



Федеральное государственное образовательное
бюджетное учреждение высшего образования
«Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

Региональная научно-практическая конференция студентов и молодых учёных

**“Экономика, финансы, проектное управление и
социальная сфера России:
императивы устойчивости”**



25 мая 2018 г.

УДК 330:336
ББК 65.05
Э 40

Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России: императивы устойчивости: Материалы региональной научно-практической конференции студентов и молодых учёных, г. Краснодар, 25 мая 2018 г./ под общей редакцией Э.В. Соболева, С.И. Берлина — Краснодар: Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, изд. Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, 2019 — 224 с.: ил.

ISBN 978-5-91221-385-4

Редакционная коллегия:

- | | |
|--|--|
| Соболев Э.В.,
канд. экон. наук | - председатель оргкомитета конференции, директор Краснодарского филиала Финансового университета; |
| Берлин С.И.,
д-р экон. наук, профессор | - председатель конкурсной комиссии, заместитель директора по научной работе Краснодарского филиала Финансового университета; |
| Кунаковская И.А.,
канд. экон. наук, доцент | - заместитель директора по учебно-методической работе Краснодарского филиала Финансового университета; |
| Константиныди Х.А.,
канд. экон. наук, доцент | - заведующий кафедрой «Менеджмент и маркетинг»; |
| Иголина Л.Л.,
д-р экон. наук, профессор | заведующий кафедрой «Экономика и финансы» Краснодарского филиала Финансового университета; |
| Калайдин Е.Н.,
д-р физ.-мат. наук | - профессор кафедры «Математика и информатика» Краснодарского филиала Финансового университета; |
| Титоренко М.Ф.,
д-р ист. наук | - профессор кафедры «Философия, история и право» Краснодарского филиала Финансового университета; |
| Артюшкова А.Ю.,
канд. пед. наук | - ответственный за организацию текущей работы научного студенческого общества Краснодарского филиала Финансового университета; старший преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг». |

В сборнике представлены материалы, отражающие опыт проведения научно-исследовательских работ по направлениям, затрагивающим актуальные экономические, финансовые, правовые и информационные проблемы функционирования и развития экономики в эпоху глобализации.

Все права защищены. Никакая часть данного издания не может переиздаваться или распространяться в любой форме и любыми средствами, электронными или механическими, включая фотокопирование, звукозапись, любые запоминающие устройства и системы поиска информации, без письменного разрешения правообладателя.

Текстовое электронное издание

Минимальные системные требования:

Компьютер: процессор x86 с тактовой частотой 500 МГц и выше; ОЗУ 512 Мб; 5 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA 1280x1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM
Операционная система: Windows XP/7/8
Программное обеспечение: Adobe Acrobat Reader версии 6 и старше.

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1

РОССИЯ И ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ: ИНСТРУМЕНТЫ ДОСТИЖЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ, ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА И СОЦИАЛЬНОЙ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ	7
--	----------

Богданова А.В., Бондаренко В.В. МЕСТО РОССИИ В СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	7
--	----------

Копылова Д.В., Берлин С.И. СТИМУЛИРОВАНИЕ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА ПУТЕМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ В МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ	12
---	-----------

Копылова Д.В., Нарыжная Н.Ю. ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОРОДОВ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ - 2018	17
---	-----------

Левченко В.А., Бондаренко В.В. БИОМЕТРИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	22
---	-----------

Новикова К. В., Бондаренко В.В. ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ.....	29
---	-----------

Пестрикова А.В., Васильева Л.Ф. ФИНАНСОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ПОВЫШЕНИЯ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА	37
--	-----------

Степанова Ю.А., Игонина Л.Л. ИНВЕСТИЦИОННАЯ РОЛЬ СБЕРЕЖЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ	40
--	-----------

Шурбаева П.А., Бондаренко В.В. ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА РОССИЮ.....	45
---	-----------

Коваленко О.А., Гончаренко Э.В. СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЫНКА ТРУДА РОССИИ	50
--	-----------

Раздел 2

ПРИОРИТЕТЫ, СТРАТЕГИИ И АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕХАНИЗМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	55
--	-----------

Новикова К. В., Тимошенко Н.В. СОЗДАНИЕ СЕТИ ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА РЕГИОНА В СФЕРЕ ТУРИЗМА	55
---	-----------

Копылова Д.В., Радченко М.В. РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В ЮЖНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ	61
Воргунова В.Р., Грибок Н.Н. ВЫСТАВКИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ	67
Струкова А.А., Игонина Л.Л. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РОСТА ДОХОДОВ И ОПТИМИЗАЦИИ РАСХОДОВ БЮДЖЕТА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ	71
 Раздел 3	
СОВРЕМЕННЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ, ФИНАНСОВЫЕ И УЧЕТНО- АНАЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНАЛОГИИ В СИСТЕМЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА.....	79
 Пустовалова Е. А., Адаменко А. А. ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМЫ СЕРТИФИКАЦИИ В РОССИИ	79
Подоляк А.Н., Степанова Е.С., Адаменко А.А. РЕФОРМИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РФ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ	82
Шелемятьева И.А., Хорольская Т.Е. РОССИЙСКИЕ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРИНЦИПЫ УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ: СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ.....	87
Хильчук Ю.А., Адаменко А.А. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОСТАВЛЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	93
Симоненко О.С., Радченко М. В. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КРАУДИНВЕСТИНГА В РОССИИ	97
Рыбалко А.С., Адаменко А.А. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МИНЕРАЛЬНО-СЫРЬЕВОЙ БАЗЫ И ГАЗОТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ ПАО «ГАЗПРОМ».....	103
Денисенко Т.А., Мамонова И.В. ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПОВЫШЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	109
Еленская Е.И., Адаменко А.А. МЕСТО И РОЛЬ ПЕРВИЧНОЙ УЧЕТНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ В СИСТЕМЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА	114
 Раздел 4	
СОВРЕМЕННОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РОСССИ: ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ	120
 Аветян Н. С., Артюшкова А. Ю. МАРКЕТИНГ КАК КОНЦЕПЦИЯ РЫНОЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	120

Левченко В.А., Батори Г.А., Зинченко Н.В. МОТИВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ, ЕЁ ФАКТОРЫ И МЕТОДЫ.....	126
Воргунова В.Р., Артюшкова А.Ю. РОЛЬ МОТИВАЦИИ В ПОВЕДЕНИИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «МАКДОНАЛЬДС»)	131
Данилова А. А., Воробьева М. А. УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ ПРОЕКТА: МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ	138
Коровина М.Н., Грибок Н.Н. КРАСНОДАР – ГОРОД СТАРТАПОВ.....	143
Симоненко О.С., Воробьева М.А. ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ КРАУДСОРСИНГА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ВИРТУАЛЬНОЙ ПРОЕКТНОЙ КОМАНДЫ В СОВРЕМЕННОМ ИННОВАЦИОННОМ ПОЛЕ.....	148
Хапсирокова Б.Н., Рубин А.Г. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА КОМПАНИИ:ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ	155
Черкас Н. А., Лымарева О. А. ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В СТАРТАПАХ, ПОДДЕРЖИВАЕМЫХ ВЕНЧУРНЫМИ ФОНДАМИ.....	161
Р а з д е л 5	
БИЗНЕС И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	165
Анисимова М.Р., Кирий В.А. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СИСТЕМЫ УЧЕТА ЛИЧНЫХ ПОКУПОК В ГИПЕРМАРКЕТАХ.....	165
Бакаева К. В., Кузьмина Э. В. РАЗРАБОТКА АРХИТЕКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ БАНКА «ПЕРВОМАЙСКИЙ» (ПАО)).....	170
Николишина В. В., Васильева Л.Ф. РЕЙТИНГ КРИПТОВАЛЮТНЫХ ФОНДОВ: АНАЛИЗ НАИБОЛЕЕ ВЫГОДНОГО	175
Пестрякова Д.С., Тимошенко Н.В. ПОИСК ТЕНДЕНЦИИ ЭКОНОМИКИ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ.....	178
Скляр А.Ю., Кирий В.А. ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ ИС ДЛЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ ЭКСПЕРТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ.....	181
Р а з д е л 6	
РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО В ТРАНСФОРМИРУЮЩЕМСЯ МИРЕ: ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ	186
Шуваева А.А., Лобанова А.В. ВЛИЯНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ И ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЙ НА «ЖИВОЕ» ОБЩЕНИЕ.....	186

Воргунова В.Р., Лобанова А.В. ПРОБЛЕМА ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТИ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА.....	191
--	-----

Раздел 7

ЭКОНОМИКА КАК НАУКА ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОМ РОСТЕ И СТАБИЛЬНОСТИ (ECONOMICS: THE SCIENCE OF ECONOMIC GROWTH AND STABILITY)	199
--	------------

Батори Г.А, Плаксин В.А. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ: ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ.....	199
---	-----

Брылев А.А., Хапсирокова Б.Н., Гучетль С.К. СТЕРЕОТИПЫ В РЕКЛАМЕ. ПОИСК БАЛАНСА	205
---	-----

Гаспарян М.С., Николишина В.В., Гучетль С.К. ФОРМЫ И МЕТОДЫ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ, ПУТИ ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ	209
---	-----

Копылова Д.В., Плаксин В.А. ГАЙДШОПЫ: НОВОЕ ПОНИМАНИЕ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ	213
---	-----

Прищепа А.С., Гончарова Н.Э., Гучетль С.К. БИЗНЕС БЛОГ КАК НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ	216
--	-----

Симоненко О. С., Плаксин В.А. КРАУДСОРСИНГ, КАК МЕТОД ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ИДЕЙ В ПРОЕКТНОЙ КОМАНДЕ	219
--	-----

Раздел 1

РОССИЯ И ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ: ИНСТРУМЕНТЫ ДОСТИЖЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ, ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА И СОЦИАЛЬНОЙ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ

УДК 338.001.36

*Богданова А.В.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: Anassstassy@mail.ru*

*Научный руководитель:
Бондаренко В.В.,
Профессор кафедры «Экономика и финансы»
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: VaVBondarenko@fa.ru*

МЕСТО РОССИИ В СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация: В статье рассмотрены данные, на основании которых можно сделать вывод, о положении Российской Федерации на международной экономической арене. В работе представлена аналитика в форме таблиц и диаграмм, с целью показать вклад российской экономики в мировое хозяйство. Автор обращает внимание на проблемы, связанные с нерациональным использованием внутренних ресурсов, что препятствует всецелому развитию России, как лидера в мировых экономических отношениях.

Ключевые слова: мировая экономика, современная экономика, роль России, прогнозы.

*Bogdanova A.V.,
student, 1 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: Anassstassy@mail.ru
Scientific Adviser:
Bondarenko V.V.,
Professor of Economics and Finance chair
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: VaVBondarenko@fa.ru*

RUSSIA'S PLACE IN THE MODERN WORLD ECONOMY

Annotation: The article considers the data on the basis of which it is possible to

draw a conclusion about the situation of the Russian Federation in the international economic arena. The work presents an analyst in the form of tables and charts to show the contribution of the Russian economy to the world economy. The author draws attention to the problems associated with the irrational use of internal resources, which hinders the full development of Russia as a leader in world economic relations.

Keywords: world economy, modern economy, Russia's role, forecasts, analyst.

Актуальность темы исследования не может исчерпать себя временем, поскольку анализ места и роли каждой страны должен происходить систематически.

Объектом исследования работы является внешняя торговля и экономическое развитие России, а также влияние, которое она оказывает на мировое хозяйство.

Любое государство вносит свой вклад в мировую экономику, а его роль, влияние на другие национальные экономики зависит от размера экономического потенциала и уровня экономического развития страны. Экономический потенциал, не что иное как, мощь экономики страны: её технический уровень производимых товаров и услуг, накопленные материальные, научные природные и трудовые ресурсы. Для характеристики экономического потенциала используют показатели: ВВП, ВНП и национального богатства.

Определение места, занимаемого страной в мировой экономике, сопровождается исследованием её участия в международной торговле и анализом её экспортно-импортных операций.

Что касается России, одним из важнейших экономических событий в 21-ом веке можно считать вступление в ВТО в 2012 году, что сильно повлияло на степень влияния России по отношению к мировой экономике. В Минэкономразвития вступление в ВТО отметили как - стабильность условий работы на внешних рынках, уменьшение барьеров в торговле, создание лучшего климата для иностранных инвестиций, улучшение имиджа России в мире торговли. Но, условиями присоединения были: ограничение господдержки ряда отраслей; снижение ввозных таможенных пошлин, что приведёт к росту конкуренции с иностранными товарами и обострению проблемы обслуживания государственного долга.

БРИКС и Россия. Взаимная торговля товарами указанных стран составила 314 млрд. долларов в 2012 г., что в 2 раза больше, чем в 2009 г. В рамках БРИКС торговля устойчиво растет и превысила уже 10%.

Сегодняшнее положение России в мировом хозяйстве противоречиво. РФ находится сейчас на промежуточной позиции в мировой экономике между промышленно-развитыми и развивающимися странами, однако, существует ряд реальных предпосылок для вовлечения России в интернационализацию экономической жизни. Ведь Россия владеет самым большим количеством природных ресурсов, трудовых и большим количеством достижений в научно-

техническом прогрессе. Однако, степень реализации всего этого на мировом рынке очень мала.

Проблема состоит в том, что не существует на сегодняшний день достаточного эффективного способа пользования всеми этими богатствами. В России всё продолжает делаться «на авось» и без стратегического прогнозирования. В основном используются экстенсивные методы ведения экономики (исчерпание легкодоступных месторождений). Осложняет ситуацию география и рельеф (большие расстояния между местами добычи и потребления полезных ископаемых).

РФ – крупнейший экспортер нефти, природного газа, это и обуславливает довольно высокое место в мировом хозяйстве. Сейчас РФ занимает по объему промышленного производства 6-е место в мировой экономике или примерно 20% уровня США. РФ представляет собой крупный рынок и для экспорта, и для импорта различной продукции. Сейчас Россия занимает следующие места на мировом рынке в соответствии с таблицей № 1.

Таблица 1 – Места, занимаемые РФ в мире по производству отдельных видов промышленной и с/х продукции в 2017 году.

Нефть, газ	2
Сахарная свекла, картофель	3
Электроэнергия, чугун	3
Зерновые и зернобобовые культуры	4
Цементы гидравлические, вывозка древесины	5
Уголь, сталь, ткани хлопчатобумажные, молоко	6
Шерстяные ткани	11
Легковые автомобили (включая сборку)	12
Бумага, картон	14

В конце 20-го столетия Россия в мировом хозяйстве по общему объему ВВП занимала 10 место - отставание в 10 раз от США. В 2006 г. ВВП РФ составлял около 1160,5 млрд. долларов, то есть около 11% уровня США. Развивается тенденция к укреплению роли России в мировом хозяйстве.

Уровень и динамика движения российской экономики, степень открытости, а также структура международных контактов, способность адаптироваться к условиям мировой экономической жизни являются решающими для увеличения участия РФ в системе мировых экономических отношений. Однако, выход РФ на мировой рынок усложнен неблагоприятной конъюнктурой. Но, присоединение к ВТО частично помогает справиться с этой проблемой.

Показатели, указывающие участие в мировой экономике, применительно к РФ: экспортная квота в ВВП и производстве отдельных товаров; импортная квота в потреблении ввозимых товаров; доля иностранных инвестиций в экономику РФ.

О состоянии внешней торговли в 2017 году. Данные приведены с официального сайта Федеральной службы государственной статистики. Внешнеторговый оборот России в 2017 г. составил 590,9 млрд. долларов: экспорт - 353,1 млрд. долларов; импорт - 237,8 млрд. долларов. Динамика экспорта и импорта РФ представлена в соответствии с рисунком № 2.



Рисунок 2

Экспорт составил 357,1 млрд. долларов: страны дальнего зарубежья - 309,3 млрд. долларов; в СНГ - 47,8 млрд. долларов. Импорт составил 227,0 млрд. долларов: страны дальнего зарубежья - 202,5 млрд. долларов; СНГ - 24,5 млрд. долларов в соответствии. Сальдо торгового баланса в 2017г. сложилось положительное, 115,3 млрд. долларов (в 2016г. - положительное, 90,3 млрд. долларов).

Другие данные показывают, что в экспорте РФ преобладает топливо и сырьё 54%, в импорте — продовольствие 20% и готовые изделия 63% - очень настораживающая и негативная статистика.

Основой создания жизнеспособной российской экономики следует считать ее открытость, ведь в таких условиях мировой рынок влияет на цены отечественной продукции и заставляет отечественных производителей работать эффективнее.

Важными целями внешнеэкономической политики РФ в стратегическом плане являются: получение доступа к мировым рынкам оборудования, технологий и информации; достижение благоприятного торгово-политического режима с другими странами и организациями; формирование системы защиты внешнеэкономических интересов РФ. Преодолеть негативные тенденции после 90-х годов в структуре внешней торговли поможет стратегия инновационного прорыва.

Прогнозные расчеты носят лишь ориентировочный характер, ведь в международной торговле действует огромное множество факторов, которые не поддаются прогнозированию. Однако можно представить несколько тенденций, которые будут полезны на перспективу до 2030 г.

Главным внешнеторговым партнером будет страны СНГ и объединенная Европа. Условия торговли с Европой ухудшатся: возрастет энергосырьевой экспорт и потребительский импорт. Доля американского и японского оборота увеличится, но товарная структура будет односторонняя. Следует ожидать возрастания доли китайского оборота с Россией. Экспорт из России в страны СНГ будет расти. Первостепенное внимание присваивается расширению экономических связей со странами СНГ, так как это выгодный и быстро развивающийся рынок. С аналогичными тенденциями возрастет доля Китая и Индии, а доля торговли с Европы, с переориентацией России на восток.

Внешняя торговля одна из важнейших отраслей экономики России и именно она, по большей части, определяет место РФ на международной экономической арене. В условиях расширяющихся международных экономических отношений решающими условиями участия РФ в их системе являются уровень и развитие национальной экономики, открытость, развитость внешнеэкономических контактов.

Таким образом, Россия имеет значительное влияние на международной экономической арене, но её показатели пока что не сравнимы с США или Китаем. Главными результатами развития мировой экономики в последние 15 лет является резкое увеличение роли развивающихся стран и усиление вектора их инновационной модернизации. Ориентация РФ на эти страны в перспективе станет устойчивым внешним фактором роста.

Современный статус РФ как одного из лидеров мировой экономики может смениться на второстепенный, так как темпы экономического роста, упавшие после 2011-2013 гг., показали ограниченность существующей модели. Многозадачность адаптации к реальности, постоянный характер запаздывания в переводе экономики к модернизации создают предпосылки отставания.

Главными проблемами экономического порядка в РФ остаются: нерациональное использование ресурсов и экономические ошибки прошлого. Но при в сём этом РФ остается главным экспортером энергоресурсов в мире: она стабильно занимает 1-е место по экспорту газа, 2-е место в мире по экспорту нефти и третье - по экспорту угля.

Литература

1.Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности».

2.Хасбулатова Р.И. д.э.н., проф., чл.-корр. РАН, Мировая экономика и международные экономические отношения: Ч 2: Учебник. - М.: Гардарики, 2014. - 718 с.

3.Цыганков П.А., Дробот Г.А., Лебедев М.М., Международные отношения: теории, конфликты, движения, организации: Учебное пособие. Изд. 2-е перераб. и доп. - М: ИНФРА-М, 2013 г.-320с.

4.<http://www.economy.gov.ru> – Министерство экономического развития и торговли РФ.

5.<http://www.fsgs.ru> – Федеральная служба государственной статистики.

*Копылова Д.В.,
студент 2 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: german.daria@mail.ru*

*Научный руководитель:
Берлин С.И.,
профессор, д.э.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: SIBerlin@fa.ru*

СТИМУЛИРОВАНИЕ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА ПУТЕМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖНОЙ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СРЕДЫ В МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ

Аннотация: В данном исследовании рассматривается развитие российской туристической отрасли как один из путей увеличения дохода в бюджет страны. На основании проведенного социологического опроса определена необходимость совершенствования молодежной институциональной среды в муниципальных образованиях для привлечения молодежи к туризму внутри страны.

Ключевые слова: туристическая отрасль России, внутренний молодежный туризм, муниципальный молодежный центр, туристическое бюро, малое инновационное предприятие.

*Kopylova D.V.,
student, 2 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: german.daria@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Berlin S. I.,
Professor
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: SIBerlin@fa.ru*

THE PROMOTION OF THE YOUTH TOURISM THROUGH THE IMPROVEMENT OF THE RUSSIAN YOUTH OF THE INSTITUTIONAL ENVIRONMENT IN THE MUNICIPALITIES

Annotation: This study examines the development of the Russian tourism industry as one of the ways to increase revenue in the country. On the basis of the sociological survey, the necessity of improving the youth institutional environment in municipalities to attract young people to tourism within the country is determined.

Keywords: tourism industry, domestic tourism, youth, municipal youth centre, a tour desk, a small innovative enterprise.

В наше время туризм является мощной индустрией во всем мире. Развитие туристической сферы оказывает значительное влияние на такие отрасли экономики как связь, транспорт, сельское хозяйство, строительство. А привлечение высокого потока туристов является дополнительным источником доходов регионального и федерального бюджетов. На сегодняшний день в муниципальных образованиях Российской Федерации отсутствуют координирующие органы, стимулирующие молодежный внутренний туризм эконом-класса, а также прокат снаряжения для активного молодежного внутреннего туризма. На основании этого, нами была определена цель данного исследования, которая заключается в формировании предложения по повышению доступности внутреннего туризма эконом-класса для молодежи в возрасте от 14 до 24 лет, путем развития механизма предоставления туристических услуг через муниципальные молодежные центры, в перспективе увеличения государственного дохода и уровня доли ВВП от туристической отрасли.

Улучшение механизма предоставления туристических услуг для группы населения возрастом от 14 до 24 лет, на наш взгляд, является эффективным и перспективным способом повышения уровня доходов в бюджет страны от туризма, а также в целом позитивно повлияет на российскую молодежную социальную среду. Данная возрастная группа была определена приоритетной в связи с тем, что именно с 14 до 24 лет активность и желание путешествовать у молодежи достаточно высокое, но оно не всегда соответствует финансовой возможности из-за отсутствия оптимального и стабильного уровня заработка. С целью определения необходимости и целесообразности проведения исследования и формирования предложения, нами был проведен социологический опрос 1000 человек возрастом от 14 до 24 лет из разных городов страны. Основной вопрос анкеты звучал так: «Будете ли Вы больше путешествовать по России, если стоимость туристических услуг станет ниже и доступнее для молодежи?» Если ответ был положительный то, мы задавали два дополнительных вопроса: «В какой регион/город/место в России в первую очередь Вы бы поехали, если была бы возможность покупки тура по льготной стоимости?» «Какой это был бы вид отдыха?» По результатам опроса, 929(92,9%) респондентов ответили на основной вопрос – «да», из них 259 (27,9%) человек выбрали Санкт-Петербург в качестве места для туристической поездки по экономичному туру, 125 (13,5%) – Москву, 91 (9,79%) – Сочи, 87 (9,36%) – озеро Байкал, 39 (4,19%) – Республику Крым, 34 (3,65%) – Республику Алтай, 28 (3,01%) – Республику Татарстан, 23 (2,47%) – Калининградскую область, а 241 (25,94%) человек дали другие варианты ответов, а результаты по выбору вида отдыха распределились следующим образом: 666 (71,68%) человек выбрали экскурсионный, 95 (10,22%) – спортивный, 69 (7,4%) – пляжный, 57 (6,1%) – горнолыжный, 42 (4,5%) –

другие варианты. Таким образом, можно сделать вывод, что для улучшения ситуации на рынке внутреннего туризма России, необходимо усовершенствовать механизм предоставления туристических услуг эконом-класса для молодежи.

Основываясь на результатах проведенного социологического опроса, мы предлагаем на базе городских муниципальных молодежных центров организовать работу туристических бюро, которые будут выполнять следующий набор функций:

— Формирование, предложение и продажа экскурсионных туров по стоимости представленной непосредственно средствами размещения, транспортными компаниями и другими организациями, услуги которых входят в туристическую путевку, т.е. цена тура будет без наценки молодежного центра за свои услуги;

— Предоставление информации о выгодном и интересном для самостоятельного планирования отдыха молодежью, например, посещения достопримечательностей, иных культурных объектов, событийных мероприятий, в том числе и спортивных, отдыхе в лечебно-оздоровительных центрах, и рекомендаций по составлению туристического маршрута в том или ином регионе;

— Реализация предложения услуг по сдаче в прокат туристического и спортивного снаряжения для активного отдыха;

— Ведение сотрудничества с учебными заведениями среднего специального и высшего образования с целью продвижения услуг молодежного центра по отдыху молодежи внутри страны;

— Проведение активной рекламы российской территории и услуг молодежного центра в данном направлении через социальные сети;

— И другие функции, которые необходимы для осуществления работы по предоставлению для молодежи туристических услуг.

Предложенные к созданию туристические бюро будут организованы в форме малых инновационных предприятий. Их работа будет поддерживаться муниципальными молодежными центрами, которые на первый год деятельности туристических бюро будут предоставлять помещения на безвозмездной основе, в дальнейшем, с развитием и расширением деятельности, с данных предприятий предполагается взимание небольшой суммы денежных средств за аренду помещения.

Особое внимание, на наш взгляд, стоит уделить информированию молодежи о экономичных способах отдыха и туризма внутри страны, к этому относится и предоставление информации о льготных билетах на посещение достопримечательностей России, мероприятий и событий, проезд или перелет внутри страны, а также о льготах на санаторно-курортный отдых, проживание и питание. В рамках повышения доступности и удобства использования предоставляемой информацией молодежными центрами, она будет размещена как в здании молодежного центра города, так и на его официальном сайте и группах в социальных сетях, а также на информационных ресурсах учебных

заведений и предпринимателей, с которыми молодежный центр будет вести сотрудничество по привлечению молодежи к туризму внутри страны. Как уже было отмечено выше, основной целевой аудиторией данного проекта является молодежь с 14 до 24 лет, однако туристическое бюро будет иметь возможность оказывать услуги всем желающим, в независимости от возраста.

Реализацию данного предложения, мы предлагаем осуществлять за счет муниципальных молодежных центров. Руководителем данного проекта будет являться Федеральное агентство по делам молодежи, которое взаимодействует с Федеральным агентством по туризму. Стоит отметить, что за счет данного взаимодействия планируется упрощение деятельности по поиску средств размещений и других объектов туристической отрасли, благодаря использованию специализированных баз данных Федерального агентства по туризму и министерств субъектов страны. Полномочиями по организации реализации проекта предлагаем наделить Федеральное агентство по делам молодежи и Министерства по молодежной политике субъектов РФ. Функцию управления туристическим бюро будет осуществлять руководитель малого инновационного предприятия. А надзор за деятельностью будет вести руководитель муниципального молодежного центра. Непосредственную работу и предоставление услуг молодежи в бюро будут выполнять сотрудники и волонтеры, которые распределены по нескольким рабочим группам.

Кадровое обеспечение в муниципальном молодежном центре на реализацию данного проекта исходит из количества жителей города возрастом от 14 до 24 лет. По нашим оценкам, на 400-500 тыс. жителей необходимо около 150 человек, из которых 3 сотрудника- штатные, все остальные- волонтеры. На наш взгляд, в Министерствах субъектов РФ, осуществляющих работу по молодежной политике, должно быть организовано структурное подразделение, регулирующее работу и развитие данного направления в молодежных центрах городов региона, в Федеральном агентстве по делам молодежи должен быть организован комитет, осуществляющий помощь, поддержку и контроль за деятельностью молодежных центров в рамках всей страны.

Для организации первоначальной деятельности при муниципальных молодежных центрах потребуются территориальное и материальное обеспечение - помещение и площадка для реализации услуг по предоставлению проката снаряжения с основным набором мебели из расчета количества штатных сотрудников. На первый год деятельности туристического бюро предоставление помещений происходит на безвозмездной основе, в дальнейшем предполагается взимание оплаты за аренду помещений. Финансовое обеспечение, мы предлагаем, инновационным предприятиям получить за счет субсидированных средств, а в дальнейшем с развитием масштаба деятельности предполагается самофинансирование за счет средств от реализации услуг проката.

В перспективе развития туристических бюро по стране и в соответствии с этим улучшения туристической инфраструктуры, на наш взгляд, стоит в дальнейшем рассмотреть возможность предоставления данными

туристическими бюро услуг по выездному и въездному туризму эконом – класса как для приоритетной возрастной группы от 14 до 24 лет, так и для всех желающих, на основе взаимодействия с зарубежными учебными заведениями. Например, вести обмен туристическими группами, в качестве средств размещения предлагая общежития, совместными усилиями с зарубежными партнерами составлять экономичные и интересные туристические маршруты по России для иностранных студентов и маршруты за рубеж для российской молодежи, предлагать выгодный и безопасный вид транспорта для путешествия, заниматься взаимным продвижением территорий государств для отдыха. Также, помимо экскурсионного, горнолыжного и пляжного типа отдыха, стоит развивать взаимодействия по событийному, деловому и образовательному туризму. Например, приглашать на международные научные, культурно-массовые мероприятия, организовывать площадки для совместной деятельности молодых специалистов в различных областях и представителей бизнеса.

В качестве перспектив от реализации предложения можно назвать следующие количественные и качественные показатели:

— Увеличение туристических потоков по России среди молодежи в 2-2,5 раза

— Увеличение на 0,5-0,7% доли ВВП от туристической отрасли за первые 3 года реализации проекта

— Увеличение дохода в федеральный бюджет и муниципальные образования;

— Формирование у молодежи представления о туристическом потенциале страны

— Пробуждение желания у населения путешествовать по России чаще

— Прививание молодежи любви к активному отдыху и спорту

— Увеличение значимости муниципальных молодежных центров в жизни молодого поколения.

Исходя из этого, можно сказать, что реализация сформулированного в данном исследовании предложения по повышению доступности внутреннего туризма эконом-класса для молодежи улучшит экономическую ситуацию в стране, а также положительно отразится на социальной среде в целом.

Литература

1. Федеральное агентство по делам молодежи [Электронный ресурс: <https://fadm.gov.ru/> (дата обращения: 23.02.2018)]

2. Федеральное агентство по туризму, министерство культуры РФ [Электронный ресурс: <https://www.russiatourism.ru/> (дата обращения: 03.03.2018)]

*Копылова Д.В.,
студент 2 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: german.daria@mail.ru*

*Научный руководитель:
Нарыжная Н.Ю.,
доцент, к.т.н.,
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: NYUNaryzhnaya@fa.ru*

ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОРОДОВ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ - 2018

Аннотация: В данной статье рассмотрен туристический потенциал городов чемпионата мира по футболу в 2018 году. В результате исследования был составлен рейтинг и определен наиболее привлекательный для туристов город.

Ключевые слова: туристическая отрасль, чемпионат мира по футболу, инфраструктура регионов.

*Kopylova D.V.,
student, 2 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: german.daria@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Naryzhnaya N. Yu.,
Docent
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: NYUNaryzhnaya@fa.ru*

EVALUATION OF THE ATTRACTIVENESS OF THE CITIES OF THE 2018 FIFA WORLD CUP

Abstract: this article considers the tourism potential of the cities of the 2018 FIFA world Cup. As a result of the research, the rating was compiled and the most attractive city for tourists was determined.

Key words: tourism industry, world Cup, the infrastructure of the regions.

В современном мире туризм является одной из мощнейших индустрий. Состояние данной отрасли во многом определяет экономику государства.

Именно поэтому российский туризм нуждается в постоянном совершенствовании, в том числе и улучшении методов привлечения туристов. Развитие туристической индустрии за счет увеличения туристского потока обусловлено не только количеством и местоположением объектов природного, санаторно-курортного комплекса и достопримечательностей, но и проведением крупных событийных мероприятий, одним из таких является чемпионат мира по футболу 2018 года, финальный турнир которого пройдет с 14 июня по 15 июля в 11 городах нашей страны. В связи с этим целью данного исследования является определение наиболее экономически выгодного и привлекательного города России, где в 2018 году проходит чемпионат мира по футболу.

Для определения сравнительных характеристик и степени их важности при оценке таких городов как Москва, Калининград, Санкт-Петербург, Волгоград, Казань, Нижний Новгород, Самара, Саранск, Ростов-на-Дону, Сочи, Екатеринбург, был проведен социологический опрос, в результате которого были определены 7 критериев оценки и их важность. Информация отражена в таблице 1.

Таблица 1 – Результат социологического опроса

№	Критерии оценки городов	Количество респондентов
1	Количество объектов санаторно-курортного отдыха	8
2	Количество достопримечательностей	30
3	Количество туристско-информационных центров	5
4	Количество матчей	8
5	Привлекательность играющих команд	23
6	Средняя стоимость размещения в городе	20
7	Количество средств размещения	6
	Всего	100

На основе наборов данных сайта Ростуризм и официального портала чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России в данном исследовании был проведен расчет важнейших объектов туристической сферы и количество матчей в расчете на каждый регион, в котором будут проходить игры чемпионата. Результаты отражены в таблице 2.

Таблица 2 - Количество объектов туристической сферы и футбольных матчей ЧМ - 2018

№	Субъект РФ, в котором будут проходить матчи	Количество объектов санаторно-курортного отдыха	Количество достопримечательностей	Количество туристско-информационных центров	Количество матчей
1	Москва	0	673	1	12
2	Калининградская область	6	82	11	4
3	Санкт-Петербург	10	292	12	7
4	Волгоградская область	0	92	3	4
5	Республика Татарстан	21	169	4	6

6	Нижегородская область	6	142	1	6
7	Самарская область	0	82	1	6
8	Республика Мордовия	5	37	1	4
9	Ростовская область	0	42	4	5
10	Краснодарский край	50	45	0	6
11	Свердловская область	40	197	3	4

Стоит отметить, что для подсчета были выбраны именно субъекты РФ, а не только города ЧМ по футболу – 2018, в связи с возможностью туристов путешествовать вне города, а также с увеличением количества потенциально интересных мест для посещения туристами. Исходя из данных таблицы 2, мы можем видеть, что каждый регион является привлекательным для как внутреннего, так и въездного туристического потока.

Рассмотрим следующий критерий оценки - привлекательность футбольных команд. Для его определения произведем расчет по официальному рейтингу FIFA (на 12.04.2018 г.), присвоив 9 лучшим командам коэффициент равнозначный очкам сборных стран. А российской сборной был определен самый высокий коэффициент – 2, в связи с большим интересом болельщиков именно нашей страны. Эти и другие данные по футбольным командам и их матчам представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Коэффициент привлекательности футбольных команд на чемпионат мира по футболу 2018.

№	Сборная	Группа	Первые матчи (Стадион/Город)			Коэффициент
1	Россия	A	Лужники, Москва	Стадион Санкт-Петербург, Санкт-Петербург	Самара Арена, Самара	2
2	Германия	F	Лужники, Москва	Олимпийский стадион Фишт, Сочи	Казань Арена, Казань	1,5
3	Бразилия	E	Ростов Арена, Ростов-на-Дону	Стадион Санкт-Петербург, Санкт-Петербург	Открытие Арена, Москва	1,38
4	Бельгия	G	Олимпийский стадион Фишт, Сочи	Открытие Арена, Москва	Стадион Калининград, Калининград	1,34
5	Португалия	B	Олимпийский стадион Фишт, Сочи	Лужники, Москва	Мордовия Арена, Саранск	1,3
6	Аргентина	D	Открытие Арена, Москва	Стадион Нижний Новгород, Нижний Новгород	Стадион Санкт-Петербург, Санкт-Петербург	1,25

7	Швейцария	Е	Ростов Арена, Ростов-на-Дону	Стадион Калининград, Калининград	Стадион Нижний Новгород, Нижний Новгород	1,17
8	Франция	С	Казань Арена, Казань	Екатеринбург Арена, Екатеринбург	Лужники, Москва	1,16
9	Испания	В	Олимпийский стадион Фишт, Сочи	Казань Арена, Казань	Стадион Калининград, Калининград	1,14
10	Польша	Н	Открытие Арена, Москва	Казань Арена, Казань	Волгоград Арена, Волгоград	1,11

Исходя из необходимости определения привлекательности города, со стороны тех команд, которые будут играть на его территории на период чемпионата, основываясь на числовых значениях таблицы 2, был проведен подсчет коэффициента привлекательности команд, играющих в городах чемпионата. Где играм каждого этапа чемпионата, была определена своя степень важности: Первые матчи – 1; 1/8 финала – 1,25; ¼ финала – 1,5; полуфинал – 1,75; финал - 2. Результаты представлены в таблице 4.

Таблица 4 - Коэффициент привлекательности футбольных команд по городам на чемпионат мира по футболу 2018.

№	Город	Первые матчи	1/8 финала	¼ финала	Полуфинал	Финал	ИТОГО
1	Москва	11,04	1,25 *2	-	1,75	2	17,29
2	Калининград	3,65	-	-	-	-	3,65
3	Санкт-Петербург	4,63	1,25	-	1,75	2	9,63
4	Волгоград	1,11	-	-	-	-	1,11
5	Казань	4,91	1,25	1,5	-	-	7,66
6	Нижний Новгород	2,42	1,25	1,5	-	-	5,17
7	Самара	2	1,25	1,5	-	-	4,75
8	Саранск	1,3	-	-	-	-	1,3
9	Ростов-на-Дону	2,55	1,25	-	-	-	3,8
10	Сочи	5,28	1,25	1,5	-	-	8,03
11	Екатеринбург	1,16	-	-	-	-	1,16

Определим значения двух последних критериев оценки, важных для туристов с экономической стороны любого отдыха - Средняя стоимость размещения в трехзвездочном отеле (2х мест.номер) руб./сут и количество средств размещения, информация представлена в таблице 5.

Таблица 5 – Информация о средствах размещения в городах чемпионата мира по футболу 2018.

№	Город	Средняя стоимость размещения в трехзвездочном отеле (2х мест.номер) руб./сут	Количество средств размещения
1	Москва	3272	2328
2	Калининград	2805	193
3	Санкт-Петербург	4103	2648
4	Волгоград	3126	175
5	Казань	2933	385
6	Нижний Новгород	2745	268
7	Самара	2799	279
8	Саранск	3444	85
9	Ростов-на-Дону	2365	307
10	Сочи	2748	442
11	Екатеринбург	2755	423

Обладая всеми необходимыми данными по критериям оценки, произведем расчет общей привлекательности городов на время чемпионата мира по футболу – 2018 с использованием метода анализа иерархий. Итоговые результаты представлены в таблице 6.

Таблица 6 - Общая привлекательность городов на время чемпионата мира по футболу - 2018.

№	Город	Результат оценки
1	Москва	0,22
2	Санкт-Петербург	0,15
3	Казань	0,10
4	Сочи	0,10
5	Екатеринбург	0,09
6	Нижний Новгород	0,08
7	Калининград	0,07
8	Самара	0,06
9	Ростов-на-Дону	0,06
10	Волгоград	0,05
11	Саранск	0,04

Таким образом, в соответствии с целью данного исследования, в качестве самого экономически выгодного и привлекательного города России на чемпионат мира по футболу-2018, был определен город Москва, еще стоит отметить такие города как Санкт-Петербург, Казань и Сочи, которые также обладают хорошим уровнем привлекательности. Однако важно отметить, что каждый из городов, выбранных для проведения чемпионата являются по-своему привлекательными и уникальными и каждый из них достоин большого интереса со стороны иностранных и российских туристов.

Литература

1. Федеральное агентство по туризму РФ [Электронный ресурс: <https://www.russiatourism.ru/> (дата обращения: 04.03.2018)]
2. Чемпионат мира по футболу 2018 в России [Электронный ресурс: <http://ru.fifa.com/worldcup/> (дата обращения: 01.04.2018)]

УДК 004.9

*Левченко В.А.,
студент 2 курса,
Финансовый университет при Правительстве РФ
(Краснодарский филиал)
Краснодар, Россия
e-mail: lerken_s@mail.ru*

*Научный руководитель:
Бондаренко В.В.,
к. э. н., профессор
Финансовый университет при Правительстве РФ
(Краснодарский филиал)
e-mail: v.bondarenko64@gmail.com*

БИОМЕТРИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация: В статье рассмотрены типы биометрических систем, их влияние на развитие банковского сектора. Также представлен практический интерес банковского сообщества во введении систем подобного рода. Автором указаны преимущества и недостатки, характерные для биометрии, ее роль в финансовом секторе и перспективы развития.

Ключевые слова: биометрические системы, банки, экономика, защита данных.

*Levchenko V.A.,
student, 2 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: lerken_s@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Bondarenko V.V.,
Professor
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: v.bondarenko64@gmail.com*

THE BIOMETRIC SYSTEMS AND THEIR USING IN THE BANK SECTOR OF THE RUSSIAN FEDERATION

Annotation: There are many types of the Biometric systems, describing in the article. Also a practical interest for banking is mentioned there. Author describes benefits and drawbacks of using biometric technologies, their role and perspectives.

Keywords: biometric systems, economy, banking.

Банковский и финансовый сектор на сегодняшний день активно внедряют новейшие технологии в сферу услуг. Актуальность темы состоит в растущем интересе банковского сектора к новым методам идентификации клиентов. Интерес этот заключается, как в стремлении повысить уровень информационной безопасности и защиты данных, так и в улучшении предоставляемого сервиса потребителям. Стоит отметить, что главная цель банка состоит в создании такого способа идентификации, когда от клиента будет требоваться минимум усилий, и при этом он будет уверен в сохранности предоставленных данных.

Одними из высокотехнологичных нововведений в сфере банковской деятельности являются биометрические методы идентификации, в частности, система распознавания лиц. Биометрические технологии активно интегрируются в различные сферы, являясь удобным инструментом для решения широкого спектра задач. Выделяют два типа систем биометрических данных:

1. Статистические биометрические данные – данные, полученные человеком от рождения (ДНК, геометрия руки, отпечатки пальцев и т.п.)
2. Динамические биометрические данные – характеристики, которые приобретены со временем или способны меняться на протяжении жизни (динамика набора текста, голос, походка и т.п.)

Идентификация с использованием одного из любых типов биометрических данных подразумевает следующий алгоритм:

1. Запись – система запоминает данные;
2. Выделение образца – обработка информации и преобразование ее в математический код;
3. Сравнение – сохраненный образец сравнивается с представленным в ходе идентификации;
4. Результат – система выдает результат о совпадении биометрических образцов.

На мировом рынке биометрических систем активно применяются технологии, представленные на рисунке 1 [2].

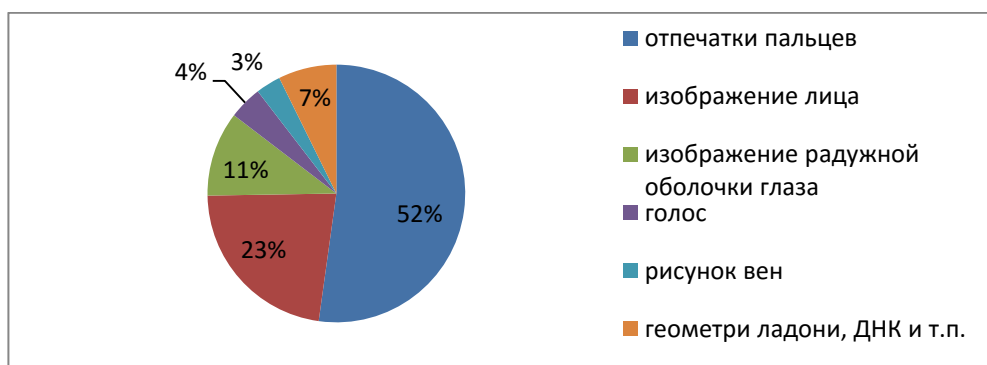


Рисунок 1 – Биометрические данные, активно применяющиеся на мировом рынке

На основании данных круговой диаграммы рисунка 1, отпечатки пальцев занимают наибольшую долю на рынке биометрических систем, следом за ними идет идентификация по лицу. Однако, в соответствии с прогнозами до 2022 года, технология идентификации по отпечаткам пальцев будет расти медленнее средних темпов роста рынка биометрических систем в целом. При этом доля технологий идентификации по лицу вырастет в среднем на 2%, хотя темпы роста останутся ниже среднерыночных. Специалисты также прогнозируют рост в сегментах технологий идентификации по рисунку вен, голосу, радужной оболочке. Для наглядности представим прогноз в виде рисунка 2 [2].

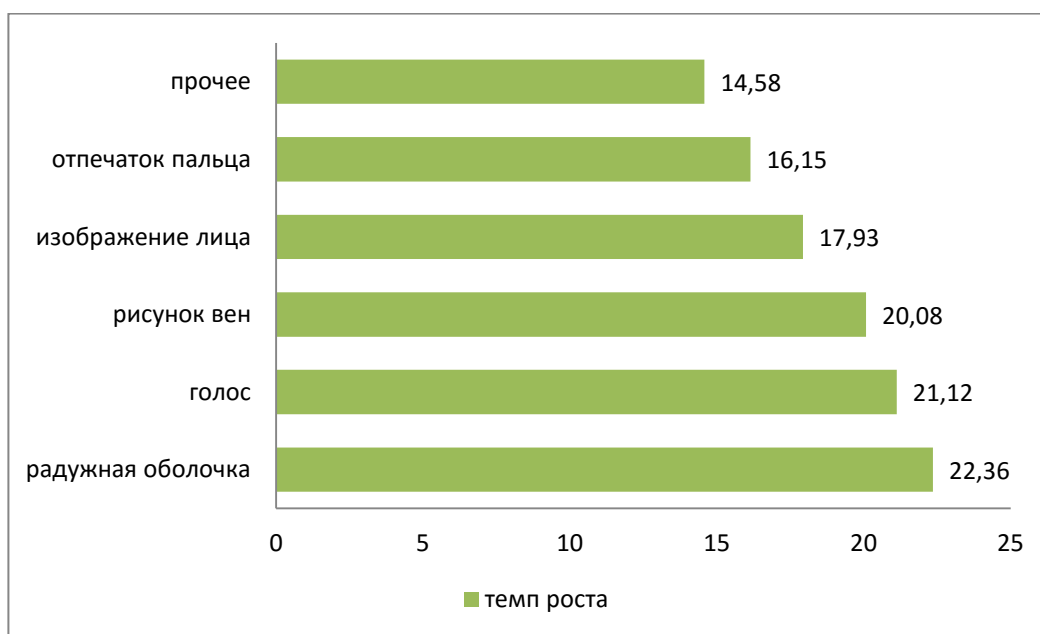


Рисунок 2 – Прогноз среднегодового темпа роста рынка биометрических систем до 2022 г., %

Рынок биометрических систем развивается, прежде всего, по инициативе государства, чьи действия направлены на обеспечение национальной безопасности. Таким образом, крупнейшими сегментами мирового рынка биометрических систем является государственный сектор, вторым крупным рынком можно считать сферу миграции и сегмент путешествий. Третьим крупным сектором для биометрических систем является финансовый сектор, доля которого оценивается около 15%. При этом система идентификации подобного рода наибольшими темпами развивается именно в финансовой и банковской сферах, путем введения многофакторной аутентификации с применением биометрических технологий.

Обращаясь к зарубежному опыту применения биометрических технологий в финансовом секторе, можно отметить, что большинство крупных банков США, Европы и стран Азии активно внедряют биометрию. По оценкам компании TCS 70% технологий используются в клиентских сервисах и лишь 30% – в корпоративных целях. Отсюда можно сделать вывод, что зарубежные

банки стремятся упростить процедуру идентификации клиентов, путем включения все новых технологий в сферу финансовых операций. Так, например, два крупных банка Сингапура DBS Bank и Oversea-Chinese Banking Corp используют системы распознавания голоса в своих call-центрах. В Великобритании Barclays используют технологию идентификации по рисунку вен пальца – VeinID для реализации доступа в мобильное приложение и платежей, помимо этого банк активно применяет голосовую биометрию. Крупнейшие банки США Bank of America, JPMorgan Chase, Wells Fargo уже используют идентификацию пользователей по отпечаткам пальцев в мобильном банкинге. Также Wells Fargo активно применяет решение российской биометрической компании ЦРТ – VoiceKey.OnePass – сочетание технологий распознавания по голосу и лицу. Таким образом, международные банки интегрируют системы двухфакторной биометрической аутентификации для обеспечения безопасности доступа пользователей к их личным кабинетам [2].

Российские банки также активно внедряют данную систему в финансовую деятельность в целях предотвращения мошеннических действий и повышения удобства для клиентов. Например, во многих крупных банках применяются голосовые технологии, технологии распознавания изображений, а также сканирование отпечатка пальца при входе в мобильное приложение банка или же для доступа к ячейке [4].

Так, например, ВТБ24 в 2017 году запустил пилот по подтверждению личности с использованием фотографии и голоса своих клиентов. Суть действия данной системы такова: двухфакторная биометрия одновременно проверяет совпадение лица клиента и его голоса с имеющимся эталоном. Для этого формируется случайное число, которое клиент произносит на камеру. Каждый раз оно новое, как и в случае с кодами.

Специалисты банка ВТБ24 отмечают, что причина внедрения подобного способа идентификации клиента – это, прежде всего, несовершенство действующих систем. Существующие меры безопасности такие, как пара логин/пароль, вход по отпечатку пальца, разовый пароль в SMS-сообщении, не отвечают времени, и лишь превращают безопасность клиента в проблему.

Преимущества пилот-версии состоят в следующем: система внимательно отслеживает, чтобы сгенерированное число озвучил живой человек, а не робот. Программа проверяет наличие разнообразных склеек как голосового, так и видео потока, таким образом, исключено подтверждение личности по заранее записанному набору цифр. Следует отметить, что одной из предпосылок перехода к двухфакторной биометрии стал переход от модели, при которой клиенту нужно что-то запоминать, к модели, где для идентификации используются уже имеющиеся данные: лицо, голос и т.п.

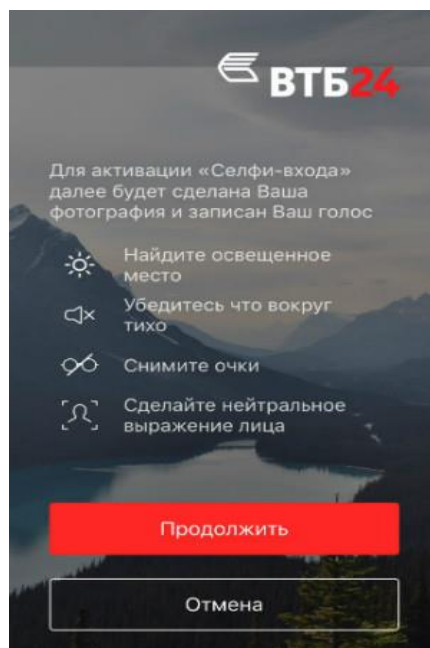


Рисунок 3 – Скриншот интерфейса пилот-версии двухфакторной биометрии [6]

Однако система действий двухфакторной биометрии имеет ряд недостатков. Так, по мнению бета-тестеров запущенного ВТБ24 пилота, данный «путь» входа в мобильное приложение не функционирует должным образом в шумных помещениях; также, данная система нецелесообразна для широкого круга пользователей: не каждый клиент обладает гаджетом, способным корректно выполнять данную функцию. По результатам тестирования было принято решение сосредоточиться на развитии проекта аутентификации только по «селфи».

Как отмечалось выше, внедрение биометрических технологий связано не только с предотвращением мошеннических действий, но и с повышением удобства для клиентов – отсутствие необходимости личного обращения для совершения ряда финансовых операций. Механизм удаленной идентификации является системой трехфакторной аутентификации и состоит из двух этапов:

1. Регистрация физического лица в ЕСИА и Единой биометрической системе – идентификация лица на основе ФЗ от 07.08.2001 № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма», непосредственно регистрация пользователя и сбор биометрических образцов.

2. Удаленная идентификация – подтверждение клиента своих биометрических данных с помощью телефона или компьютера, оснащенных камерой.

Таким образом, через систему ЕСИА проходит подтверждение всех личных данных клиента: Ф.И.О., реквизиты документов физического лица. Посредством сравнения предоставленных пользователем данных с образцами, снятыми при регистрации, подтверждается личность клиента.

Особое внимание при внедрении нового механизма уделяется обеспечению защиты персональных данных. Банк России будет осуществлять

контроль и надзор за выполнением банками организационных и технических мер по обеспечению безопасности персональных данных [2].

Безусловно, следует отметить важную роль государства в регулировании механизма удаленной аутентификации. Биометрические данные – это сведения, компрометация которых ведет к серьезным последствиям. В этом случае государство берет под свой контроль создание уполномоченного органа, единых требований к передаче личных данных, их хранению и обработке.

В соответствии с Федеральным законом «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» № 482-ФЗ появится федеральный орган власти, который будет осуществлять регулирование в сфере идентификации на основе биометрических персональных данных. В его сферу регулирования будут входить следующие действия:

1. Определения порядка обработки биометрических персональных данных в целях идентификации.

2. Определение формы подтверждения соответствия информационных технологий и технических средств, предназначенных для обработки биометрических персональных данных.

3. Разработка и утверждение методик проверки соответствия предоставленных биометрических данных физического лица его биометрическим данным, содержащихся в Единой биометрической системе [1].

Перечисленные требования будут устанавливаться по согласованию с Банком России [2].

Говоря о внедрении подобных технологий, следует учитывать некоторые трудности, которые могут возникнуть при вступлении в силу подобных средств защиты и хранения информации. К ним можно отнести: попадание ценной персональной информации в руки мошенников; отсутствие у групп населения (например, пенсионеры) оборудования, поддерживающего биометрические технологии; недоработки со стороны программного обеспечения и др. Следует также отметить и то, что позволить подобные внедрения могут только банки, обладающие высоким уровнем информационной безопасности и защиты данных.

Помимо перечисленных недостатков, существует ряд преимуществ, характерных данной системе. К ним можно отнести: дистанционное получение банковских услуг, как результат, повышение доступности финансовых услуг для маломобильного населения. Внедрение подобных технологий позволит сократить издержки на финансовом рынке и развивать конкуренцию. Высокий уровень безопасности данных, так как биометрические данные будут храниться в обезличенной форме в Единой биометрической системе, а идентификационные данные – в ЕСИА. Сокращение числа случаев мошенничества. Так, например, Почта Банк отмечает, что системе удалось предотвратить порядка 10 тысяч мошеннических сделок объемом более 1,5 млрд рублей [3]. К еще одному преимуществу можно отнести универсальность механизма идентификации, что приведет к распространению на другие сферы

финансового рынка: страхование, микрофинансирование, сфера государственных услуг и др.

Итак, на основе вышесказанного, следует подчеркнуть практический интерес банковского сообщества от внедрения биометрии. Во-первых, это развитие банковского сектора, путем внедрения новейших технологий. Во-вторых, повышение конкурентоспособности, что выражается в поиске ранее не внедряемых в банковскую сферу разработок. В-третьих, это то, что с улучшением качества услуг, опять же благодаря новым методам, вводимым в банковскую систему, банк способен привлечь все больше клиентов. Также, стоит сказать, что новые технологии во многом упрощают финансовые сделки, позволяют расширить спектр услуг, предоставляемый банком, и, что самое важное, повысить уровень безопасности системы.

Подводя итог, следует отметить, что Российский рынок финансовых услуг выходит на новый уровень развития, способный конкурировать с иностранными рынками. Стоит сказать, что применение биометрических технологий в целях идентификации будет стимулировать развитие технологий за счет повышения доверия потребителей, а также развивать конкуренцию между различными биометрическими алгоритмами (вендорами) с учетом единых требований и стандартов [2].

Литература

1. Федеральный закон от 31.12.2017 N 482-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"

2. Обзор международного рынка биометрических технологий и их применение в финансовом секторе [Электронный ресурс] // <http://www.cbr.ru>

3. Узнает с первого взгляда: зачем банки используют технологию распознавания лиц при выдаче кредита [Электронный ресурс] // <https://360tv.ru>

4. Система одного лица: когда заработает биометрическая идентификация [Электронный ресурс] // <https://www.rbc.ru>

5. ВТБ24 начал тестировать на клиентах двухфакторную биометрию [Электронный ресурс] // <http://futurebanking.ru>

*Новикова К. В.,
студент 2 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: ks_nov_univer@mail.ru*

*Научный руководитель:
Бондаренко В.В.,
профессор, д.э.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: VaVBondarenko@fa.ru*

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ РОССИИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИЙ

Аннотация: В статье рассматривается влияние санкций на экономику России. Были представлены основные результаты научно-исследовательской работы, в результате чего определены структурные изменения экспорта и импорта страны. Рассмотрены различные экспертные оценки прогнозируемого влияния санкций. В работе также предложены возможные первые шаги в сторону нормализации отношений и последующих снятий санкций.

Ключевые слова: мировая экономика, экспорт, импорт, антироссийские санкции.

*Novikova K. V.,
student 2 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: ks_nov_univer@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Bondarenko V.V.,
Doctor of Science (Economics), Professor
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: VaVBondarenko@fa.ru*

FOREIGN TRADE OF RUSSIA UNDER THE SANCTIONS

Abstract: In article influence of the sanctions on economy of Russia is considered. There were presented the main results of research work about structural changes of export and import of the country. An experts considered estimate about predicting influence of sanctions. In work there were offered the possible first steps towards normalization of the relations and the subsequent removals of sanctions.

Keywords: world economy, export, import, anti-Russian sanctions.

Тема западных санкций который год не уходит из российских СМИ, повестки правительства, крупных и средних отечественных компаний. Свою нишу нашла здесь и пропаганда, пытающаяся убедить общественное мнение в отсутствии негативного эффекта санкций и даже, наоборот, в их позитивном воздействии на российскую экономику. В то же время в высказываниях управленцев всех уровней вплоть до членов правительства и президента в последние годы можно было услышать прямое или косвенное признание вреда санкций для экономики страны.

Наличие экономических санкций следует считать вторым по значимости фактором, сдерживающим российскую экономику. Первый, определяющий, заключается, по большому счету, в исчерпанности нынешней экономической модели, базирующейся главным образом на эксплуатации природных ресурсов, нефти и газа. Российская институциональная среда не является до сих пор по-настоящему рыночной — в ней нет надежных гарантий прав частной собственности, вместо здоровой конкуренции продолжает работать административный ресурс, сопровождаемый разными формами давления на бизнес, экономика весьма слабо воспринимает инновации, деловая активность бизнеса находится на низком уровне. В результате, лишившись драйвера роста в виде высоких цен на нефть, как это было 10 лет назад, а также активного притока иностранных инвестиций, экономика не обрела иных драйверов. Между тем, согласно обновленному базовому сценарию Минэкономразвития, с 2017 г. по 2020 г. российская экономика будет расти темпом чуть выше 2% в год, тогда как среднемировой показатель роста развивающейся страны должен составлять 3-3,5% в год. Таким образом, экономика страны не только не догоняет более сильные развивающиеся страны, но и грозит отстать от тех, кого сейчас опережает.

Рассмотрим отрицательные последствия, которые нанесли экономические санкции экономике России.

1. Снижение ВВП. С начала действия санкций, каждый год российский ВВП теряет от 1% до 1,5%. На март 2017 г. за весь санкционный период совокупные потери российского ВВП оценивались суммой от 2 до 2,5 трлн руб.

2. Отток иностранных инвестиций. Введение санкций, неустойчивая положение экономики и агрессивное поведение России в политике негативно сказались на инвестиционном климате, снизилось доверие иностранных инвесторов. Так, в 2014 г. чистый отток капитала из России вырос в 2,5 раза по сравнению с 2013 г., достигнув рекордных 151,5 млрд долл. За 2017 год из России, по подсчетам регулятора, было вывезено 28 миллиардов долларов. В 2016 году из РФ вывели 8,2 миллиарда долларов.

3. Запрет на кредитование российских банков и компаний в западных банках. В результате российские компании в значительной степени лишились средств на развитие проектов, поскольку предстояло выплачивать значительные суммы по долгам. По данным PricewaterhouseCoopers, если в

2013 году только на рынке еврооблигаций российские эмитенты привлекли 46,4 млрд долл. США, то в 2015 году лишь около 5 млрд долл. США.

4. Прекращение сотрудничества в области крупномасштабных промышленных проектов. В соответствии с введенными с самого начала санкциями ЕС прекратил оказывать России услуги по глубоководной разведке месторождений и добыче нефти, по добыче нефти в Арктике и разработке сланцевых месторождений. Кроме того, в новом пакете санкций, принятом в 2017 году, расширяется круг проектов по разработке сланцевой нефти, Арктического шельфа и глубоководных месторождений, в которых ограничено или запрещено участие американских компаний. По данным европейского интернет-издания Euractiv, в числе совместных проектов компаний из России и ЕС, которые могут пострадать от санкций США, — «Балтийский СПГ», газопровод «Голубой поток», трубопровод Каспийского трубопроводного консорциума, «Северный поток» и «Северный поток-2». Также в списке попадающих под риски проектов — расширение завода СПГ «Сахалин-2», Южно-Кавказский газопровод и месторождение Шах-Дениз, месторождение Зохрана на шельфе Средиземного моря.

5. Ограничение поставок высокотехнологичного оборудования, не имеющего аналогов в мире. Так, например, для добычи нефти и газа из Южно-Киринского месторождения «Газпрома» в Охотском море необходимы специальные подводные комплексы. Нужное оборудование производят только американские компании FMC Technologies, Cameron, GE Subsea и норвежская Aker. Китай пока не способен заместить в должной мере западное оборудование и услуги в данной сфере.

Контрсанкции России, которые уже введены или находятся в стадии разработки так же не улучшают положения страны. Одной из главных проблем санкционной войны можно назвать трудность переориентирования импорта и экспорта на новые страны. Говоря об импорте, это в первую очередь касается отраслей, где доля импорта которых на российском рынке очень высока, например, фармацевтическая продукция, механизмы, оборудование, высокотехнологичные товары. Рассмотрим структуру российского импорта.

Таблица 1 – Структура российского импорта 2014-2017 гг. (млрд. долл. США)

	2014	2015	2016	2017
Торговый партнёр	Импорт	Импорт	Импорт	Импорт
Китай	50,853	35,199	38,087	48,376
Германия	32,947	18,992	19,449	22,750
США	18,594	11,490	11,066	12,673
Беларусь	12,316	7,989	9,406	11,398
Италия	12,677	7,928	7,839	9,855
Франция	10,552	5,563	8,492	9,208
Япония	10,917	6,819	6,680	7,764
Корея	8,972	4,532	5,113	6,939
Прочие страны Европы	0,148	4,272	0,195	5,689
Украина	10,714	5,643	3,951	4,944
Казахстан	7,172	4,275	3,612	4,738

Польша	7,069	3,840	3,957	4,676
Великобритания	7,778	3,700	3,432	4,043
Нидерланды	5,265	2,927	3,021	3,648
Турция	6,654	4,069	2,148	3,442
Финляндия	4,568	2,411	2,478	3,401
Вьетнам	2,296	2,055	2,465	3,329
Чехия	4,894	2,679	2,767	3,219
Другие страны	72,260	48,401	48,100	58,122

Представим табличные данные в графическом виде:

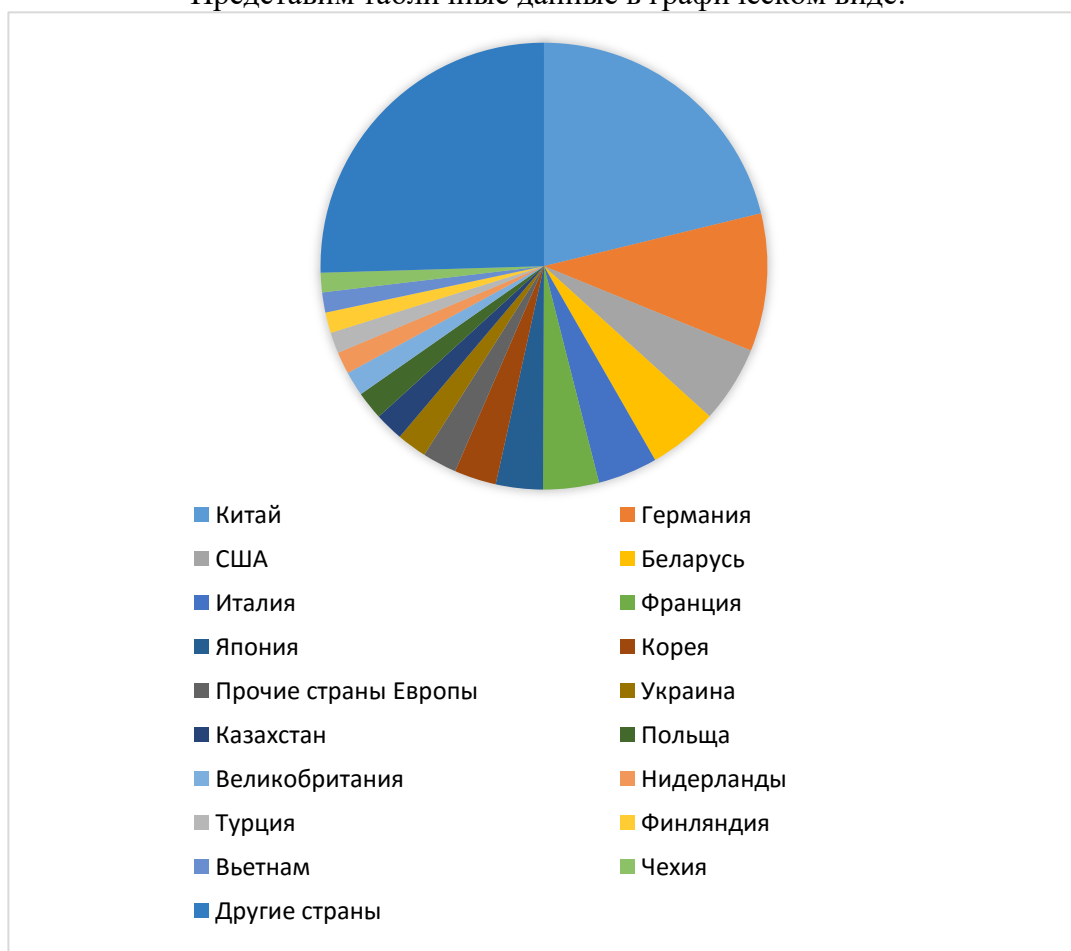


Рисунок 1 – структура российского импорта в 2017 году

Таким образом, мы видим, что из 20 крупнейших поставщиков импортных товаров в 2017 году порядка 11 стран поддержали антироссийские санкции, что составляет 39% всего российского импорта, если учесть долю остальных стран, процентный показатель увеличится. Безусловно, главный российский импортер – Китай, не поддержал санкции, но он не может полностью удовлетворить российский спрос во многих отраслях.

Следует заметить, что и импортировать Россия стала меньше, но за такой срок осуществить импортозамещение путем производства товаров внутри страны нельзя, так что пока можно говорить лишь о дефиците многих импортных товаров на российском рынке.

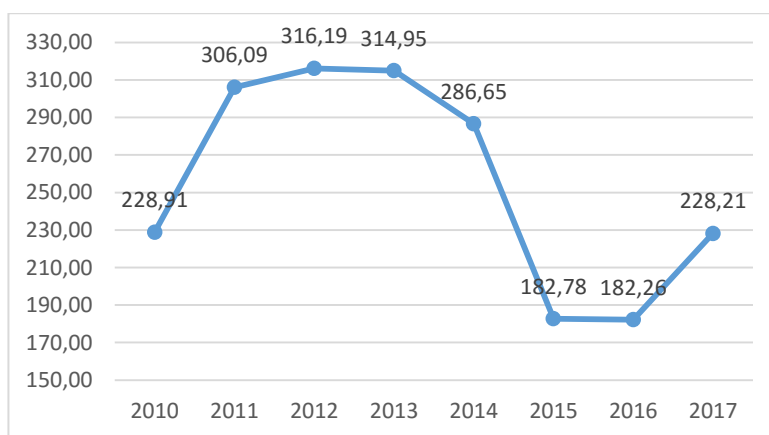


Рисунок 3 – динамика российского импорта 2010-2017 гг., млрд долл. США

В Постановлении ЕС от 31 июля 2014 года «об ограничительных мероприятиях в отношении России» запрещается поставлять в Россию «Товары с двойным значением», это касается, к примеру, поставок ядерного оборудования. На рисунке 2 мы можем видеть, что данный запрет повлиял на структуру этого рыночного сегмента. На рисунке видно, что рынок постепенно перестраивается, увеличивая поставки из Китая и снижая в европейских странах. Можно заметить, что значительно увеличились поставки в «других странах Европы», здесь имеются ввиду с страны, не поддерживавшие санкции и ставшие новым источником импорта. Однако, как видно из рисунка, а 3 года рынок еще не может полностью отказаться от западной продукции т.к. их доля значительно снизилась (в среднем на 30%), но все еще составляет весомую долю в импорте ядерной продукции и оборудования.

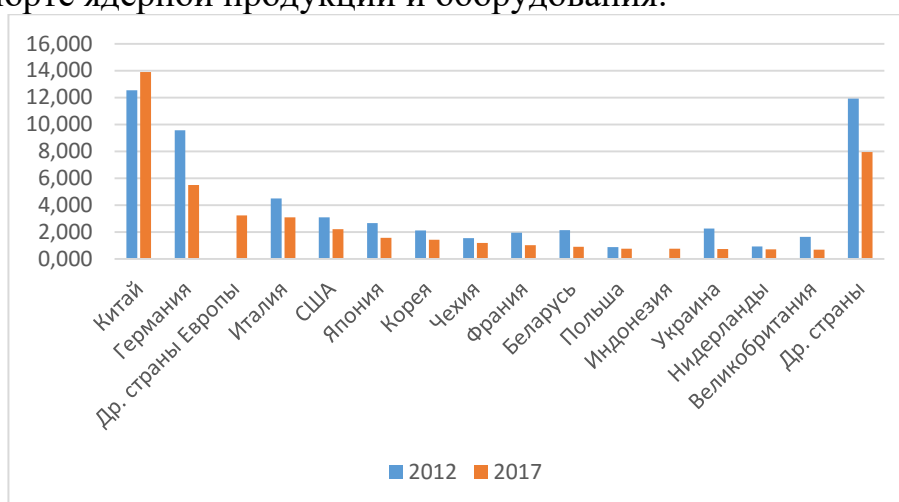


Рисунок 2 – динамика импорта в Россию продукции «Реакторы ядерные, котлы, оборудование и механические устройства; их части» в 2012 и 2017 гг., млрд. долл. США

Если коснуться контрсанкций России, а именно запрет на ввоз многих пищевых продуктов, то, как видно из рисунка 4, что география импорта пищевой продукции, например, мяса и пищевые мясных субпродуктов,

сильно уменьшилась. Сравним географическую структуру российского импорта мяса в 2017 и в 2010 гг.

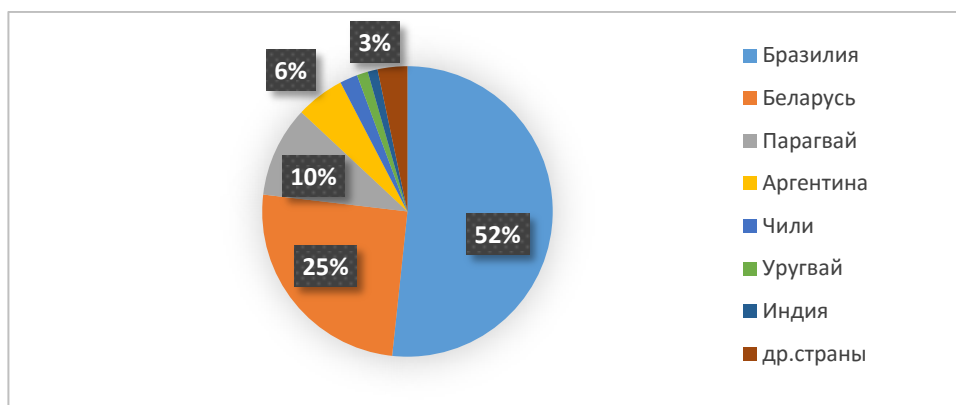


Рисунок 5 – структура российского импорта в 2017 году

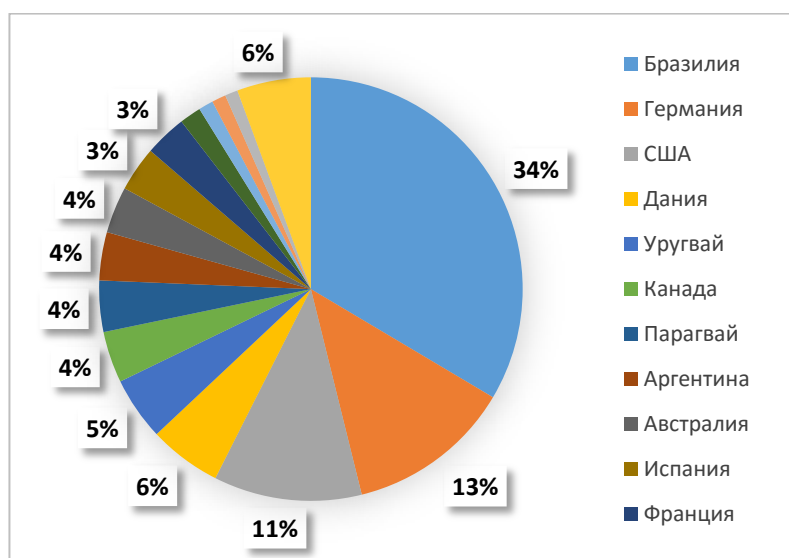


Рисунок 6 – структура российского импорта в 2010 году

Заметим, что страны-лидеры в поставке мяса в 2017 году, такие как Индия, Беларусь, Казахстан не поставляли данной продукции в 2010 году вообще, т.е. контрсанкции вынудили российских поставщиков кардинально изменить географическую структуру импорта. Таким образом, поставщики сосредоточились преимущественно на странах СНГ, странах Африки и Южной Америки, так доля Бразилии в импорте мяса увеличилась на 18% (до 52%), Беларуси на 25%, Парагвая на 7%.

Кратко рассмотрим изменения, произошедшие в российском экспорте нефти с вводом санкций. Несмотря на то, что сами санкции не коснулись ограничений на поставки нефти и нефтепродуктов из России, само обострение политических взаимоотношений с западными странами может привести к существенным изменениям экспорта.

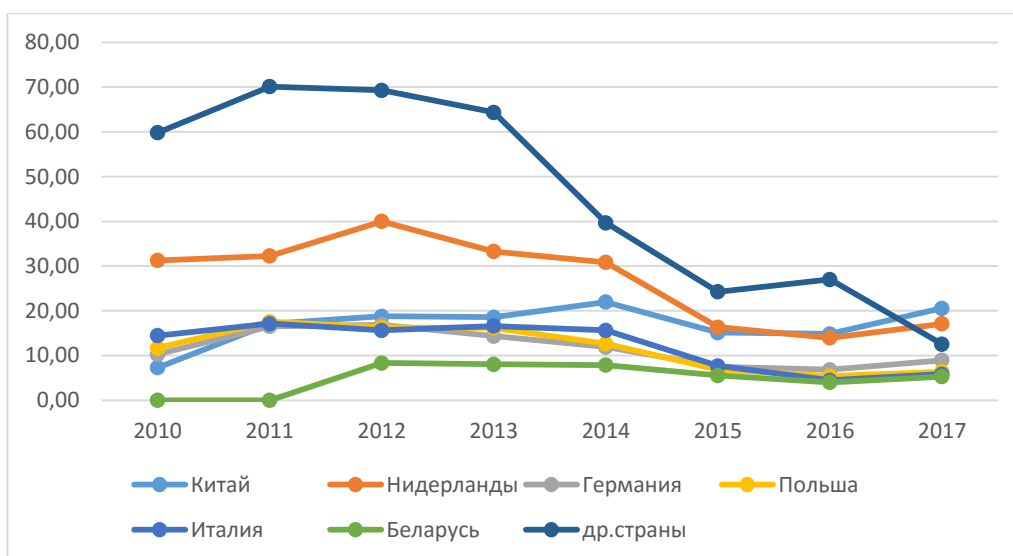


Рисунок 7 – динамика экспорта нефти России в мире 2010-2017 гг.

Как видно из рисунка, с 2014 года экспорт нефти во всем мире существенно снизился. Обратим внимание на Нидерланды, который был лидером в поставках нефти из России, однако с введением санкций в 2014 году, объем экспорта резко снизился и в 2017 году, лидером экспорта стал Китай.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что санкции и контрсанкции нанесли серьезный вред российской экономике по всех сферах. Снижение ВВП, отток инвестиций, прекращение совместного сотрудничества во многих крупных промышленных проектов, продуктовое эмбарго, закрытие доступа к «дешевым» европейским деньгам, инфляция - это и многое другое стало последствием санкционной войны и усиления политической напряженности между Россией и западными странами. Обострение отношений, безусловно, бьет не только по экономике России, но и по экономике других стран. В результате санкций Россия объявила политику импортозамещения, но этот процесс длительный и требует огромных вложений в экономику страны, более того, российские предприятия не смогут полностью удовлетворить потребности во многих импортных товарах. А пока российские компании вынуждены менять структурную географию импортных товаров, в результате чего Россия начала закупать у тех стран, с кем в досанкционные годы не сотрудничала и расширять импорт из уже существующих поставщиков, например, у Бразилии и Парагвая. От подобных действий выиграли многие страны, в особенности Беларусь, которая с 2014 г. стала основным поставщиком многих продовольственных товаров в Россию, и Китай, чьи торговые отношения с Россией стали еще ближе.

В данный момент текущую политическую ситуацию между Россией и западными странами можно назвать тупиковой – ни одна из сторон не желает идти на уступки. Однако, так не может продолжаться долго, рано или поздно России придется пойти на компромиссы хотя бы в некоторых вопросах и тогда лобби западных стран, желающих преодоление экономических барьеров, снова возобновят действия.

Российская экономика давно и достаточно глубоко встроена в мировую, что не раз подчеркивали и президент В. Путин, и премьер Д. Медведев. От поставок оборудования и комплектующих зависят буквально все отрасли национальной экономики, включая ВПК и агрокомплекс. При этом во многих секторах машиностроения зависимость от импорта доходит до 90%. Более того, многие экспортные товары России в значительной части зависят от импортных поставок, пример приведенного выше нефтегазовой разведки очень показателен. Зависимость остающегося базовым в экономике страны нефтегазового комплекса от поставок зарубежного оборудования в ближайшей перспективе, скорее всего, останется весьма существенной. Это рискует негативно отразиться на уровне добычи углеводородов. Наконец, сегодня санкции — главный сдерживающий фактор для иностранных инвесторов, поскольку они не в состоянии выстроить стратегию работы на российском рынке, не зная, когда будут сняты санкции. А иностранные инвестиции для российской экономики — одновременно драйвер роста и источник современных технологий.

Оценку влияния западных санкций на Россию дают множество как зарубежных, так и отечественных экспертов. Так, например, Алексей Кудрин, бывший министр финансов России, отметил, что при условии сохранения санкций Россия теряет доступ к западным технологиям и капиталу, что ограничит темпы роста ВВП двумя процентами в год. Также Кудрин прогнозирует снижение конкурентоспособности страны и очень медленный рост уровня жизни населения. Западные оценки также не утешительны. Bloomberg оценил потери богатейших россиян от санкций США в 16 млрд долл. США. Спецдокладчик ООН Идрис Джазаيري озвучил доклад, оценивший российская экономика с 2014 г. потеряла вследствие воздействия санкций 55 млрд долл. США.

Таким образом, санкционный режим, в случае его продолжения Западом, будет по-прежнему оказывать негативное воздействие на российскую экономику. В краткосрочной перспективе российские компании могут адаптироваться к санкциям, но лишь частично. В перспективе следует менять риторику с западными странами и добиваться снятия экономических санкций.

Для снятия санкционного режима необходимо, как говорилось выше, изменять политическую риторику в отношении всех конфликтных ситуаций. Это касается, в первую очередь, конфликта на Украине. 20 февраля 2018 года в Киеве был принят закон о реинтеграции Донбасса, узаконивший любые военные операции в данной территории. России следует добиваться признания этого закона недействительным, поскольку он противоречит целому ряду норм международного права и делает невозможным мирное урегулирование конфликта. России также следует в перспективе снижать свое военное присутствие на территории Украины, вплоть до полного вывода всех воинских подразделений. Кроме того, следует отказаться от «зеркальной» политики: больше не вводить контрсанкции и не высылать иностранных дипломатов.

Подобная ответная агрессия привела лишь к тупиковой ситуации, в которой сейчас находятся все стороны конфликта.

Литература

1. Russia sanctions: What you need to know // CNN. 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://edition.cnn.com/2017/07/25/europe/russia-sanctions-explainer/index.html> (дата обращения: 02.05.2018)
2. Каталог открытых данных // TrendEconomy. 2018. [Электронный ресурс]. URL: <http://trendeconomy.ru/> (дата обращения: 30.04.2018)
3. Новые санкции Запада и перспективы российской экономики // РСМД. 2018. [Электронный ресурс]. URL: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/novye-sanktsii-zapada-i-perspektivy-rossiyskoy-ekonomiki/> (дата обращения: 01.05.2018)
4. Кудрин предрек России долгие годы под санкциями // Lenta.ru. 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/news/2017/07/27/eternalsanctions/> (дата обращения: 02.05.2018)
5. Bloomberg оценил потери богатейших россиян от санкций США в \$16 млрд // РБК. 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/business/10/04/2018/5acc46bb9a7947b92ca9027d>

УДК 338

Пестрикова А.В.

студенка 3 курса

Краснодарский филиал Финансового Университета

при Правительстве РФ

г. Краснодар, Россия

e-mail: pestrikovanas@gmail.com

Научный руководитель:

Васильева Л.Ф.,

к.э.н., доцент

Краснодарский филиал Финансового Университета

При Правительстве РФ

г. Краснодар, Россия

e-mail: lorinav@bk.ru

ФИНАНСОВЫЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ПОВЫШЕНИЯ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА

Аннотация: в статье рассматриваются способы повышения деловой активности и ее значимость в экономике страны. Цель данной работы – изучить какими способами государство воздействует на количество предприятий нашей страны.

Ключевые слова: экономический рост, деловая активность, финансовые технологии.

Pestrikova A.
3rd year student
Krasnodar Branch of the Financial University
Under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: pestrikovanas@gmail.com

Scientific adviser:
Vasilyeva L.,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Krasnodar Branch of the Financial University
Under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: lorinav@bk.ru

FINANCIAL TOOLS TO INCREASE BUSINESS ACTIVITY OF RUSSIAN BUSINESS

Annotation: The article considers ways of increasing business activity and its importance in the country's economy. The purpose of this work is to study in what ways the state is affected by the number of enterprises in our country.

Keywords: economic growth, business activity financial technologies.

На экономику страны оказывают влияние различные факторы, такие как спрос и предложение, объем ресурсов, уровень развития науки и техники. Для того чтобы поднять экономику страны должна быть конкуренция товаров по цене и качеству. Первым делом нужно поднять внутреннюю экономику, для того чтобы обеспечить свою страну товарами собственного производства и устранить дефицит многих товаров. И уже после этого можно экспортировать товары за границу.

Россия имеет множество ресурсов, что позволяет расширять и открывать производство в различных отраслях, так почему же наша страна «ленится» производить собственное сырье, разве для нашей экономики выгодно закупать его у других стран? Конечно же нет, причины почему это происходит очень простые, зарубежные продукты имеют низкую стоимость, гораздо проще закупаться там, а продавать у нас в стране, нежели производить самостоятельно. Но нельзя забывать, что в результате таких закупок РФ поднимает экономику страны, у которой покупает данные продукты. Поэтому наше государство должно уделять должное внимание развитию деловой активности малого, среднего и крупного бизнеса. Большую часть экономики составляют малые предприятия, государство должно создать все условия для их развития.

Существует множество причин необходимости в развитии малого бизнеса. Главной причиной выступает улучшение экономической ситуации в стране, малые предприятия увеличивают количество рабочих мест, благодаря чему снижается уровень безработицы в стране, так же увеличивается бюджет страны за счет налогообложения. Кроме того продукция малого бизнеса более надежная и ценная, пользующаяся спросом, в отличие от государственных

организаций. Но, к сожалению, условий для развития малого бизнеса в России нет. Государство своими правилами и налогами все усилия предпринимателей губит на корню, не давая им подняться, да и очень сложно находчивым людям, с желанием начать свое дело, раздобыть средства для начального капитала.

Малые предприятия в нашей стране создают примерно 20% экономики РФ. Россия должна стремиться к увеличению данного показателя до уровня превышающего 50%, как и в других развитых странах. Для этого как заявил президент Торгово-промышленной палаты РФ Сергей Катырин, необходимо создать комфортные условия для развития предпринимателей и не мешать развиваться бизнесу на начальном этапе. «Необходимо создать комфортные условия для развития и не мешать бизнесу развиваться. Для этого необходимы доступные и долгосрочные кредиты, комфортная среда для бизнеса с ключевой процентной ставкой Центробанка не более 5% годовых (прим.-сейчас ставка ЦБ 7,25%) Помимо этого, необходимо упростить механизмы ведения бизнеса. Сейчас огромное количество времени и сил уходит на заполнение и сдачу запутанной документации, отчетов, внесение платежей.

С целью повышения деловой активности Российского бизнеса правительство РФ в июне 2016 года утвердило Стратегию развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года. Стратегия направлена на создание единой системы господдержки субъектов МСП, увеличение доступности предпринимателей к льготному финансированию, создание условий для повышения производительности труда на малых и средних предприятиях. На рисунке 1 представлена динамика малых предприятий в экономике за 2015-2017 гг.

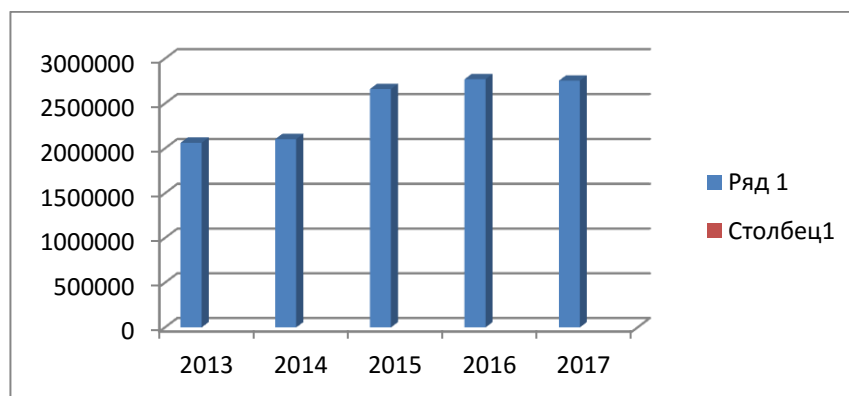


Рисунок 1 – Динамика малых предприятий в 2015-2017 гг.

Анализируя рисунок 1, можно сделать вывод о том, что число малых предприятий с каждым годом увеличивается. Большой скачок произошел в 2015 году, что связано с введением санкций против России, так количество малых предприятий увеличилось с 2103180 до 2661202. В 2016 году число предприятий увеличилось на 109 360. Однако уже в 2017 году количество предприятий сократилось на 15 985, что говорит о не эффективности введенной Стратегии развития малого и среднего предпринимательства. Из этого можно сделать вывод, что государству следует тщательнее изучать факторы,

влияющие на рост деловой активности и предпринимать активные действия для их введения.

Литература

1. Википедия. Информационная экономика. – URL: ru.wikipedia.org/wiki/ (дата обращения: 28.03.2016)
2. Информационная экономика. – URL: content.net.ua/registration/content/ua5743/pages/f33410 (дата обращения: 27.03.2016)
3. Карта слов и выражений русского языка. Структурные сдвиги в российской экономике. URL: <https://kartaslov.ru>
4. Мировая экономика - Учебное пособие. URL: <http://uchebnik-online.net>
5. Федеральная служба федеральной статистики. URL: <http://www.gks.ru/>

УДК 330.567.25

*Степанова Ю.А.,
Студент 3 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: stepanova_yulia97@mail.ru*

*Научный руководитель:
Игонина Л.Л.,
доцент, к.э.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: LLIgonina@fal.ru*

ИНВЕСТИЦИОННАЯ РОЛЬ СБЕРЕЖЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация: В данной работе представлена характеристика сбережений населения как главного источника инвестиций в российской экономике. В работе проводится анализ доходов населения, структуры и динамики сбережений за 2012-2016 гг. Также рассматриваются основные меры по повышению инвестиционной значимости сбережений в российской экономике.

Ключевые слова: сбережения, доход, инвестиции.

*Stepanova Y.A.,
student, 3 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: stepanova_yulia97@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Igonina L.L.,
Doctor of Science (Economics), Professor
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: LLIgonina@fal.ru*

SIGNIFICANCE OF POPULATION'S SAVINGS AS AN INVESTMENT RESOURCE IN THE RUSSIAN ECONOMY

Abstract: The article raises the problem of the population's savings as the main source of investment in the Russian economy. The article examines the income of the population, the structure and the dynamics of savings for 2012-2016. Moreover, there are presented ways to improve investment value of savings in the Russian economy.

Keywords: savings, income, investment

Сбережения населения представляют резерв долгосрочных средств, сформированных домашними хозяйствами, в результате решения о распределении располагаемого дохода, предназначенных для удовлетворения будущих потребностей, которые могут быть использованы в качестве инвестиционного ресурса через систему финансовой инфраструктуры.

Доходы служат основным источником удовлетворения потребностей домашних хозяйств в потребительских товарах и услугах, накопления, сбережения и обязательных платежей, т.е. осуществления расходов [2]. Обратимся к исследованию динамики денежных доходов и их распределения.

По таблице 1 видно, что денежные доходы населения России характеризуются недостаточно высоким уровнем.

Таблица 1 – Денежные доходы населения в 2012-2016 гг. [1]

Показатели	2012	2013	2014	2015	2016
Среднедушевые денежные доходы в месяц, руб.	23221,1	25928,2	27766,6	30466,6	30744,4
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников, руб.	26629	29792	32495	34030	26709
Реальные располагаемые доходы населения к предыдущему году, %	104,6	104	99,3	96,8	94,4

Анализируя таблицу, можно проследить то, что среднедушевые денежные доходы и среднемесячная номинальная заработная плата работников растет на протяжении исследуемого периода. Реальные располагаемые доходы населения, наоборот, имеют отрицательную динамику. За 2016 год они уменьшились на 5,6% по сравнению с 2015 годом. Это означает, что россияне продолжают беднеть, то есть фактически рост зарплаты и иного дохода обесценивается инфляцией- товары и услуги дорожают быстрее, то есть номинальная зарплата растет, а количество товаров, которые можно на неё купить- падает.

Распределение доходов среди населения является крайне неравномерным. Поскольку сбережения делают преимущественно группы населения с

наивысшим доходом, то значительная часть населения не в состоянии формировать сбережения из-за нехватки средств [2]. По данным Росстата, доля населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума в 2016 году составила 13,9 % от общей численности населения против 10,7% в 2012 году, т.е. количество бедного населения постепенно увеличивается.

На рисунке 1 представлено распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов.

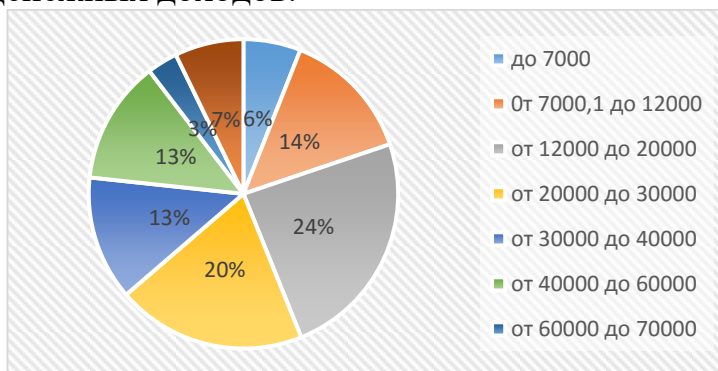


Рисунок 1 – Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов, %

Данная диаграмма доказывает неоднородность благосостояния населения. В 2016 году доход свыше 70000 руб. получали 7% граждан, от 60000 до 70000 руб.- 3%, от 40000 до 60000 руб. -13%. Таким образом, высокодоходный сегмент населения составляет 23% наиболее обеспеченных граждан, являющихся важнейшими субъектами сбережений.

Анализируя таблицу 2 можно увидеть, что доля расходов населения на покупку товаров и оплату услуг в 2015 году снизилась до 71%, а в 2016 году снова замечен рост данного показателя. Доля обязательных платежей и взносов также увеличилась в 2016 году.

Таким образом, в целом доля расходов в общей сумме денежных доходов снизилась незначительно с 85,3% в 2012 г. до 84,3% в 2016 г.

Таблица 2- Структура использования денежных доходов в 2012-2016 гг., %

Показатели	2012	2013	2014	2015	2016
Покупка товаров и оплата услуг, %	74,2	73,6	75,3	71	73,1
Оплата обязательных платежей и взносов,%	11,1	11,7	11,8	10,9	11,2
Сбережения,%	9,9	9,8	6,9	14,3	11,1
Покупка валюты,%	4,8	4,2	5,8	4,2	4,0

По рисунку 2 можно проследить, что доля сбережений в 2012-2016 гг. в среднем составляла 10,4%. При этом наименьшее значение наблюдается в 2014 году (6,9%), а наибольшее в 2015 году (14,3%).

Сокращение доли сбережений населения в 2016 г. по сравнению с 2015 г. связано с исчерпанием сберегательного потенциала наименее обеспеченных

домохозяйств и ослабление сберегательной стратегии в высокообеспеченных слоях населения.

Существенный интерес представляет анализ динамики доли организованных сбережений, состоящих из сбережений во вкладах и ценных бумагах. Проведем анализ динамики доли сбережений во вкладах и ценных бумагах в общей сумме доходов населения за 2012-2016 гг.



Рисунок 2- Динамика структуры денежных доходов населения по направлениям использования в 2012-2016 гг., %

По рисунку 3 видно, что сбережения во вкладах и ценных бумагах составляют незначительную часть доходов населения. Существенное снижение доли сбережений во вкладах и ценных бумагах в общей сумме доходов населения произошло в 2014 г. вследствие оттока средств из банковского сектора и направления их на приобретение иностранной валюты и недвижимости. В 2015 и 2016 году она стремительно выросла и приняла свои стандартные значения. Кроме того, по сравнению с 2012–2013 гг. в 2014 и 2015 гг. выросла доля «прочих сбережений», включающих изменение средств на счетах индивидуальных предпринимателей, изменение задолженности по кредитам и т.д.

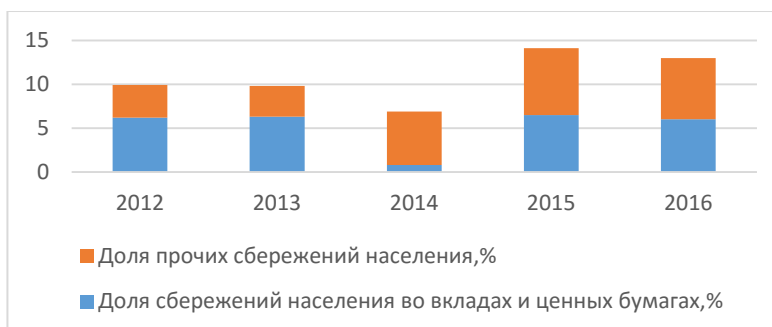


Рисунок 3- Динамика доли сбережений во вкладах и ценных бумагах в общей сумме доходов за 2012-2016 гг.

Основной формой организованных сбережений населения России выступают банковские вклады, составляющие более 90% от общей суммы сбережений населения во вкладах и ценных бумагах [4]. Анализ данных Банка России свидетельствует о росте величины вкладов физических лиц в

коммерческие банки в течение всего исследуемого периода. Это можно увидеть в таблице 3.

Таблица 3- Объем и структура привлеченных коммерческими банками РФ средств организаций и физических лиц

Дата	Привлеченные средства, млрд. руб.						
	Всего	организаций			физических лиц		
		млрд. руб.	уд. вес, %	прирост, %	млрд. руб.	уд. вес, %	Прирост, %
01.01.2011	15853,7	6035,6	38,1	-	9818,1	61,9	-
01.01.2012	20238,8	8367,4	41,3	38,6	11871,4	58,7	20,9
01.01.2013	23870,6	9619,5	40,3	15,0	14251,1	59,7	20,0
01.01.2014	27795,8	10838,3	39,0	12,7	16957,5	61,0	19,0
01.01.2015	35560,6	17007,9	47,8	56,9	18552,7	52,2	9,4
01.01.2016	42238	19018,2	45,0	11,8	23219,8	55,0	25,2

По состоянию на 1 января 2015 года доля средств физических лиц достигла минимального значения за исследуемый период- 52,2%. Также по таблице можно проследить снижение темпов прироста денежных вкладов. Резкое сокращение темпа прироста вкладов физических лиц произошло в 2015 году (9,4%). Снижение темпов прироста банковских вкладов может быть связано с изменением ключевой ставки, изменением уровня цен и расходов населения.

В современных условиях население не готово инвестировать или осуществлять сбережения по ряду причин: финансовая неграмотность, низкий уровень доверия к инвестиционным компаниям, банкам и т.д., падение благосостояния и доходов населения, рост доходов на потребление.

Кроме того, в сложившейся ситуации в конце 2016 и 2017 года ожидается дальнейшее падение уровня зарплат, пенсий и иных доходов. В таких условиях рост доли средств, которые домохозяйства могут направить на сбережения – крайне невозможен.

Использование инвестиционного потенциала сбережений населения может вывести на принципиально иной уровень развития страны в целом. Для решения этой проблемы целесообразно осуществить следующие меры: создание экономических предпосылок для формирования инвестиционного поведения населения и усиление доверия к существующим финансовым институтам, стимулирование сбережений населения во вклады, повышение доходов населения и уменьшение их дифференциации; обеспечение информационной открытости финансовых институтов, повышение доступности и технологических финансовых услуг, увеличение финансовой грамотности населения; совершенствование технологий финансового обслуживания населения; технологическое перевооружение финансовых рынков на основе информационных технологий; совершенствование налогового механизма для стимулирования развития индивидуальных и корпоративных, накопительных, страховых и пенсионных программ и др.

По нашему мнению, данные меры будут способствовать направлению сбережений населения в накопления и, соответственно, на инвестирование в экономику, и выполнению рынком банковских услуг функций механизма превращения сбережений в инвестиции.

Литература

1. Социально-экономическое положение России / Федеральная служба государственной статистики: 2016 г. // URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2016/social/utoch-osn-12-2016.pdf

2. Игонина Л.Л. Инвестиционная значимость сбережений населения в российской экономике // Дайджест-Финансы, 2017, т. 22, вып. 1, С. 4–18.

3. Игонина Л.Л. Российские финансовые институты: особенности функционирования и тенденции развития в современных условиях // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2011. № 4. С. 2-9.

4. Игонина Л.Л. Роль банков в финансовом обеспечении инвестиций в основной капитал // Финансы и кредит. 2015. № 2 (626). С. 2-13.

УДК 339.97

*Шурбаева П.А.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
(Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: shurbaeva_polina@mail.ru*

*Научный руководитель:
Бондаренко В.В.,
доктор экономических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
(Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: VaVBondarenko@fa.ru*

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА РОССИЮ

Аннотация: В статье исследуются причины распространения, качественные характеристики и последствия глобализации экономики. Целью работы является изучение процесса глобализации мировой экономики, выявление её причин и последствий относительно всего мира и российской экономики отдельно. Рассмотрены различные аспекты влияния данного процесса, как положительные, так и отрицательные, выявлен уровень развития глобализации в России, а также её отношение к данному процессу. Сделаны выводы о задачах мирового сообщества в рамках такой тенденции развития мира, как глобализации.

Ключевые слова: глобализация, интеграция, транснационализация, либеральная рыночная модель, интернационализация, международные организации.

Shurbaeva PA,
student, 3 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
(Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: shurbaeva_polina@mail.ru

Scientific adviser:
Bondarenko VV,
Doctor of Economics, Professor
Financial University under the Government of the Russian Federation
(Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: VaVBondarenko@fa.ru

GLOBALIZATION OF ECONOMICS AND ITS IMPACT ON RUSSIA

Abstract: The article explores the causes of the spread, the qualitative characteristics and consequences of the globalization of the economy. The aim of the work is to study the process of globalization of the world economy, to identify its causes and consequences for the whole world and the Russian economy separately. Various aspects of the impact of this process, both positive and negative, are examined, the level of development of globalization is revealed, as well as the state's attitude to this process in relation to the Russian Federation. Conclusions are made about the tasks of the world community in the framework of such a development trend of the world as globalization.

Key words: globalization, integration, transnationalization, liberal market model, internationalization, international organizations.

В конце XX века мир вступил в новую эпоху информационного общества и глобализации экономики. Глобализация экономики сегодня охватывает огромный спектр процессов, происходящих в мире, таких как усиленная интеграция стран-экономических субъектов, их конкуренция на международном уровне, информатизация, охватившая практически весь мир, транснационализация экономики. Что же представляет собой глобализация? Это многосторонний и многоплановый процесс формирования единого мирового экономического пространства, в результате которого мировая экономика приобретает новое качественное состояние.

Глобализация выражается в следующих формах: - углубление интернационализации производства, суть которого состоит в том, что в производстве определенного товара на разных этапах участвуют производители разных государств. Промежуточные товары и полуфабрикаты приобретают большое значение в экономике;

- углубление интернационализации капитала и фондового рынка, т.е. увеличение объёмов движения международного капитала, главным образом, в виде прямых инвестиций;

- глобализация производительных сил, которая предполагает обмен средствами производства и научно-техническими, технологическими

разработками, в том числе производственное сотрудничество, международное движение производственных ресурсов;

- формирование глобальной инфраструктуры, которая обеспечивает международное сотрудничество организаций разных государств;

- усиление интернационализации обмена, который осуществляется в рамках международного разделения труда, возрастания масштабов и значительном изменении характеристик мировой торговли. Более актуальной на современном международном рынке является сфера услуг, которая значительно преобладает над материальной сферой производства;

- увеличение масштабов международной миграции рабочей силы, которое актуально в связи с тем, что население развивающихся стран находят себе работу в качестве малоквалифицированных специалистов в развитых странах. Однако государства, предлагающие работу данной категории общества, сдерживают иммиграцию в определенных пределах. Телекоммуникационные технологии уже сегодня способны безболезненно ограничить иммиграционные потоки;

- растущая интернационализация воздействия производства и потребления на окружающую среду, которая подталкивает государства к международному сотрудничеству для решения определенных экологических проблем, затрагивающих весь мир.

Конечно же ни для кого не секрет, что на протяжении уже многих лет активно развивается интренационализация мирового хозяйства. Итак, выделяют следующие качественные характеристики развития современной интернационализации международного хозяйства, непосредственно связанные с процессом глобализации:

- сокращение экономических границ между всеми государствами, позволяющее объединить их в одно глобальное экономическое пространство;

- возрастание роли транснациональных корпораций (ТНК) и банков (ТНБ) в управлении глобальными экономическими процессами.

- развитие региональных интеграционных объединений с определенными целями их существования. Это позволяет объединить различные ресурсы государств в глобальное мировое пространство.

- массовое распространение либеральной рыночной модели, обеспечивающее рыночную целостность мирового хозяйствования. Для этого Международный валютный фонд и Всемирный банк разработал единую для всех развивающихся и посткоммунистических стран макроэкономическую стратегию, способствующую достижению экономического роста, которая получила название «Вашингтонский консенсус».

Совершенно очевидно то, что процесс глобализации это объективное явление, которое распространилось по определённым причинам, основными из которых являются

— В первую очередь, это острота современной конкуренции и рост масштабов производства, в результате которых предприниматели ищут новые территории, на которых был бы выгодным их бизнес, «переступая» границы

своего государства.

— Постепенное налаживание политических отношений между государствами во второй половине XX в., которое сопровождалось: распадом колоний, окончанием «холодной» войны (противостояние экономических систем), которое дало толчок развитию одной глобальной экономической системы в рамках целостного мира.

— Научно-технический прогресс, который позволяет создать усовершенствованную экономическую инфраструктуру, в рамках которой становится гораздо проще преодолеть разрыв между пространством и временем, а также перемещать различные товары и даже факторы производства, такие как капитал, рабочую силу, технологии, по всему миру. Сократились определённые экономические издержки, связанные с перемещением выше описанного, а также сократился уровень экономических рисков.

Таковы причины распространения глобализации. Теперь хотелось бы перейти к следующей части моего исследования, т.е. к последствиям описанного мной процесса. Итак, с одной стороны, этот процесс влияет на углубление специализации государств и определённых фирм, т.е. международного разделения труда, а также усилению конкуренции на современном рынке, что влечёт за собой появление новых товаров и услуг по оптимальным ценам. Также конкуренция подталкивает к развитию модернизированной техники и технологий, их распространению по всему миру. Глобализация стимулирует появление транснациональных компаний, т.к. в условиях описанного процесса рост прямых инвестиций на порядок превышает темпы роста торговли, что непосредственно влияет на национальную экономику.

Этот процесс также ведёт к повышению производительности труда работников вследствие рациональной организации производства на высоком уровне и увеличения масштабов распространения новейших технологий. Глобализация способствует интеграции государств с целью решения глобальных проблем. Вы скажете: не создаёт ли сама глобализация почву для возникновения этих самых глобальных проблем. Действительно, в какой-то мере это справедливо. Я как раз собиралась перейти к негативным последствиям глобализации.

Но с другой стороны, данный процесс имеет ряд негативных последствий. Глобализация создаёт почву для возникновения неравномерности в доходах различных слоёв населения, т.к. рынок в таких условиях делится на производство товаров и услуг, способных эффективно конкурировать на мировом рынке и не способных, что приводит к острому расслоению общества по доходам. Увеличивается доля населения, занятая в неэффективных отраслях производства с точки зрения глобализации рынка. Такое последствие, в свою очередь, влечет за собой возрастание уровня напряженности в мире, которая увеличивает определённые экономические риски и становится барьером для стабильности развития мировой экономики.

Глобализация также создаёт определённые препятствия для

государственного регулирования экономики. Причиной этого выступают ТНК, ТНБ и другие международные организации, которые определяют конъюнктуру рынка так, что прежние рычаги государственного воздействия на экономику, такие как таможенные пошлины, курс национальной валюты, ставка рефинансирования, становятся неэффективными.

Также данный процесс вызывает массу отрицательных внешних эффектов. Дело в том, что крупные организации в условиях острой конкуренции в погоне за получением высокой прибыли руководствуются лишь личными интересами. Вследствие чего могут применять в производстве опасные для окружающей среды и здоровья общества средства. Предприниматели, как правило, руководствуются принципом: «На войне все средства хороши», что влечёт за собой развитие глобальных проблем. В таком случае, я считаю, что когда сталкиваются частный интерес и интерес общества, для предпринимателей в условиях глобализации на первое место должен становиться именно общий интерес, их действия не должны вредить какой-либо части населения и окружающей среде.

В современных условиях, с одной стороны, развивается экономика ведущих стран мира, но с другой, попадают в технологическую зависимость развивающиеся страны и страны с переходной экономикой. Дело в том, что для развития передовой экономики у ряда стран нет материальных средств, а заимствованные технологии становятся неэффективными при отсутствии высококвалифицированной рабочей силы.

Именно поэтому сторонниками глобализации сегодня выступают страны с передовой экономикой, т.е. страны Запада. Если разобраться, то можно сделать вывод, что данный процесс является выгодным именно для тех субъектов политики и экономики, которые претендуют на мировое лидерство. Между тем, Россия никогда не проявляла стремлений занимать такое место. РФ всё своё существование препятствовала реализации проекта по созданию единого мирового пространства. Именно поэтому мы видим стремление мировых лидеров устранить нашу страну любыми методами. Яркий пример тому, санкции, которые ввели США и его сторонники, касательно экономики России. Понятно, что Россия не может изолировать себя от происходящих в мире процессов, однако, она не будет терпеть формирующийся монополярный формат. Поэтому она имеет право в качестве суверенного государства, в соответствии с созданными теми же американцами нормами международного права, требовать соблюдения и учета международными партнерами российских национальных интересов.

Конечно, глобализация несёт не только отрицательные эффекты для России, она подталкивает к экономической интеграции со странами-союзниками, вследствие чего хоть и не в такой степени, в какой хотелось бы, но всё же происходит модернизация технологий, создаются предприятия, товары, услуги которых способны конкурировать на мировом рынке. Ограничения, введенные определёнными странами с одной стороны ухудшили положение экономики РФ в целом, однако явились стимулом для качественного развития

своего производства, создания рабочих мест и т.д.

Россия постепенно начинает входить в систему мирохозяйственных связей, однако этот процесс в условиях глобализации сопряжён с постоянной необходимостью решать огромный спектр экономических политических и организационных проблем. Поэтому требуется постоянный анализ последствий реализации одного из направлений развития России, такого как открытие экономики и корректировка путей ее адаптации к глобальной системе мирохозяйственных связей.

Вследствие того, что глобализация в современном мире является основной тенденцией его развития, задачей мирового сообщества является сокращение негативных последствий и дальнейшее стимулирование факторов, влияющих на появление позитивных последствий этого процесса.

Литература

1. Зубенко, В.В. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебник и практикум / В.В. Зубенко, О.В. Игнатова, Н.Л. Орлова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 409 с.

2. Пономарева, Е.С. Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебное пособие / Е.С. Пономарева, Л.А. Кривенцова. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 287 с.

3. Мировая экономика: Учебное пособие / Под ред. И.П. Николаевой. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 399 с

4. <http://ic-pnb.ru/analytics/rossiya-v-vyzovah-globalizatsii>

5. <http://rusrand.ru/analytics/vebagdasarjan-rossija-i-globalizatsija>

УДК 338

*Коваленко О.А., Гончаренко Э.В.
Студенты 3 курса
Краснодарский филиал Финансового
Университета При Правительстве РФ
г.Краснодар, Россия
e-mail: olya96.09@mail.ru ,
goncharenkoelina@yandex.ru*

СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РЫНКА ТРУДА РОССИИ

Аннотация: В статье исследуется рынок труда России. Представлен статистический анализ уровня безработицы России, рынка труда России по отраслям.

Ключевые слова: рынок труда, статистика рынка труда, безработица, занятость населения.

*Kovalenko OA, Goncharenko E.V.
Students of 3 courses
Krasnodar Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: olya96.09@mail.ru ,
goncharenkoelina@yandex.ru*

Scientific Adviser:
Tymoshenko N.V.,
Associate Professor, Candidate of Economic Sciences
Krasnodar Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: nt-40@mail.ru

STATISTICAL ANALYSIS OF THE Labor MARKET IN Russia

Abstract: The article examines the labor market in Russia. The statistical analysis of the unemployment rate in Russia, the labor market of Russia by branches is presented.

Key words: labor market, statistic of labor market, unemployment, employment of the population.

Рынок труда – это система экономических и социальных, правовых и организационных отношений, регулирующих распределение и использование рабочей силы.

Важнейшей составной частью статистики занятости является статистическая информация о безработице, которая дает возможность определить количественные характеристики уровня, объема, тенденций этого явления, количественный и качественный состав данной категории населения. В таблице 1 приведены уровень безработицы и уровень занятости населения РФ.

Таблица 1- Статистика уровня занятости населения и безработицы РФ в 2014-2016 гг.(%)

Год	2013	2014	2015	2016
Уровень занятости населения,%	64,8	65,3	65,3	65,7
Уровень безработицы населения,%	5,5	5,2	5,6	5,5

В 2016 г. по сравнению с 2013 г. прослеживается увеличение уровня занятости населения на 1,3 %. Показатель уровня занятости населения имеет положительную тенденцию. В 2014 и 2015 году показатель имеет одинаковое значение 65,3%.

На рисунке 1 отмечается снижение уровня безработицы в 2014 году, но в 2015 году резкое увеличение этого показателя, на что повлиял экономический кризис, начавшийся в 2014 году. Уровень безработицы населения в 2016 году снизился и остановился на уровне 2013 года, не достигнув уровня 2014 года.

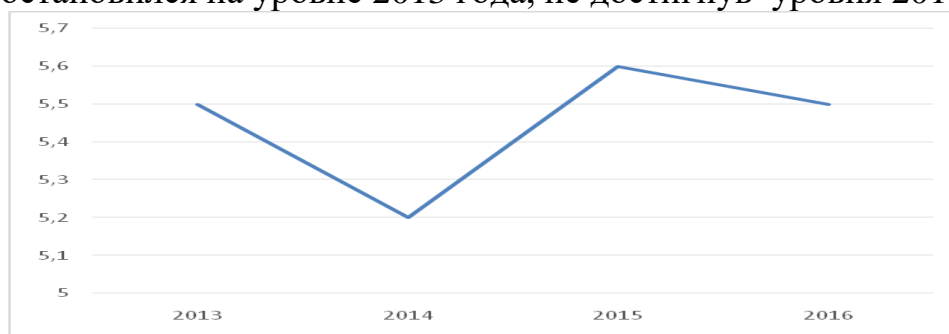


Рисунок 1- Уровень безработицы населения Российской Федерации в 2013-2016 гг.

На рисунке 2 представлено изменение уровня занятости населения Российской Федерации, в предкризисное время показатель имел положительную тенденцию к росту. Рост уровня занятости населения замедлился в 2014 и 2015 году.



Рисунок 2- Уровень занятости населения Российской Федерации в 2013-2016 гг.

Из таблицы 2 следует, что в 2015 году по сравнению с 2013 годом увеличился процент занятого населения в сфере «Финансовая деятельность, операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» почти на 0,4 %. В сфере «Сельское и лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство» наоборот снизился процент в общем объеме с 7,0 % в 2013 году до 6,7 % в 2016 году. Также удельный вес сферы «Обрабатывающие производства» уменьшился с 14,8 % в 2013 году, до 14,4 % в 2016 году. Статьи «Производство и распределение электроэнергии, газа и воды» и «Другие виды экономической деятельности» имеют наименьший удельный вес.

Таблица 2-Распределение занятого населения РФ по видам экономической деятельности в 2013-2016 гг., %

Вид экономической деятельности	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Всего	100	100	100	100
Сельское и лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	7,0	6,7	6,7	6,7
Добыча полезных ископаемых	2,2	2,1	2,1	2,2
Обрабатывающие производства	14,8	14,5	14,3	14,4
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	3,2	3,3	3,2	3,2
Строительство	7,6	7,6	7,6	7,2
Оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования, гостиницы и рестораны	18,4	18,4	18,4	18,5
Транспорт и связь	9,4	9,5	9,5	9,5
Финансовая деятельность, операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	9,0	9,3	9,4	9,2

Государственное управление и обеспечение военной безопасности, социальное обеспечение	7,4	7,3	7,4	7,4
Образование	9,2	9,2	9,2	9,4
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	7,9	7,9	7,9	8,0
Другие виды экономической деятельности	4,1	4,3	4,3	4,3

Из рисунка 3 можно сделать вывод о том, что наибольший удельный вес в экономике Российской Федерации занимает отрасль оптовой и розничной торговли - около 18 % и отрасль обрабатывающих производств - около 14,5%. Наименьший удельный вес занимают такие отрасли как: добыча полезных ископаемых - около 2 % и производство и распределение электроэнергии, газа и воды - около 3 %. Отрасли «Транспорт и связь», «Образование», «Финансовая деятельность, операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг» имеют примерно одинаковый удельный вес, в пределах 10%.

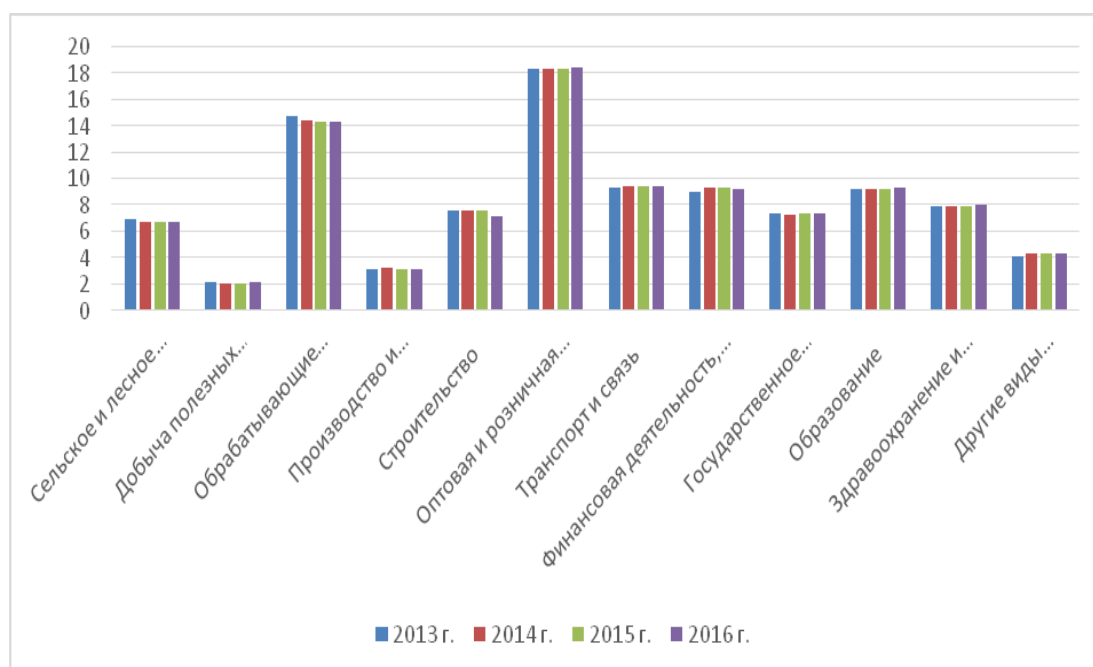


Рисунок 3- Структура отраслей в экономике Российской Федерации в 2013-2016 гг.

На рисунке 4 прослеживается изменение численности экономически активного населения Российской Федерации за 2013-2016 гг. Число экономически активного населения в течение рассматриваемого периода возросло во всех федеральных округах страны. По данным Росстата, в 2016 году увеличился объем экономически активного населения Российской Федерации по сравнению с 2013, 2014, 2015 годами. А именно 1107,2 тыс. чел., увеличение объема экономически активного населения повлияло присоединение республики Крым в состав Российской Федерации.

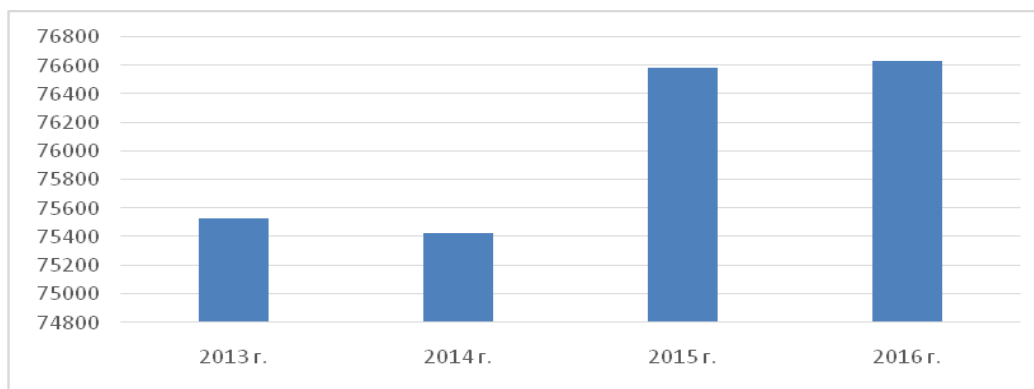


Рисунок 4 - Численность экономически активного населения Российской Федерации 2013-2016 гг.

Можно сделать вывод, в ближайшие 5-7 лет будет наблюдаться высокий спрос на технических специалистов и специалистов продаж, администраторов и профессионалов в области ИТ. Менее востребованными будут оставаться выпускники гуманитарных специальностей.

В настоящее время важной проблемой в России является необходимость повышения занятости населения и сокращения уровня безработицы населения в большинстве регионов страны; необходимо совместными усилиями с регионами должны решаться проблемы безработицы, связанные с:

- созданием резервных фондов финансовых средств для помощи регионам со сложной ситуацией на рынке труда и признаками застойной массовой безработицы;
- сотрудничеством с другими государствами по вопросам трудовой миграции и обмена специалистами;
- формированием правовых основ единого рынка труда по территории России.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что численность занятого экономически активного населения по субъектам Российской Федерации в 2012-2015 гг. увеличилась на 911,4 тысяч человек за счет присоединения республики Крым, а по Центральному, Северо-Западному, Южному, Северо-Кавказскому, Приволжскому,

Уральскому, Сибирскому, Дальневосточному федеральным округам можно заметить значительное уменьшение этого показателя.

Литература

1. Журавлева Г.П. Экономика: учебник/Г.П. Журавлева.- М.: Экономистъ, 2014.
2. Занятость и рынок труда: новые реалии, национальные приоритеты, перспективы.- М.: Наука, 2013.
3. Российский статистический ежегодник. 2015: Стат. Сб. / Росстат России. – М.: Росстат России, 2014. – 529 с.
4. Труд и занятость в России – 2014 г. // Федеральная служба государственной статистики
5. Госкомстат РФ // www.gks.ru

Раздел 2

ПРИОРИТЕТЫ, СТРАТЕГИИ И АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕХАНИЗМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

УДК 379.851

*Новикова К. В.,
студент 2 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: ks_nov_univer@mail.ru*

*Научный руководитель:
Тимошенко Н. В.,
доцент, к.э.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: nt-40@mail.ru*

СОЗДАНИЕ СЕТИ ТУРИСТСКО-ИНФОРМАЦИОННЫХ ЦЕНТРОВ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЕДИНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА РЕГИОНА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Аннотация. В статье предлагается к рассмотрению проект по созданию сети туристско-информационных центров в Краснодарском крае. Проводится рассмотрение нормативных актов, регулирующих данную сеть, а также структура ее организации и пути финансирования. Указаны рекомендации по ассортименту услуг офисов и требования к оформлению интернет-ресурса туристско-информационного центра.

Ключевые слова: туризм, туристско-информационный центр, региональное развитие, брендинг территорий.

*Novikova K. V.,
student 2 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: ks_nov_univer@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Tymoshenko N.V.,
Doctor of Science (Economics), Docent
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: nt-40@mail.ru*

CREATION OF TOURISTIC INFORMATION CENTERS IN KRASNODAR KRAI AS THE INSTRUMENT OF PROVIDING AN INFORMATION SPACE OF THE REGION IN THE TOURISTIC SPHERE

Abstract: In article the project on creation of touristic information centers in Krasnodar Krai is offered to consideration. There are rules regulating this network, its organization structure and a way of financing its. Also there are recommendations about the services stock of offices and the design requirements of an Internet resource.

Keywords: tourism, touristic information center, regional development, branding of territories.

В данный момент, несмотря на высокую туристическую привлекательность региона и наличие на его территории огромного потенциала для дальнейшего развития туризма, в Краснодарском крае отсутствует единое информационное пространство и организация социального взаимодействия туризма. Создание туристско-информационного центра (ТИЦ) является относительно новой практикой в России, но часть регионов уже в течение нескольких лет развивает данное направление. Для Краснодарского края наличие действующего туристского информационного центра – это показатель достаточно высокого уровня развития туризма в регионе. Наличие данной структуры возникает при осознанной необходимости в стратегическом, согласованном продвижении местного турпродукта на национальном и международном рынке. Это признак серьезного отношения региональных властей к проблеме развития туристской дестинации.

1. Нормативно-правовое регулирование и структура организации ТИЦ.

Безусловно, создание и организация работы ТИЦ должна подкрепляться нормативно-правовой базой. Но в данный момент, не существует особых нормативно-правовых актов по регулированию ТИЦ. Тем не менее, их деятельность попадает под целый ряд уже существующих актов. Согласно методическим указаниям по единым стандартам для ТИЦ и РФ, правовое регулирование деятельности и выбор организационно-правовой формы туристских информационных центров как элемента туристской деятельности конкретного региона относится к компетенции субъекта Российской Федерации или, в большинстве случаев, к компетенции местных органов власти или местного самоуправления. Функции и полномочия органов местного самоуправления в сфере развития туризма четко не определены (в частности, является ли развитие туризма в регионе их правом или обязанностью), однако местное самоуправление самостоятельно определяет свои полномочия и функции по подобным вопросам. Также стоит отметить, что деятельность туристского информационного центра не попадает под лицензионные виды деятельности.

В организационной структуре туристского информационного центра рекомендуется выделение трех функциональных подразделений:

1. Туристско-информационное подразделение - подразделение, осуществляющее непосредственно работу с туристами, экскурсантами и жителями региона;

2. Департамент развития – подразделение, отвечающее за продвижение бренда туристской дестинации, межведомственное и межрегиональное взаимодействие и т.п.;

3. Административно-хозяйственное подразделение – подразделение, осуществляющее административно-хозяйственное обеспечение деятельности туристского информационного центра.

На рисунке 1 представлена типовая структура туристского информационного центра и основные функции подразделений.

Минимальное количество постоянных сотрудников, выполняющих функции туристско-информационного подразделения должно составлять от 2 до 5 человек, в зависимости от сезона и степени загруженности информационного пункта.

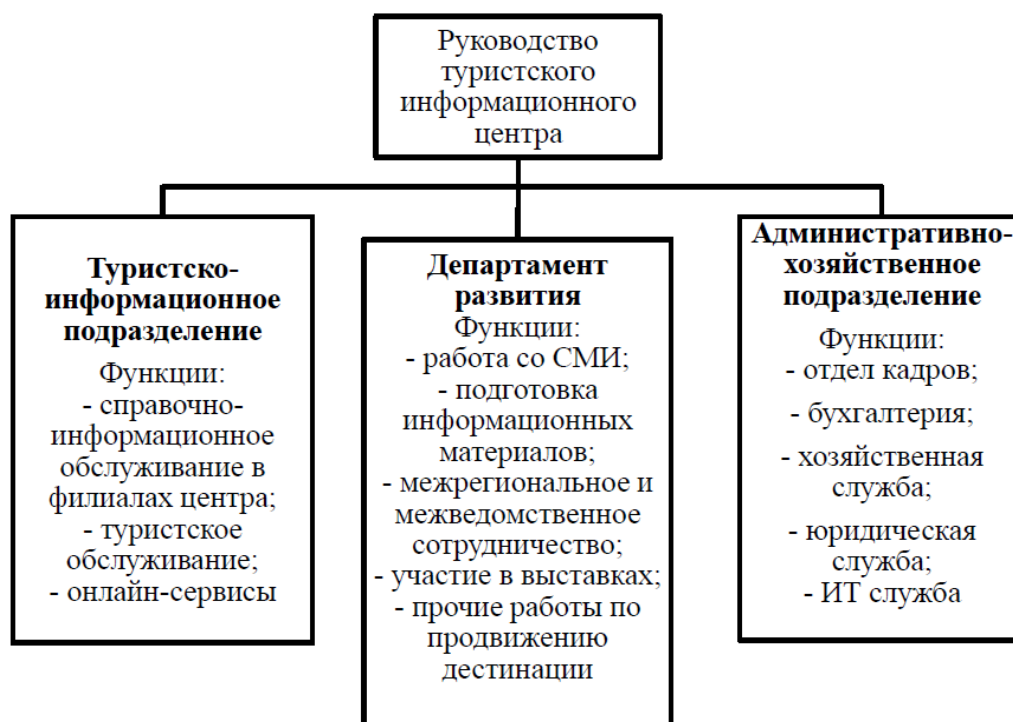


Рисунок 1 - Типовая организационная структура туристского информационного центра

Краснодарский край, характеризуется значительными сезонными колебаниями в туристских потоках. В связи с этим, не рекомендуется поддерживать постоянный штат сотрудников туристского информационного центра, оптимальным будет сезонное изменение функционала сотрудников.

Помимо найма постоянного персонала, предполагается привлечение волонтеров.

2. Ассортимент предоставляемых услуг.

Сотрудники туристского информационного центра должны бесплатно в течение всего рабочего времени предоставлять основную туристскую информацию. Обязательными формами информационно-консультационного обслуживания для туристских информационных центров являются:

- обслуживание на информационной стойке (личный запрос, преимущественно в устной форме);
- телефонное обслуживание;
- обслуживание в сети Интернет через официальный сайт ТИЦ Краснодарского края, социальные сети, а также обслуживание по электронной почте;
- подготовка ответов на письменные запросы.

Информация для самостоятельного ознакомления туристов должна предоставляться в следующих формах:

- стенды в офисах ТИЦ, инфоматы;
- печатная продукция в виде карт местности, путеводителей, буклетов и каталогов, а также книги и другая литература, посвященная истории и культуре народов Кубани;
- веб-сайт ТИЦ;
- визитки со всей контактной информацией, в которой будет указан номер туристской справочной службы, адрес веб-сайта и адреса ближайших отделений ТИЦ.

Помимо осуществления консультативных услуг, в офисах может быть предусмотрена продажа сувенирной продукции, а также изделий народного художественного промысла. Данные услуги могут быть предоставлены частными организациями.

3. Оформление и содержание веб-сайта

Веб-сайт является необходимым составляющим эффективной работы ТИЦ так как туристы не всегда имеют возможности непосредственно обратиться в офис информационного центра. Более того, для жителей других регионов и стран зарубежья сайт будет первым источником, откуда они будут черпать необходимую информацию. Таким образом сайт призван создать первое впечатление на потребителя, сформировать благоприятное впечатление о регионе. Исходя из этих задач, веб-сайт ТИЦ должен содержать следующие элементы:

- приятное и красочное оформление и интуитивная навигация;
- полнота, актуальность, и достоверность предоставляемой информации и мультимедийного контента;
- высокое качество предоставляемого мультимедийного контента;
- карта региона и транспортные маршруты;
- новости и ближайшие крупные события региона;
- историческая справка о Краснодарском крае;

- информацию о наличии экскурсий и туристических маршрутов;
- информацию о природе, климате, растительном и животном мире Краснодарского края;
- отражение всех культурных учреждений, крупных парков и известных архитектурных сооружений;
- информацию и наличии развлекательных и спортивных центров;
- указание имеющихся в регионе отелей, хостелов, баз отдыха, санаториев;
- необходимую контактную информацию с call-центром, адресом всех офисов ТИЦ регионах, их телефонами, и адресами электронной почты, а также телефон и адрес электронной почты для отправки претензий и предложений по поводу качества оказываемых услуг.

4. Финансирование и размещение ТИЦ

В начале предполагается размещение в семи наиболее крупных пунктах туристической дестинации в следующих населенных пунктах: г. Геленджик, г. Краснодар (перенесение положения текущего офиса), г. Сочи, г. Горки-город, пос. Красная Поляна, село Абрау-Дюрсо, г. Туапсе.

В данный момент, согласно туристической карточке Краснодарского края, в регионе функционирует 6 туристско-информационных центров: в г. Ейск, два офиса в г. Анапа, в ст. Голубицкой, два офиса в г. Новороссийск, в сентябре 2017 года стартовал как тестовый проект в г. Краснодар. При реализации данного проекта на региональном уровне ликвидация уже существующих учреждений не предусматривается.

Подчинение и финансирование туристско-информационных центров.

Государственное бюджетное учреждение является оптимальной организационно-правовой формой туристского информационного центра, если исходить из сочетания максимума возможностей финансирования его деятельности:

- государственное финансирование в виде субсидий регионального бюджета;
- государственное целевое финансирование в виде целевых субсидий по линии региональных целевых программ и государственно-частного партнерства;
- государственное финансирование по линии государственного заказа;
- грантовое финансирование.

Предлагается подчинение субъекту РФ – Краснодарскому краю как государственное бюджетное учреждение - наделяется имуществом субъекта РФ и финансируется, соответственно, из бюджета субъекта РФ.

Предусматривается создание ассоциативных партнерств и союзов на целевых рынках, объединяющее заинтересованных участников рынка в качестве учредителей или членов подобного партнерства или союза.

Таблица 2 - Расходы в первый год функционирования офисов (руб.)

Расходы на офисы ТИЦ:

Срок	в месяц			в год амортизация (СПИ- 3 года)		
	цена	кол-во на 1 офиса	на 7 офисов	сумма расх.	на 1 комп.	на 7 офисов
компьютер+комплектующие +принтер	21930	2	307020	307020	609,17	12792,57
расход бумаги для принтера	310	7	15190	182280		
прочие канцелярские принадлежности	610	1	4270	51240		
аренда офисного помещения в центре города (сред.цена)	41000	1	287000	3444000		
коммун. Услуги	7300		51100	613200		
комплект мебели мебели	161060	1	1127420	1127420		
создание веб-сайта	20000		20000	20000		
изготовление специальной печатной продукции	6870		48090	48090		
реклама (билборды+ газета)	18000+800	3+5	21+35	406000		
итого	252210		1860090	5793250	609,17	12792,57

Таблица 3 - Оплата труда сотрудников в первый год работы, руб.

Показатели	Исходная информация			Фонд заработной платы в месяц		Страховые взносы в месяц		Расчет в год	
	з/п 1 сотрудника	Кол-во постоянных сотрудников	Кол-во временных сотрудников	май-сентябрь	октябрь-апрель	май-сентябрь	октябрь-апрель	фонд заработной платы	страховые взносы
Оплата труда сотрудника на 1 офис	21400	2	1	64200	42800	19260	12840	107000	32100
Оплата труда сотрудников на 7 офисов	21400	14	7	449400	299600	134820	89880	749000	224700
Итого	21400			513600	342400	154080	102720	856000	256800

Таким образом, сумма расходов в первый год работы составит (с учетом рекламы) – 5793250 руб.

Таким образом, создание в Краснодарском крае единой сети туристско-информационных центров уже в краткосрочной перспективе принесет ряд преимуществ на туристическом рынке:

- стабильный прирост числа туристов, увеличение фиксированного числа прибывающих туристов каждый год;
- повышение информированности как внутренних, так и внешних туристов о турпродуктах региона;
- туристические потоки вследствие информированности будут направляться не только в известные туристические центры, благодаря чему плотность распределения туристов по региону станет более равномерной;
- как следствие, развитие ранее малопопулярных туристических маршрутов;
- повышение качества оказываемых регионом туристических услуг.

Литература

1. ФЗ № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»
2. Сайт некоммерческого партнерства НАИТО // НАИТО. 2018. [Электронный ресурс]. URL: <http://naito-russia.ru/> (дата обращения: 10.04.2018)
3. Методические рекомендации по единым стандартам для туристских информационных центров в Российской Федерации. // НАИТО. 2018. [Электронный ресурс]. URL: <http://naito-russia.ru/razrabotka-edinyh-standartov-i-metodicheskikh-rekomendacij-dlya-turistskih-informacionnyh-centrov-v-subektah-rossijskoj-federacii/oglavlenie.html> (дата обращения: 10.04.2018)
4. Система обмена туристской информацией // NBCRS. 2018. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nbcrs.org/> (дата обращения: 10.04.2018)

УДК 379.85

Копылова Д.В.

студент 2 курса

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г.Краснодар, Россия

e-mail: german.daria@mail.ru

Научный руководитель:

Радченко М.В.,

доцент, к.э.н.

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г.Краснодар, Россия

e-mail: MVRadchenko@fa.ru

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В ЮЖНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы туристической отрасли в Южном федеральном округе. На основе анализа туристических объектов и статистики были определены способы развития данной индустрии.

Ключевые слова: туристическая отрасль, экономика региона, инвестиции, туроператоры, маркетинг территории.

Kopylova D.V.

student, 2 courses

Financial University under the Government of the Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: german.daria@mail.ru

Scientific Adviser:

Radchenko M.V. ,

Docent

Financial University under the Government of the Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: MVRadchenko@fa.ru

DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY IN THE SOUTHERN FEDERAL REGION

Abstract: The article deals with the problems of the tourism industry in the southern Federal district. Based on the analysis of tourist sites and statistics, the ways of development of this industry have been identified.

Keywords: the tourism industry, the region's economy, investments, tourism operators, marketing of the territory.

На сегодняшний день поиску способов и механизмов достижения экономического роста государства уделяется особое внимание. В связи с этим было рассмотрено развитие туристической отрасли в качестве одного из дополнительных источников доходов Южного федерального округа.

На основе открытых данных сайта Федерального агентства по туризму было проведено исследование объектов и инфраструктуры туристической сферы в ЮФО. Информация представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Данные по объектам инфраструктуры туристической сферы в южном федеральном округе в 2017 г.

Субъект Российской Федерации	Количество туроператоров внутреннего туризма	Кол-во туроператоров въездного туризма	Коли-во туристических кластеров (в том числе и вводимых)	Количество объектов санаторно - курортного отдыха	Количество достопримечательностей	Количество туристско-информационных центров
Республика Адыгея	7	3	1	3	12	0
Республика Калмыкия	1	1	0	0	10	0

Республика Крым	92	71	0	45	21	21
Краснодарский край	117	46	1	50	45	0
Астраханская область	72	35	0	2	20	0
Волгоградская область	52	15	0	0	92	3
Ростовская область	74	25	0	0	42	4
город фед-го значения Севастополь	42	29	0	0	3	0
Всего:	457	225	2	100	245	28

Результаты исследования показали, что наибольшим количеством туроператоров внутреннего и въездного туризма обладают Краснодарский край и Республика Крым, по количеству объектов санаторно-курортного отдыха стоит также отметить лидерство данных регионов. Оценивая количество достопримечательностей, необходимо отметить что наиболее развита территория Волгоградской области, в основном за счет памятников и мемориальных комплексов, посвященных Великой Отечественной войне, также можно выделить территорию Краснодарского края и Ростовской области.

Однако, стоит отметить, что все регионы южного федерального округа имеют потенциал для предоставления туристических услуг.

В соответствии с этим, стоит рассмотреть и услуги средств размещения. Данные за 2013 – 2016 гг. отражены в таблице 3.

Таблица 2 - Объем услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, оказанных населению (млн.руб.).

Регион ЮФО	2013	2014	2015	2016
Республика Адыгея	200,4	232,4	259,9	296,0
Республика Калмыкия	55,8	60,3	58,1	59,4
Краснодарский край	30080,7	34393,3	36962,1	43440,2
Астраханская область	642,7	660,2	688,8	627,3
Волгоградская область	1136,1	1181,8	1231,7	1449,0
Ростовская область	2195,9	2287,1	2377,0	2468,9
Республика Крым	-	2007,3	5738,4	7710,0
г. Севастополь	-	168,7	779,4	1418,7

По данным таблицы стоит отметить лидерство показателей Краснодарского края и Республики Крым, объем услуг которых значительно отличается от других регионов.

Высокое количество туристских и услуг средств размещения оказанных населению именно этих субъектов ЮФО и низкое количество у других можно объяснить низким уровнем инвестиций в туристическую отрасль таких регионов южного федерального округа как Республики Адыгея и Калмыкия, Астраханская, Волгоградская и Ростовская области из-за восприятия Южного федерального округа в основном как зону для пляжного отдыха. В связи с этим рассмотрим данные по инвестициям в основной капитал, направленные на развитие коллективных средств размещения. Информация отражена в таблице 4.

Таблица 3 - Инвестиции в основной капитал, направленные на развитие коллективных средств размещения (без субъектов малого предпринимательства и объема инвестиций, не наблюдаемых прямыми статистическими методами) (млн.руб.).

Регион ЮФО	2013	2014	2015	2016
Республика Адыгея	56,8
Республика Калмыкия	0,1
Краснодарский край	43716,0	51425,0	4025,2	7 913,9
Астраханская область	587,0	289,9	415,6	651,3
Волгоградская область	20,1	30,5	102,5	86,5
Ростовская область	49,3	30,8	23,4	135,2
Республика Крым	-	1214,7	1622,2	1 630,2
г. Севастополь	-	...	546,1	467,8

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод, что наибольший объем инвестиций направлен в туристическую отрасль Краснодарского края. До 2014 года включительно это связано с проведением Олимпиады и Параолимпиады в городе Сочи. И в целом данный регион на протяжении многих лет пользуется популярностью как один из самых привлекательных для отдыха.

В перспективе достижения высокого экономического роста туристической отрасли, важнейшей задачей является выявление проблем развития данной индустрии. На основе проведенного анализа объектов инфраструктуры, реализованного объема услуг и инвестиций, можно выделить следующие проблемы и их причины:

- недостаточное количество туроператоров въездного и внутреннего туризма из-за отсутствия федеральной/региональной поддержки;
- несоответствие инфраструктуры потенциалу предоставления туристических услуг из-за недостаточного объема инвестиций;
- восприятие ЮФО туристами и инвесторами в основном как место для санаторно-курортного отдыха из-за несовершенств маркетинговой стратегии территории;

Основываясь на вышеназванных проблемах, сформулируем основные направления повышения уровня развития внутреннего и въездного туризма в южный федеральный округ.

Государственная поддержка туроператоров.

Количество туристических операторов внутреннего и въездного туризма является важнейшим показателем уровня развития туризма в регионе. В результате проведенного исследования (см. таблица №1) было определено, что в Республике Калмыкия зарегистрирован лишь один туроператор, который реализует свою деятельность по всем видам туризма. Величину данного показателя можно было бы объяснить небольшой территорией региона, однако территория субъекта равна 0,44% от общей территории государства, так же, как и Краснодарский край, где количество туроператоров по внутреннему туризму равно – 117, а въездного – 47. В связи с этим, считаем необходимым оказание поддержки туроператорам внутреннего и въездного туризма региональными властями в данном субъекте России для развития данной отрасли как в стране, так и самой республике.

Развитие территорий в соответствии с потенциалом предоставления услуг.

Развитие туристической отрасли, в частности улучшение туристской инфраструктуры, на мой взгляд, должно проводиться во всех регионах и федеральных округах страны, основываясь на количестве достопримечательностей, природных комплексах, проводимых на данной территории фестивалях и других мероприятий, представляющих интерес для туристов. Основываясь на результатах проведенного сравнительного анализа на соответствие количества кластеров и информационно-туристических центров количеству объектов санаторно-курортного отдыха и достопримечательностей (см. таблица №1), можно сказать, что на сегодняшний момент количество действующих и вводимых в эксплуатацию туристических кластеров, информационных центров и интересных объектов для туристов не всегда соответствуют состоянию туризма в регионах и расположены на территории ЮФО не пропорционально друг другу, а в некоторых регионах их количество (отсутствие) недостаточно. Здесь необходимо отметить важность содействия государства в привлечении инвесторов и специалистов развития туристической индустрии именно в те регионы, где потенциал предоставления туристических услуг является хорошим, но на сегодняшний момент объем инвестиций там достаточно невысокий [1].

Совершенствование рекламной и маркетинговой деятельности.

В современных условиях рынка проведение активного продвижения территорий регионов южного федерального округа является одним из важнейших механизмов увеличения числа туристов и объема инвестиций. Однако для этого следует использовать такие методы маркетинга как имиджевый, инфраструктурный, маркетинг достопримечательностей и известных людей, стоит обратить внимание и на использование брендинга. В масштабах рассматриваемого федерального округа, например, можно

использовать в качестве привлечения туристов объекты всемирного наследия ЮНЕСКО, которых на территории нашей округа насчитывается 2: Западный Кавказ (Краснодарский край, Республика Адыгея) и Древний город Херсонес Таврический и его хора (Республика Крым). Также еще 9 культурных и природных наследия находятся в списке объектов-кандидатов. Данная практика по привлечению туристических потоков уже давно применяется за рубежом и достаточно успешно. В связи с этим, считаем данный способ продвижения территории южного федерального округа эффективным и интересным для со стороны жителей и гостей России.

В соответствии с поставленной целью исследования были определены проблемы и разработаны рекомендации по их устранению с целью повышения доходности и привлекательности российской туристической отрасли в южном федеральном округе. На основе проведенного анализа объектов и инфраструктуры отрасли были определены следующие способы развития экономики данного федерального округа: совершенствование законодательной базы в области поддержки деятельности туроператоров, следование принципу развития территорий в соответствии с потенциалом предоставления услуг за счет привлечения инвестиций и совершенствование маркетинговой и рекламной деятельности. Реализация этих и других мер позволит улучшить состояние туристической отрасли как в южном федеральном округе, так и в стране в целом, а также увеличить доходы в федеральный и региональные бюджеты.

Литература

1. Радченко М.В., Аралин Р.Н. Основные проблемы и ограничивающие факторы развития Краснодарского края в курортно-рекреационной сфере. В сборнике: Социально-экономическая политика России при переходе на инновационный путь развития материалы 6-й международной научно-практической конференции. Под общей редакцией: И. К. Мищенко, В.Г. Притупова. 2014. С. 106-110.
2. Федеральная служба государственной статистики.- [Электронный ресурс: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 20.04.2018)]
3. Федеральное агентство по туризму. - [Электронный ресурс: <https://www.russiatourism.ru/> (дата обращения: 20.02.2018)]
4. Памятники ЮНЕСКО. - [Электронный ресурс: <https://wikitravel.org/ru/> (дата обращения: 21.03.2018)]

Воргунова В.Р.,
Студентка 2 курса
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: Vorgunova2013@yandex.ru

Научный руководитель:

Грибок Н.Н.,
доцент, к.и.н.
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: z-gribok@yandex.ru

ВЫСТАВКИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Аннотация. В статье ставится задача определения важности и значимости выставок для развития малого бизнеса в Краснодарском крае. Рассматриваются необходимые правила для разработки внутреннего имиджа и усовершенствования внешнего. Были представлены результаты интервьюирования, наблюдения и анализа разного рода исследований и статей, которые показали, что выставки являются уникальным инструментом маркетинга и отличным каналом бизнес - коммуникаций.

Ключевые слова: выставки, малый бизнес, предпринимательство, натуральные продукты, покупатели, конкуренты, партнеры.

Vorgunova V.R.,
student, 2 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: Vorgunova2013@yandex.ru

Scientific Adviser:
Gribok N.N.,
docent, candidate of historical sciences
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: z-gribok@yandex.ru

EXHIBITIONS AS AN EFFECTIVE WAY OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT IN KRASNODAR REGION

Abstract: The article deals with the problem of determining the importance and significance of exhibitions for the development of small business in the Krasnodar region. Discusses the essential rules for developing the internal image and improve the appearance. The results of interviewing, observation and analysis of a

large number of studies and articles that show that exhibitions are a unique marketing tool and an excellent channel of business communications were presented.

Key words: exhibitions, small business, enterprise, natural products, buyers, competitors, partners.

Мировая практика показывает, что выставки, ярмарки и другие форматы экспозиции непосредственно влияют на развитие любого бизнеса. Этими маркетинговыми орудиями пользуются практически все предприятия и фирмы, которые ведут активную деятельность на мировом пространстве.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в современных условиях у большинства населения, в частности молодежи, имеются трудности с созданием, развитием и продвижением своего бизнеса, трудности с привлечением инвестиций, с высококвалифицированным персоналом и с повышением конкурентоспособности, поэтому с целью преодоления всех вышеперечисленных трудностей и проводится выставочная деятельность, которая является одной из наиболее эффективных. Губернатор нашего региона Вениамин Кондратьев не раз поднимал вопрос о необходимости довести долю малого и среднего бизнеса Кубани до 50% к 2030 году, и на это, непосредственно, прямое влияние оказывают выставки, которые идут на втором месте по эффективности после личной продажи.

Новизна исследования заключается в оценке выставки как наиболее эффективного метода коммуникации малого бизнеса. Из всех средств продвижения продукта на рынок выставки представлены единственным компонентом, который позволяет собрать вместе «здесь и сейчас» потребителей, продавцов и конкурирующих фирм. Количество участников выставок и посетителей с каждым годом увеличивается в разы. По своей значимости они идут на втором месте после собственных продаж, оставив позади себя довольно важные элементы: прямое обращение по почте, реклама в печатных средствах массовой информации.

Краснодарский край — один из общероссийских лидеров по развитию малого и среднего бизнеса. По данным департамента инвестиций и развития МСП Кубани, за 9 месяцев 2017 года количество субъектов малого и среднего предпринимательство увеличилось в регионе на 12,4 тыс. единиц, на что непосредственно и влияет проведение выставок разного характера и уровня. За этот же период численность населения, занятого в МСП, выросла на 12 тыс. человек — до 798,5 тыс. человек. Оборот субъектов МСП увеличился на 4,2% — до 1,567 трлн рублей, а объем инвестиций в основной капитал на 9,9% — до 33 млрд рублей.

В процессе исследования большого количества выставок разного типа были проведены опрос и анкетирование, результаты которых подтвердили важность и значимость выставок для любой существующей компании. Таким образом, 87% руководителей принимают решения о тех или иных закупках на выставках, большая часть экспертов и профессионалов отрасли оценивают выставку как наиболее эффективный источник извлечения общеотраслевых

данных, а около 70% экспонентов оценивают её как инструмент с высоким уровнем возврата инвестиций. Только на выставках специалисты имеют возможность за короткое время познакомиться с наиболее полным спектром товаров, услуг и достижений определенной отрасли, лично протестировать все новинки компании и получить консультации экспертов.

С 24 по 26 апреля 2018 года в Краснодаре, в ВКК «Экспоград Юг» прошла 11-я Выставка продуктов питания и напитков производителей Краснодарского края «Кубаньпродэкспо», 7-я Выставка продуктов питания и напитков InterFoodKrasnodar, 21-я Выставка вин и алкогольных напитков Vinogus и 20-я Выставка оборудования, материалов и ингредиентов для производства продуктов питания и напитков FoodTechKrasnodar. Организатор – выставочная компания «КраснодарЭКСПО».

«Кубаньпродэкспо» - это выставка натуральных продуктов питания производителей Кубани. Краснодарский край является одним из крупнейших сельскохозяйственных регионов, имеющим ключевое значение для продовольственной безопасности страны. На долю российского агропромышленного комплекса приходится около 18% валового регионального продукта края. Таким образом, кубанский АПК не только полностью удовлетворяет потребности жителей региона в основных видах сельхозпродукции, но и позволяет продавать её за пределы края. Кубанские фрукты и овощи, мясная и молочная продукция широко известны в других регионах и востребованы российскими потребителями благодаря натуральности и высокому качеству.

В выставках приняли участие более 150 компаний из России, Белоруссии, Турции, Украины. Участники продемонстрировали широкий ассортимент продуктов питания и напитков, обсудили с посетителями выгодные условия закупок и поставок товаров. За 3 дня работы данные выставки посетили 4 830 человек.

В числе участников этих четырёх выставок можно выделить наиболее известные: Биопродукты, Кофе Колумбиано, Рыбный Край Димитровград, Калория, Кондитерский комбинат «Кубань», Северский пивоваренный завод, Сочинский мясокомбинат, Сочинский хлебокомбинат, Союз Консервы Кубани, Тимашевский молочный комбинат, Анапские вина, Фанагория, Винная деревня, Усадьба Мысхако, Кубань Вино ООО, а также Металлпром, Аякс, Кубаньстеклотара, Евротек, Кроптара и другие.

Важной составляющей выставки «КубаньПродЭкспо» является деловая программа, которая дает возможность обсудить актуальные проблемы отрасли и предложить пути их решения.

На выставке прошли форумы, конференции и семинары с участием ключевых игроков продовольственного рынка, топ-менеджеров агрохолдингов, крупных торговых сетей, Российского экспортного центра, Национальной конфедерации упаковщиков, зарубежных делегаций. Также проходило заседание круглого стола «Садоводство Кубани – основной двигатель развития садоводства в России».

На мероприятии обсудили изменения в законодательстве, влияющие на развитие садоводства, вопросы производства посадочного материала, аспекты хранения, переработки и реализации продукции на отечественном рынке фруктов. Модератором круглого стола выступил исполнительный директор Агропромышленного союза Кубани Михаил Бублик.

В торжественной церемонии открытия выставок приняли участие: заместитель министра сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Краснодарского края Алексей Алексеевич Гедзь, руководитель департамента потребительской сферы и регулирования рынка алкоголя Краснодарского края Роман Сергеевич Куринный, первый заместитель руководителя департамента промышленной политики Краснодарского края Владимир Владимирович Мостовой, заместитель начальника Отдела регулирования алкогольного рынка Министерства финансов РФ Алексей Евгеньевич Гришин, президент Союза виноградарей и виноделов России Леонид Львович Попович, директор компании «КраснодарЭКСПО» – обособленного подразделения «АйТиИ Экспо» в городе Краснодаре Елена Георгиевна Тельнова.

Председатель Законодательного Собрания Краснодарского края Юрий Александрович Бурлачко направил приветственное слово гостям и участникам выставок, в котором он отметил: «Подобные выставочные мероприятия вносят весомый вклад в развитие экономики Кубани, а значит. И в обеспечение всей России качественными продуктами питания. Они служат своеобразным индикатором эффективности развития пищевой индустрии. Способствуют укреплению позиций кубанских и российских производителей продовольственных товаров и виноделия. Дают возможность ознакомиться с новыми технологиями в пищевой и винодельческой промышленности, без которых невозможно современное производство качественных продуктов питания».

В Краснодаре выставки данного типа только начинают развиваться, но многие специалисты делают прогнозы, что в ближайшие 10 лет данные выставки достигнут высокого уровня и масштаба.

Смотря на данную выставку со стороны можно сделать небольшое обобщение и отметить, что для крупных производителей продуктов питания и напитков на данном мероприятии были запланированы серьезные встречи с представителями федеральных и региональных сетей розничной торговли из Краснодарского края, Волгоградской области, Ставропольского края, а также Ростовской области. Это даёт большую возможность и невероятный шанс напрямую предложить поставки своей продукции, повысить долю ее присутствия в ритейле и установить перспективные контакты с профессионалами, специалистами торговых компаний, которые непосредственно заинтересованы в приобретении кубанской продукции.

Расценивать выставку «Продэкспо» можно в том числе и как платформу для выработки бизнес-решений: полученные здесь информация и контакты помогут понять, что реально происходит на российском рынке, каков вектор

его развития сегодня и на ближайшую перспективу, и какие шаги предпринимать в дальнейшем.

Таким образом, выставки данного рода помогают всем экспонентам продвигать собственную продукцию не только в пределах России, но и на международное пространство.

Литература

1. Инвестиционный портал — [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kaninvest.ru/ru/news/vystavka-kubanprodekspo/>

2. Международные выставки и конгрессы — [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.exposentr.ru/ru/articles-of-exhibitions/razvitie-mezhdunarodnogo-biznesa/>

3. Vsadu.ru - образовательный интернет-журнал— [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://vsadu.ru/post/vystavki-kubanprodjekspo-interfood-krasnodar-foodtech-krasnodar-i-vinorus.html>

УДК 3.33.332.1

*Струкова А.А.,
студент 4 курса
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
г. Краснодар, Россия
e-mail: anastasia_strukova17@rambler.ru*

*Научный руководитель:
Игонина Л.Л.,
профессор, д.э.н.,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
г. Краснодар, Россия
e-mail: LLIgonina@fa.ru*

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РОСТА ДОХОДОВ И ОПТИМИЗАЦИИ РАСХОДОВ БЮДЖЕТА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Аннотация. Целевая установка исследования заключается в выявлении приоритетных направлений наращивания доходов и оптимизации расходов бюджета Краснодарского края на основе анализа краевого бюджета в 2014-2016 годы. В статье представлены основные рекомендации, направленные на достижение цели исследования, эффективная реализация которых позволит улучшить социально-экономическое состояние региона и уровень жизни населения Краснодарского края.

Ключевые слова: бюджет Краснодарского края, доходы, расходы, НДФЛ, недоимка, налоговые льготы, кредиторская задолженность.

*Strukova A.A.,
student, 4 courses
Financial university under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: anastasia_strukova17@rambler.ru*

*Scientific Adviser:
Igonina L.L.,
Doctor of Science (Economics), professor
Financial university under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: LLIgonina@fa.ru*

Abstract: The research goal is to identify priority areas of increasing revenues and optimizing expenditures of the budget of the Krasnodar Territory based on the analysis of the regional budget in 2014-2016. The article presents the main recommendations aimed at achieving the research goal. Effective implementation of measures will improve the socio-economic state of the region and the standard of living of the population of the Krasnodar Territory.

Key words: the budget of the Krasnodar Territory, revenues, expenditures, Personal Income Tax (PIN), arrears, tax exemptions, accounts payable.

PRIORITY DIRECTIONS OF REVENUE GROWTH AND OPTIMIZATION OF EXPENDITURES OF THE BUDGET OF THE KRASNODAR TERRITORY

Обеспечение долгосрочной устойчивости и сбалансированности бюджетов субъектов Российской Федерации является приоритетным направлением деятельности региональных органов государственной власти [1-3].

От уровня обеспеченности доходами и степени эффективности использования расходов регионального бюджета в существенной степени зависит социально-экономическое развитие субъекта Российской Федерации [4]. В этой связи актуальность исследования обусловлена необходимостью анализа текущего состояния бюджета Краснодарского края с целью разработки мероприятий, направленных на рост доходов и оптимизацию бюджетных ассигнований краевого бюджета.

Проведем анализ динамики доходов краевого бюджета, представленный в таблице 1.

Таблица 11 – Динамика доходов краевого бюджета в 2014-2016 гг., млн руб. [7]

Наименование показателя	Период			Абсолютное отклонение, (+,-)		Относительное отклонение, %	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	в 2015 г. к 2014 г.	в 2016 г. к 2015 г.	в 2015 г. к 2014 г.	в 2016 г. к 2015 г.
Доходы бюджета всего	182789,5	184658,7	203629,1	1869,2	18970,4	101,0	110,3

Налоговые и неналоговые доходы	147012,4	147343,9	169977,9	331,5	22634	100,2	115,4
Налог на прибыль организаций	40696,3	35382,6	43694,0	-5313,7	8311,4	86,9	123,5
Налог на доходы физических лиц	48626,4	49781,0	52225,8	1154,6	2444,8	102,4	104,9
Акцизы	16583,5	16141,7	22959,7	-441,8	6818,0	97,3	142,2
Налог, взимаемый в связи с применением упрощенной системы налогообложения	10860,2	11890,6	13209,2	1030,4	1318,6	109,5	111,1
Налог на имущество организаций	19802,7	22781,0	25370,0	2978,3	2589	115,0	111,4
Транспортный налог	4937,8	6025,6	5817,3	1087,8	-208,3	122,0	96,5
Доходы от использования имущества, находящегося в государственной собственности	1782,2	1742,2	2147,4	-40,0	405,2	97,8	123,3
Безвозмездные поступления	35777,1	37314,8	33651,2	1537,7	-3663,6	104,3	90,2
Дотации бюджетам субъектов РФ и МО	12234,5	10583,2	11696,2	-1651,3	1113	86,5	110,5
Субсидии бюджетам бюджетной системы РФ	9430,6	10048,4	6812,1	617,8	-3236,3	106,6	67,8
Субвенции бюджетам субъектов РФ и муниципальных образований	9012,2	9944,7	10867,9	932,5	923,2	110,3	109,3
Иные межбюджетные трансферты	3337,9	5912,0	3969,4	2574,1	-1942,6	177,1	67,1

Как видно из приведенных данных, рост доходов краевого бюджета за анализируемый период времени составил 111,4%. Однако процент исполнения бюджета Краснодарского края в 2014 году – 97,4%, в 2015 году – 95,5%, в 2016 году – 103,8%, – несоответствие назначенных и исполненных показателей

говорит о недостаточно обоснованном бюджетном планировании в 2014-2015 годы.

Несмотря на то, что в целом наблюдается тенденция роста доходов краевого бюджета, по ряду доходных источников бюджета Краснодарского края отмечается отрицательное абсолютное отклонение. Например, в 2014-2015 гг. доходы от налога на прибыль организаций сократились на 5313,7 млн руб. (86,9%), что обусловлено снижением поступлений по предприятиям, осуществляющим свою деятельность в сфере добычи полезных ископаемых, финансовой и строительной сферах, а также сокращением налоговых платежей от крупнейших сырьевых компаний, участников консолидированных групп налогоплательщиков и краевых организаций нефтегазового сектора в общей сумме более 3,0 млрд. рублей.

Доходы от акцизов также имели отрицательную динамику в 2014-2015 гг. (уменьшение на 441,8 млн руб. за счет сокращения акцизов на нефтепродукты на 555,7 млн руб.), в связи с осуществлением возвратов из краевого бюджета по прямогонному бензину и печному топливу.

Следующие доходные источники краевого бюджета также показали тенденцию к сокращению за анализируемый период времени: транспортный налог, абсолютное отклонение (2015 г. к 2014 г.) по которому составило -208,3 млн руб., налог на добычу полезных ископаемых, уменьшение которого произошло в основном за счет отрицательной динамики общераспространенных полезных ископаемых (в 2014-2016 гг. на 8,2 п.п.), государственная пошлина (абсолютное отклонение в 2016 году по сравнению с 2015 годом составило -193,5 млн руб.), доходы от использования имущества, находящегося в государственной собственности и дотации.

Что касается структуры доходов краевого бюджета, то наибольший удельный вес в 2014-2016 гг. занимают налоговые и неналоговые доходы (80,4%, 79,8%, 83,5% соответственно). Доля безвозмездных поступлений сократилась с 19,6% в 2014 году до 16,5% в 2016 году, следовательно, уменьшается роль заемных средств в формировании и исполнении краевого бюджета. Рост удельного веса безвозмездных поступлений и сокращение доли налоговых и неналоговых доходов в 2015 году (на 1,4 процентных пункта) обусловлены состоянием экономики Краснодарского края после проведения Олимпийских и Паралимпийских игр в г. Сочи, рядом внешних экономических тенденций, а также недополучением сумм по отдельным видам доходных источников.

Налог на доходы физических лиц – «бюджетообразующий» доходный источник, доля которого в структуре налоговых и неналоговых доходов краевого бюджета занимает более 30%. Наибольшую долю в структуре безвозмездных поступлений занимают дотации, удельный вес которых в 2014-2015 гг. сокращается с 34,2% до 28,4%, а в 2015-2016 гг. увеличивается до 34,8%.

Проведем анализ динамики расходов краевого бюджета, представленный в таблице 2.

Таблица 2 – Динамика расходов краевого бюджета в 2014-2016 гг., млн руб. [7]

Наименование показателя	Период			Абсолютное отклонение,(+, -)		Относительное отклонение, %	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	в 2015 г. к 2014 г.	в 2016 г. к 2015 г.	в 2015 г. к 2014 г.	в 2016 г. к 2015 г.
Расходы бюджета – всего	203435,7	196970,8	201484,4	-6464,9	4513,6	96,8	102,3
Общегосударственные вопросы	7158,3	6076,1	5147,9	-1082,2	-928,2	84,9	84,7
Национальная оборона	246,8	208,8	222,0	-38,0	13,2	84,6	106,3
Национальная экономика	38121,2	28 960,4	32029,8	-9160,8	3069,4	76,0	110,6
Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	2357,6	1884,7	1947,4	-472,9	62,7	79,9	103,3
Жилищно-коммунальное хозяйство	7950,2	3858,5	3399,9	-4091,7	-458,6	48,5	88,1
Охрана окружающей среды	299,6	272,0	272,7	-27,6	0,7	90,8	100,3
Образование	49918,1	51373,4	50725,2	1455,3	-648,2	102,9	98,7
Культура, кинематография	3248,2	3423,8	3028,5	175,6	-395,3	105,4	88,5
Здравоохранение	38929,5	41417,4	44332,4	2487,9	2915	106,4	107,0
Социальная политика	35799,7	38247,2	41226,4	2447,5	2979,2	106,8	107,8
Физическая культура и спорт	7095,6	9530,7	6567,9	2435,1	-2962,8	134,3	68,9
Средства массовой информации	974,4	868,2	723,1	-106,2	-145,1	89,1	83,3
Обслуживание государственного и муниципального долга	6196,3	5899,4	7061,3	-296,9	1161,9	95,2	119,7
Межбюджетные трансферты общего характера бюджетам субъектов РФ и муниципальных образований	5140,3	4950,2	4800,0	-190,2	-150,2	96,3	97,0

Положительная динамика в течение всего анализируемого периода (таблица 2) складывалась по следующим расходным статьям: образование (темп прироста составил 1,0%), здравоохранение (темп прироста – 1,1%),

социальная политика (темпы прироста – 1,2%) и обслуживание государственного и муниципального долга (темпы прироста – 1,1%). Отметим, что 3 из 4 перечисленных статей расходной части – социально-ориентированные. Рост расходов на обслуживание государственного и муниципального долга обусловлен увеличением долговой нагрузки на бюджет. Так, внутренний государственный долг Краснодарского края увеличился с 136342,1 млн руб. в 2014 году до 150003,6 млн руб. в 2016 году (рост составил 110,0%).

Процент исполнения по расходам краевого бюджета в 2014-2016 гг. составил 94,0%, 94,2%, 96,8% соответственно. Причины неполного использования бюджетных ассигнований краевого бюджета в 2015-2016 гг. обусловлены: экономией, сложившейся по результатам проведения конкурсных процедур, поздним внесением изменений в государственные программы Краснодарского края, ненадлежащим исполнением подрядными организациями контрактных обязательств.

На основе проведенного анализа можно сделать следующие практические рекомендации по наращиванию доходов бюджета Краснодарского края:

- сокращение недоимки по ряду налоговых источников в региональный бюджет;
- отмена действия определенных налоговых преференций;
- сокращение кредиторской задолженности бюджета Краснодарского края;
- усиление администрирования НДФЛ [6];
- контроль за деятельностью и состоянием предприятий-банкротов, обладающих крупным имущественным комплексом [5].

По нашим расчетам, в результате реализации данных рекомендаций краевой бюджет может получить дополнительный доход в размере 31,38 млрд рублей.

В экономической литературе и бюджетной практике оптимизация структуры государственного сектора экономики в целом и в частности – сокращение штатной численности сотрудников исполнительных органов государственной власти – наиболее распространенный механизм повышения эффективности бюджетных ассигнований. Необходимо продолжать оптимизацию расходов государственных учреждений Краснодарского края за счет уменьшения материальных затрат на обеспечение их деятельности в очередном финансовом году и плановом периоде (2017-2020 гг.), что в результате за три года принесет экономический эффект в размере 1312,9 млн руб. (573,7 млн руб. в 2017 г., 379,6 млн руб. – в 2018 г., 359,6 млн руб. – в 2019 г.).

Кроме того, целесообразно реализовать ряд мероприятий, направленных на оптимизацию площадей, занимаемых органами государственной власти Краснодарского края, а также расходов на аренду таких помещений. Так, при сокращении площади на 8247,1 кв. м экономический эффект в 2017 году составит 80,7 млн руб.

Также следует соблюдать показатели оптимизации численности работников отдельного ряда категорий бюджетной сферы в соответствии с утвержденными «дорожными картами», направленными на повышение эффективности и качества услуг, предоставляемых в социальной сфере, что принесет краевому бюджету дополнительный доход в размере 21,9 млн руб.

В целом по результатам предложенных мероприятий, направленных на оптимизацию расходов краевого бюджета, регион получит дополнительный доход за год в размере 6,8 млрд руб.

Кроме того, следует и дальше продолжать постепенно сокращать удельный вес непрограммных расходов в общей структуре краевого бюджета, что позволит сделать его более прозрачным, сбалансированным и целевым. Однако, чтобы достичь эффективной реализации государственных программ, необходимо проводить постоянный мониторинг их исполнения.

С целью недопущения возникновения дисбаланса плановых и фактических показателей доходов и расходов краевого бюджета предлагаем при планировании закона о бюджете внедрить реализацию сценарного подхода, который дает возможность сформировать защитные меры от угроз, обусловленных неопределенностью внешней среды, а также снизить риски и повысить качество прогноза показателей. Применение сценарного подхода позволит сделать процесс планирования доходов и расходов бюджета Краснодарского края более эффективным и обоснованным.

Таким образом, эффективная реализация представленных практических рекомендаций будет способствовать стабилизации социально-экономической ситуации в крае, росту собираемости доходов и оптимизации расходов бюджета Краснодарского края, улучшению качества управления государственными финансами, сокращению кредиторской задолженности бюджета, и в результате этого – повышению уровня жизни главных пользователей социальных услуг – населения Краснодарского края.

Литература

1. Региональные и муниципальные финансы: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под ред. Л. Л. Игониной. – М.: Издательство Юрайт, 2016. 480 с.
2. Игониная Л.Л. Воздействие фискальной и монетарной политики на развитие экономики и социальной сферы // Финансы и кредит. 2014. № 15 (591). С. 37-45.
3. Игониная Л.Л. О подходах к оценке эффективности бюджетно-налоговой политики // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 3-1. С. 54-58.
4. Инвестиционно-финансовый потенциал устойчивого социально-экономического развития краснодарского края / Под ред. Л.Л. Игониной. М.: РУСАЙНС, 2017. 264 с.
5. Струкова А.А., Игониная Л.Л. Бюджет муниципального образования город Краснодар: проблемы повышения эффективности формирования и

расходования // Сборник статей третьей международной школы молодых ученых в области экономики и права на юге России сборник научных статей. 2016. – С. 153-156.

6. Игонина Л.Л., Струкова А.А. Формирование доходов бюджета Краснодарского края: проблемы и перспективы роста // Материалы Международной научной конференции, посвященной 80-летию Краснодарского края. – 2017. – С. 290-295.

7. Министерство финансов Краснодарского края [электронный ресурс] // Отчеты об исполнении краевого бюджета. URL: <https://minfinkubani.ru/> (дата обращения: 09.05.2018)

Раздел 3

СОВРЕМЕННЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ, ФИНАНСОВЫЕ И УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

УДК 657

*Пустовалова Е. А.,
студентка 4 курса
Кубанский государственный аграрный университет
e-mail: elena12.1996@mail.ru*

*Научный руководитель:
Адаменко А. А., доцент, д.э.н.
Кубанский государственный аграрный университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: adam83@mail.ru*

ПРОБЛЕМЫ СИСТЕМЫ СЕРТИФИКАЦИИ В РОССИИ

Аннотация: В данной статье изучены проблемы системы сертификации в России. Рассмотрены проблемы добровольной сертификации, как одной из допустимых к применению в России форм сертификации.

Ключевые слова: сертификация, система сертификации, государство, производитель, законы, качество.

*Pustovalova E. A., student, 4 courses
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: elena12.1996@mail.ru*

*Scientific adviser:
Adamenko A.A., Associate Professor, Doctor of Economics
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: adam83@mail.ru*

CERTIFICATION SYSTEM ISSUES WITHIN RUSSIA

Abstract : This article examines the problems of the certification system in Russia. The problems of voluntary certification as one of the acceptable forms of certification in Russia are considered.

Keywords: certification, certification system, state, manufacturer, laws, quality.

Сертификация продукции – процедура подтверждения соответствия, посредством которой независимая от изготовителя (продавца, исполнителя) и

потребителя (покупателя) организация удостоверяет в письменной форме, что продукция соответствует установленным требованиям [1].

В системе сертификации задействованы как создатели этой системы, так и ее участники, которые как-либо связаны с ее деятельностью. Данная система не совершенна и требует доработок, таких как: более внимательного изучения вопросов сертифицируемого товара или услуг, «слежение» за качественным выполнением всех условий сертификации и недопустимости поддельных сертификатов и их покупки.

В настоящее время сертификацию могут проводить государственные органы и частные лица, получившие на это разрешение и соответствующие полномочия, и которые так же, в свою очередь, проходят сертификацию. Сертификации подвергаются не только товары, но и услуги, а также работы и люди, выполняющие работы или услуги.

В России система сертификации представлена двумя формами – обязательной и добровольной, но нередко в управлении этим процессом возникает ряд проблем. Данные проблемы необходимо решать, так как в условиях нынешней экономической ситуации, сертификация имеет большое влияние с точки зрения более легкого внедрения нашего государства в мировую экономическую систему.

Если товар не относится к товарным группам, которые подлежат обязательной сертификации, то этот товар может быть сертифицирован добровольно. В этом случае процедура заключается в проверке соответствия товара тем требованиям, которые указал изготовитель или поставщик, а также техническим условиям и регламентам и другим документам.

Имеется ряд проблем, связанных именно с системой добровольной сертификации [2]. Данные проблемы необходимо решать, так как в условиях нынешней экономической ситуации, добровольная сертификация имеет большое влияние.

Главная проблема добровольной сертификации - структуры и службы, отвечающие за создание и выдачу сертификатов, невозможно контролировать всецело из-за большого количества. Правилами создания товара, подлежащего обязательной сертификации, производитель может пренебречь. Такие товары могут быть либо не качественные, или же не подходить под условия российского рынка.

В применяемых системах отсутствуют единые стандарты сертификационных процедур и маркировки продукции. В результате многие добровольные сертификаты не пользуются доверием потребителей.

Проблемой систем добровольной сертификации являются вопросы признания сертификатов. Вопрос признания сертификата во многом зависит от органа, выдавшего документ. Следует отметить, что наличие добровольного сертификата в некоторых случаях является признаком ответственности производителя. Добровольная сертификация продуктов питания, косметики, парфюмерии и других групп товаров, повышает к производителю или продавцу доверие также и со стороны потребителей.

Одним из вариантов решения этой проблемы является строгое соблюдение международных принципов в области сертификации.

Добровольная сертификация обходится организации дешевле и отнимает меньше времени [4]. Это сразу же сказывается на цене товара. Важнейшей проблемой здесь является тенденция замещения обязательной сертификации добровольной, что не всегда имеет положительный эффект – это может отразиться на качестве продукции, угрожая безопасности потребителей. Существуют определенные товары и услуги, которые обязаны подлежать обязательной сертификации.

Ярким примером замещения сертификации на добровольную может служить отмена обязательного подтверждения соответствия продовольственных товаров, что произошло в 2010 г. [3].

Отсутствие обязательной сертификации – нормальная практика для многих развитых стран. Так, в Европейском союзе всего лишь 5% от всей сертификации – обязательная, что никак не влияет на высокое качество продукции.

Еще одной проблемой системы сертификации является несовершенство нормативно-правовой базы прямо или косвенно связанной с добровольной сертификацией, а именно низкие штрафы для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, пренебрегающих качеством товара, продукции или услуги.

Необходима активная доработка закона, так как из-за несовершенства закона юридические лица находят всевозможные пути обхода законодательства, избегая тем самым ответственности. Но, несмотря на это, у потребителя также есть рычаги воздействия на недобросовестных продавцов. Каждое юридическое или физическое лицо может обратиться в орган по сертификации с жалобой на несоответствие качества выданному сертификату. После чего организация, проводившая процедуру сертификации, оказывает влияние на производителя вплоть до отзыва сертификата соответствия.

Еще одна немало важная проблема добровольной сертификации – необъективные конкурсы (номинации) лучшего продукта. Потребители могут видеть на прилавках продукцию с марками качества, но часто не знают сути номинации и как она проводилась. Следовательно, потребители не обращают внимания на данные маркированные знаки из-за неосведомленности и не распространенности информации о марках качества. Кроме того, существует большое количество подделок и плагиата под официальные и популярные марки, что еще больше путает потребителей перед выбором товара.

Следующей проблемой процедуры сертификации является сомнение в национальных коммерческих структурах, проводящих данную процедуру.

Многие иностранные партнеры, входящие на российский рынок, в качестве одного из главных пунктов заключения контракта выставляют проведение процедуры сертификации иностранным органом и по не отечественным стандартам.

Таким образом, можно сделать вывод, что основными проблемами, которые возникают в процессе развития добровольной сертификации являются: низкая информированность руководителей, у физических лиц также отсутствуют представления относительно системы работы добровольной сертификации, низкие штрафы за продажу некачественного товара, недобросовестность производителей.

Литература

1. Федеральный закон «О техническом регулировании» от 27 декабря г. № 184-ФЗ. – URL: <http://www.consultant.ru>
2. Башкирова Ю.Н., Карпова О.В. Проблемы добровольной сертификации // Аллея науки, 2017. – Том 2. – № 10. – С. 716-721.
3. Бушуева И.П. Влияние качества туристических услуг на экономику региона // Наука и социум: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. 2017. – С. 29- 32.
4. Лепкина В.К., Деветаева С.Н., Семушев А.М. Современные проблемы и перспективы развития национальной системы добровольной сертификации // Экономика и предпринимательство, 2017. – № 3-2 (80-2). – С. 1110-1112.
5. Сюткин Г.Н. Проблемы развития стандартизации и сертификации // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. 2007. – № 1. – С. 4-12.

УДК 657

*Подольяк А.Н., Степанова Е.С., студентки 3 курса
Кубанский государственный аграрный университет
г. Краснодар, Россия*

*Научный руководитель:
Адаменко А.А., доцент, д.э.н.
Кубанский государственный аграрный университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: adam83@mail.ru*

РЕФОРМИРОВАНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РФ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Аннотация: В статье дается обзор отечественной бухгалтерской реформы, которая проводилась в течение 1989-2018 гг., показано влияние внедрения МСФО в Российской Федерации на концептуальные основы финансовой отчетности.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, реформирование учета, международные стандарты финансовой отчетности, проблемы, перспективы.

*Podolyak A.N., Stepanova E.S., student, 3 courses
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia*

Scientific adviser:
Adamenko A.A., Associate Professor, Doctor of Economics
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: adam83@mail.ru

REFORMING OF ACCOUNTING IN THE RUSSIAN FEDERATION AT THE PRESENT STAGE OF DEVELOPMENT OF THE ECONOMY

Abstract: The article gives an overview of the domestic accounting reform that was conducted during 1989-2018, shows the impact of the introduction of IFRS in the Russian Federation on the conceptual basis of financial reporting.

Keywords: accounting, accounting reform, international financial reporting standards, problems, perspectives.

Макроэкономическая нестабильность доказала нам, что финансовая отчетность должна предоставлять пользователям полезную для принятия управленческих решений информацию. Иначе бухгалтерский учет и отчетность будут не эффективны, а выгоды от их использования не смогут покрыть затраты. Основные информационные проблемы финансовой отчетности, как правило, возникают из-за методологии бухгалтерского учета:

- низкая прозрачность из-за неполных требований представления и раскрытия информации;
- отсутствие сопоставимости финансовой отчетности, подготовленной в соответствии с национальными стандартами;
- не полностью отражаются все факты экономической жизни (операции с финансовыми инструментами, контрактные обязательства);
- чрезмерный оптимизм (метод начисления требует признания дохода, пока деньги еще не получены).

Курс решения этих и других проблем был установлен мировым сообществом бухгалтерского учета давно, а Россия присоединилась к нему только в конце 90-х годов, когда наша страна стала проводить реформы в области бухгалтерского учета. Об актуальности проводимых изменений свидетельствует большое количество публикаций, посвященных исследованию реформирования бухгалтерского учета в России. В частности, можно отметить труды авторов: А.Е. Айтхожиной, Т.Ю. Дружиловской и Э.С. Дружиловской, А.К. Есеновой, Е.В. Панасовой и М.Г. Миргородской, Е.Н. Предвечной и П.Н. Козлова, Ц.Н. Яндановой и др.

Е.Н. Предвечная и П.Н. Козловотмечают, что о необходимости реформирования бухгалтерского учета в нашей стране заговорили лишь в начале 90-х годов XX века, так как сложившаяся в СССР система бухгалтерского учета не отвечала требованиям рыночной экономики. Необходимость изменений связан с развитием рыночной экономики, сменой гражданско-правовой среды и системы общественных отношений.

Кратко рассмотрим основные этапы реформы бухгалтерского учета в России. Так, авторы Е.В. Панасова и М.Г. Миргородская выделяют следующие

этапы реформирования бухгалтерского учета в России:

1. Первый этап (от 1992 г. до 1997 г.): подготовительный период перехода к новой системе бухгалтерской отчетности.

2. Второй этап (от 1998 г. до 2003 г.): определение направлений и задач развития системы бухгалтерского учёта.

3. Третий этап (от 2004 г. до 2012 г.): официальное признание Международных стандартов финансовой отчетности и обязательный перевод на МСФО консолидированной финансовой отчетности хозяйствующих субъектов;

4. Четвертый этап (от 2012 г. по настоящее время): развитие бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на основе МСФО.

Каждому из этих этапов были свойственны разные задачи и пути их решения.

Е.Н. Предвечная и П.Н. Козлов считают начало первого этапа по-другому. Данные авторы считают началом реформирования разработку и внедрение Плана счетов 1991 г.

Однако автор считает, что реформирование бухгалтерского учета в России началось лишь в конце 90-х годов. До этого времени осуществлялась лишь подготовка к нему.

К тому времени, когда реформа бухгалтерского учета началась в конце 90-х годов, Россия унаследовала от Советского Союза экономические отношения, которые сложились в рамках системы плановой экономики. Этот период был отмечен такими отличительными особенностями, как государственное регулирование бухгалтерского учета путем разработки нормативных документов, обязательных для исполнения; полная стандартизация и унификация процедур и записей учета; единая система бухгалтерского учета.

Основной целью ведения бухгалтерского учета в тот период являлось обеспечение безопасности и рационального использования государственной собственности. Несмотря на очевидные преимущества советского учета, эта система не могла справиться с проблемами, связанными с новыми условиями управления рыночной экономикой. В связи с чем ее нужно было реформировать.

Следует отметить, что реформа бухгалтерского учета и отчетности в нашей стране продолжается и по сей день. Суть этих реформ – это переход от жесткого государственного контроля к разумному сочетанию общественного и профессионального регулирования. Таким образом, в течение почти 30 лет (с 1989 г. по 2018 г.) в России проводилось реформирование бухгалтерского учета. Вместо того, чтобы спешить с внедрением МСФО, наша страна приняла систему их сбалансированной и постепенной реализации. Такой подход заключался в поддержании национальной системы бухгалтерского учета и отчетности (которая была основана на МСФО). При этом, консолидированная финансовая отчетность публичных компаний обязательно должна была формироваться непосредственно в соответствии с МСФО.

Реформы, которые имели место в период с 1992 г., показали, что Россия не просто скопировала МСФО, но выбрала наиболее разумный способ применения международных стандартов, суть которого сводилась к:

- интеграции МСФО в РСБУ: финансовая отчетность должна составляться в соответствии с РСБУ, которые, в свою очередь, основаны на МСФО;

- введению обязательного требования для составления консолидированной отчетности в соответствии с требованиями МСФО, а также их обязательный аудит и публикация: консолидированная финансовая отчетность публичных компаний формируется в соответствии с МСФО.

Это способствовало повышению привлекательности российского рынка для иностранных инвесторов за счет использования МСФО в «консолидированной финансовой отчетности публичных компаний».

Таким образом, международные стандарты оказали сильное влияние на учетные системы российских компаний. Оно обусловлено воздействием на национальные стандарты бухгалтерского учета. Сегодня практически каждая крупная отечественная компания готовит отчетность в соответствии с МСФО. Такую возможность им дал Федеральный закон от 27 июля 2010 г. № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности».

Внедрение МСФО не может существовать только в силу применения этих стандартов на добровольной основе. Инвесторам и другим пользователям финансовой отчетности нужна юридическая защита их интересов при получении достоверной финансовой информации. Поэтому юридическая обязанность предоставления должна быть обязательной. Внедрение МСФО в российскую правовую систему можно разделить на следующие части:

- обязательное составление финансовой отчетности на основе МСФО кредитными и страховыми компаниями (кроме тех, что осуществляют деятельность исключительно в сфере обязательного медицинского страхования), негосударственными пенсионными фондами, управляющими компаниями инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов и негосударственных пенсионных фондов, клиринговыми предприятиями, федеральными государственными унитарными предприятиями, перечень которых утвержден Правительством России; акционерными обществами, акции которых находятся в федеральной собственности и перечень которых также утвержден Правительством нашей страны, другими компаниями, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам путем их включения в котировальный список;

- косвенное применение МСФО: финансовая отчетность составляется в соответствии с РСБУ, но на основе МСФО.

Финансовая отчетность российских компаний составляется в соответствии с национальными стандартами, однако они, в свою очередь, разрабатываются на основе МСФО. Такой подход регулирования бухгалтерского учета и отчетности в России регистрируется на государственном уровне и последовательно осуществляется на протяжении

всего периода реформы. Таким образом, отчетность, составленная на основе РСБУ, в целом соответствует МСФО, однако есть некоторые принципиальные отличия в учете активов, обязательств, доходов, расходов и капитала, которые постепенно устраняются.

На самом деле многие российские компании перешли на МСФО гораздо раньше, чем это было объявлено в правовых актах. Добровольная отчетность российских компаний на основе МСФО объясняется тем, что полностью новая рыночная экономика дала компаниям возможность привлечь капитал через рыночные механизмы и главным образом с международных рынков капитала.

Каждый факт экономической жизни отражается в отчетности и, соответственно, влияет на решения, принятые заинтересованными пользователями на основе этой информации. Таким образом, именно пользователь и его информационные потребности являются основной причиной различий в отчетности по РСБУ и МСФО. Основным пользователем финансовой отчетности, подготовленной в соответствии с международными стандартами, является инвестор. Цель отчетности в рамках «Концептуальных основ финансовой отчетности» заключается не только в предоставлении информации, но и в обеспечении полезности этой информации, имеющей важное значение для принятия экономических решений. Российская система учета и отчетности, унаследованная от Советского Союза, раньше была ориентирована на государство. Но в настоящее время предпринимаются успешные попытки изменить эту ситуацию.

Таким образом, в последние годы число российских компаний, которые составляют свою отчетность на основе международных стандартов финансовой отчетности, неуклонно растет. Это означает, что международные стандарты оказывают существенное влияние на формирование отчетности в российских компаниях. Международные стандарты финансовой отчетности влияют на национальные стандарты бухгалтерского учета. Кроме того, некоторые российские компании формируют финансовую отчетность непосредственно по международным стандартам финансовой отчетности, в том числе кредитные организации и прочие хозяйствующие субъекты, перечисленные в ст. 2 Федерального закона от 27 июля 2010 г. № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности». Для того, чтобы реформирование бухгалтерского учета в России было более продуктивным, необходимо повести и реформу образования в области бухгалтерского учета, поскольку многие специалисты по бухгалтерскому учету считают, что в учебной программе основное внимание уделяется техническим аспектам бухгалтерского учета. У выпускников ВУЗов не хватает критического мышления и многих других общих навыков, которые являются необходимыми для бухгалтеров, и главное – практических навыков подготовки отчетности в соответствии с МСФО. Необходимо обратить внимания и на учебную литературу, которая должна содержать больше практических примеров подготовки финансовой отчетности в соответствии с актуальными требованиями международных стандартов финансовой отчетности. Учебники и учебные пособия должны раскрывать все особенности

и нюансы учета и раскрытия в финансовой отчетности информации об активах, обязательствах, капитале, доходах и расходах компании. Только в условиях изменения отечественной системы образования и знания каждым выпускником – бухгалтером отечественных ВУЗов практических аспектов ведения учета и составления отчетности в соответствии с требованиями МСФО, успешное завершение реформирования бухгалтерского учета в России станет ближе.

Литература

1. Айтхожина А.Е. Современные концепции бухгалтерского учета, теория и методология // Известия Иссик-Кульского форума бухгалтеров и аудиторов стран Центральной Азии. – 2014. – № 1-2(5). – С. 178-183.
2. Дружиловская Т.Ю., Дружиловская Э.С. Реформирование бухгалтерского учета активов в России // Современные тенденции развития науки и технологий. 2015. – № 6(8). – С. 44-45.
3. Есенова А.К. Реформирование бухгалтерского учета на современном этапе в связи с переходом на МСФО // Успехи современной науки. – 2016. – № 1(5). – С. 67-71.
4. Панасова Е.В., Миргородская М.Г. Реформа бухгалтерского учета в России: перспективы, цели и ход реформы // Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г. Разумовского. – 2017. – № 5. – С. 32-36.
5. Предвечная Е.Н., Козлов П.Н. Роль МСФО в реформировании бухгалтерского учета в Российской Федерации // Менеджмент. 2015. – № 1(4). – С. 69-73.

УДК 657

*Шелемятьева И.А., студентка 3 курса
Кубанский государственный аграрный университет
г. Краснодар, Россия*

*Научный руководитель:
Хорольская Т.Е., старший преподаватель,
Кубанский государственный аграрный университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: khorolskaya77@mail.ru*

РОССИЙСКИЕ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРИНЦИПЫ УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ: СХОДСТВА И РАЗЛИЧИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены проблемы существенных различий между принципами, лежащих в основе Международных стандартов финансовой отчетности и российских положений по бухгалтерскому учёту. Были выявлены и обобщены расхождения, с которыми организации чаще всего сталкиваются на практике, а также различия, возникающие в конкретных ситуациях в силу по-разному расставленных акцентов.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, международные стандарты, финансовая отчетность, национальные стандарты, принципы финансового учёта.

*Shelemyatyeva I.A., student, 3 courses
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia*

*Scientific adviser:
Khorolskaya T.E., Senior Lecturer,
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: khorolskaya77@mail.ru*

RUSSIAN AND INTERNATIONAL ACCOUNTING PRINCIPLES: SIMILARITIES AND DIFFERENCES

Abstract: The article examines the problems of significant differences between the principles underlying the International Financial Reporting Standards and the Russian provisions on accounting accounting. The discrepancies with which organizations are most often encountered in practice, as well as the differences that arise in specific situations due to different emphasis are identified and summarized.

Keywords: accounting, international standards, financial reporting, national standards, principles of financial accounting.

В данное время благодаря усилиям развитых стран мира постепенно формируется унифицированная система бухгалтерского учета. В настоящее время переход ведение бухгалтерского учета по МСФО – это неотъемлемая составляющая функционирования многих организаций в интеграционных процессах экономики.

Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) – это набор документов (стандартов), регламентирующих правила по составлению финансовых отчетов организаций во всем мире.

В Российской Федерации правила ведения бухгалтерского учета регулируются положениями по бухгалтерскому учету (ПБУ) – это стандарты бухгалтерского учета в России, регулирующие порядок бухгалтерского учета активов и обязательств или событий хозяйственной деятельности.

Отличия ПБУ и МСФО очень значительны, несмотря на их провозглашенное сходство. Это относится не только к конкретным стандартам учета, а в большей степени к различиям в самих подходах к составлению бухгалтерской отчетности.

МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» – это урегулированное представление организацией своего финансового состояния и операций, осуществленные за определенный период.

Согласно нормативным документам в российской системе регулирования, а именно п. 6 Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99), цель бухгалтерской

отчетности – это достоверное и полное отражение финансового положения экономического субъекта за конкретный отчетный период.

Согласно п.7 МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности», целью составления финансовой отчетности является предоставление информации необходимой для расширенного круга пользователей о деятельности организации для принятия каких-либо экономических решений.

Отчетность по ПБУ обычно сосредоточена на удовлетворение требований контролирующих органов, в частности, органы государственного управления, органы статистики и фискальные органы. Тем временем, МСФО ориентированы в большей мере на возможных и действительных инвесторов, и на финансовые институты.

Одно из особых отличий ПБУ от МСФО это отчетный период и дата предоставления отчетности.

Отчетным периодом предоставления бухгалтерской отчетности в России является календарный год (с 1 января по 31 декабря включительно), это закреплено в п.12 Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99). В случае, если организация была создана после 30 сентября отчетным годом будет являться следующий год, идущий после года регистрации организации.

В соответствии с п. 36 МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» финансовая отчетность предоставляется ежегодно, но здесь отсутствуют жесткие закрепления отчетной даты. Поэтому отчетный год может начаться не с 1-го января, а с 1-го числа любого месяца года. То есть, организация вправе выбрать начало отчетного периода самостоятельно.

Комитетом по Международным стандартам финансовой отчетности (КМСФО) были разработаны основные принципы финансового учета. В Российской же практике отсутствуют нормативные документы, в которых принципы финансового учета прописывались бы на нормативном уровне. Тем не менее, в России используют общепринятые принципы, разработанные на уровне МСФО.

Допущение о непрерывности деятельности в международных стандартах, согласно п. 4.1 Принципов, так же, как и в системе учета в соответствии с Федеральным законом «О бухгалтерском учете», ст. 8, п. 3, исходит из того что, финансовая отчетность формируется исходя из предположения, что организация в ближайшем будущем будет и дальше продолжать свою деятельность. Иначе говоря, предполагается, что у организации потребности или намерения ликвидировать, или значительно сократить объемы своей деятельности.

Качественная характеристика информации, делает её полезной для пользователей. Понимают четыре характеристики информации: уместность и достоверность, относящиеся к содержанию финансовой отчетности; сопоставимость и понятность – подачи финансовой отчетности.

Понятность – это информация, которая представлена в финансовой отчетности и доступна для понимания пользователей.

Информация считается полезной если она уместна для пользователя согласно п. 7 Положения по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008) и п. 43 Принципов. Если же информация оказывает влияние на принятие экономических решений пользователей, то она является уместной. А чтобы события или операции были уместными они должны быть значимыми. При составлении финансовой отчетности специалисты используют профессиональное суждение при оценке того, какие события являются существенными.

МСФО считают за лучшее преимущество профессионального суждения бухгалтера над указаниями учетных регуляторов, что для отечественной практики является недопустимым. Исходя из ПБУ, первичный документ по сравнению с профессиональным суждением бухгалтера имеет более высокую ценность. Профессиональное суждение для МСФО напротив является наиболее существенным во многих ситуациях: 1) оценка денежных потоков при расчете справедливой стоимости; 2) классификация финансовых инструментов; 3) определение срока полезного использования, метода амортизации.

Полезность информации подразумевает её достоверность. Если информация не содержит каких-либо значимых ошибок или искажений, то такая информация является достоверной, основываясь на п. 11 Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99) и п. 29 МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности».

Также МСФО отличается от ПБУ преобладанием экономического содержания фактов хозяйственной деятельности над юридической формой. Это устанавливает подход МСФО к классификации основных учетных категорий: доходов, расходов, активов, обязательств, прибыли капитала и т. д. и к оценке элементов отчетности.

Примером тому будет являться передача рисков и выгод от владения запасами и в соответствии с МСФО допустима ситуация, когда они могут быть переданы, а право собственности к покупателю еще не перешло. Эти запасы должны быть отражены по МСФО в составе оборотных активов.

В применении учетной политики расхождений между МСФО и ПБУ нет. Учетная политика выбирается и применяется организацией последовательно для осуществления одинаковых операций и прочих условий.

Дисконтирование – один из ярких примеров отличия ПБУ от МСФО. В МСФО (IFRS) 13 «Оценка справедливой стоимости» дисконтирование имеет особо широкое применение для оценки стоимости активов (основных средств, финансовых инструментов, нематериальных активов), это определено обязательностью учета временной стоимости денег. Так как отчетность МСФО в основном предназначена для инвесторов, поэтому для представления качественной финансовой информации использование дисконтирования является обязательным.

Согласно Положению по бухгалтерскому учету «Учет финансовых вложений» (ПБУ 19/02) от 27 апреля 2012 г. № 55н дисконтирование почти не используется. Дисконтирование в этом случае применяется для долговых

ценных бумаг и займов, предоставленных организацией. При этом оговаривается, что никаких записей в бухгалтерском учете производится не будет.

Внимание также стоит обратить на Положение по бухгалтерскому учету «Учёт расчетов по налогу на прибыль организаций» (ПБУ 18/02) от 19 ноября 2002 г. № 144н и МСФО (IAS) 12 «Налоги на прибыль». С учетом того, что ПБУ было построено на основании МСФО, между документами всё же существуют конкретные отличия. В Российском стандарте при расчёте отложенных налогов и обязательств предлагается использовать метод «отчета о прибылях». МСФО же предлагает пользование «балансового» метода при учете отложенных налоговых активов и обязательств, наряду с этим изменится порядок вычисления отложенного налога на прибыль.

Метод «отчет о прибылях и убытках» уделяет основное внимание разнице между бухгалтерской и налогооблагаемой прибылью, а метод по балансу рассматривает временные разницы, т. е. разницы, возникающие между налоговой базой актива или обязательства по сравнению с балансовой стоимостью.

В Положении по бухгалтерскому учету «Учёт расчетов по налогу на прибыль организаций» (ПБУ 18/02) и МСФО (IAS) 12 «Налоги на прибыль» также можно обозначить существенные различия, например: в стандартах рассматриваются разные схемы для отражения на счетах бухгалтерского учета расходов по налогу на прибыль; в МСФО не предусматривается учет постоянных разниц; в ПБУ не так развёрнуто раскрыта информация о налогах на прибыль нежели в МСФО; в ПБУ отсутствуют указания и рекомендации для отражения расчетов по налогу на прибыль в случае, если совершается сплочение бизнеса и переоценка активов и обязательств по справедливой стоимости.

Опираясь на международную практику, активом считается то, что в будущем принесёт экономическую выгоду. При признании актива, право на его собственность не является главным. К примеру, имущество находящееся в аренде – это актив, если организация получает выгоду от его пользования.

Обязательства – это задолженности организации, и при погашении которого происходит уменьшение его актива. Международными стандартами предусмотрены различные виды оценки активов и обязательств, а именно: историческая стоимость (первичная стоимость, фактическая стоимость приобретения); текущая или восстановленная стоимость; может быть стоимость продаж или цена реализаций; дисконтированная или приведенная стоимость. В настоящее время замечается тенденция вытеснения исторической стоимости оценкой по справедливой стоимости.

Таким образом, сравнивая РСБУ и МСФО можно сделать вывод, что в соответствии с Федеральным законом «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ основная задача бухгалтерской системы - это формирование подлинной и полной отчетности для обеспечения информацией контролирующих органов соблюдения норм законодательства, в МСФО же напротив финансовая

отчетность формируется в большей мере для инвесторов, кредиторов.

Между принципами бухгалтерского учета и финансовой отчетности по МСФО и РСБУ существуют некоторые отличия, что в основном связано с разницей в менталитете отечественных и зарубежных бухгалтеров, весомости в России правовой формы хозяйских операций над их экономической сущностью, а это в свою очередь приводит к тому, что применение МСФО у нас в большей мере декларируется, чем реально осуществляется на практике.

Также стоит отметить, что российская структура принципов не совпадает с МСФО, и к тому же принципы ПБУ не имеют определенной структуры.

В российском законодательстве требования к качественным характеристикам раскрыты менее подробно, чем в МСФО, так же в национальных стандартах нет такого требования к информации, которое отображается в финансовой отчетности как нейтральность, нет ограничения по поводу соотношения выгоды и затрат, не используется понятие сбалансирования качественных характеристик, в российской практике также отсутствует возможность применения профессиональных суждений бухгалтеров для определения вероятности получения или затраты экономических выгод.

Литература

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ (ред. от 31.12.2017 г.). – URL: <http://www.consultant.ru>

2. Адаменко А.А., Говор Е.А. Переход на МСФО: проблемы и перспективы на сегодняшнем этапе экономического развития // В сборнике: Актуальные вопросы составления бухгалтерской финансовой отчетности в условиях реформирования бухгалтерского учета и отчетности. Материалы IV международной студенческой научной конференции. Краснодар, 2014. - С. 435-441.

3. Адаменко А.А., Симоненко Л.И. Значение введения МСФО в России // В сборнике: Актуальные вопросы составления бухгалтерской финансовой отчетности в условиях реформирования бухгалтерского учета и отчетности. Материалы IV международной студенческой научной конференции. Краснодар, 2014. - С. 216-219.

4. Кущян Д.С., Воробьев Б.А., Хорольская Т.Е. Международные стандарты финансовой отчетности в Российской Федерации: проблемы и реализация // Экономическая наука в XXI веке: проблемы, перспективы, информационное обеспечение: Материалы международной научно-практической конференции студентов, аспирантов, магистрантов и преподавателей, г. Краснодар, 15 мая 2013 г. КубГАУ. - Краснодар, 2013. – С. 62-68.

5. Хорольская Т.Е., Кулишова Д.М. Особенности перехода России на МСФО // Современные проблемы бухгалтерского учета и отчетности: Материалы II международной студенческой научной конференции (г. Краснодар, 21-22 апр.2015). – Краснодар: изд. Магарин О. Г., 2015. – С. 118-124.

*Хильчук Ю.А.,
студентка 3 курса
Кубанский государственный аграрный университет
г. Краснодар, Россия*

*Научный руководитель:
Адаменко А.А., доцент, д.э.н.
Кубанский государственный аграрный университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: adam83@mail.ru*

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОСТАВЛЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Аннотация. В статье приведены современные проблемы составления бухгалтерской финансовой отчетности. Рассмотрены возможные причины искажения бухгалтерской отчетности и пути их решения, кратко охарактеризован каждый из способов. Также проанализирована динамика экономических преступлений за 2005-2016 гг. в России согласно данным Российского обзора экономических преступлений за 2016 г.

Ключевые слова: бухгалтерская финансовая отчетность, причины искажения, фальсификация, вуалирование, экономические преступления.

*Khilchuk YU.A., student, 3 courses
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia*

*Scientific adviser:
Adamenko A.A., Associate Professor, Doctor of Economics
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: adam83@mail.ru*

MODERN PROBLEMS OF COMPILATION OF ACCOUNTING FINANCIAL STATEMENTS AND WAYS OF THEIR SOLUTION

Abstract: The article presents modern problems of drawing up financial statements. Possible reasons for the distortion of accounting statements and the ways of their solution are considered, each method is briefly described. The dynamics of economic crimes for 2005-2016 is also analyzed. in Russia according to the data of the Russian survey of economic crimes for 2016.

Keywords: financial accounting, causes of distortion, falsification, veiling, economic crimes.

В период глобализации экономического развития государства хозяйствующие субъекты находятся на высоком уровне независимости в принятии управленческих решений, выборе партнеров для ведения совместной деятельности, а также активном поиске источников ее финансирования. Вместе

с тем заинтересованные пользователи, а именно банки, поставщики, клиенты, собственники, инвесторы и другие, с которыми коммерческие организации налаживают деловые взаимоотношения, нуждаются в экономически обоснованной и документально подтвержденной информации о финансовом положении данной компании и результатах ее хозяйственной деятельности.

Исходя из этого, бухгалтерская финансовая отчетность является основным источником информации для проведения финансового анализа экономического субъекта.

Бухгалтерская отчетность – единая система данных об имущественном и финансовом положении организации и о результатах её хозяйственной деятельности, составляемая на основе данных финансового учёта с целью предоставления внешним и внутренним пользователям обобщённой информации о финансовом положении организации в форме, удобной и понятной для принятия этими пользователями определённых деловых решений.

Бухгалтерскую финансовую отчетность принято считать основным элементом, объединяющим организацию с другими субъектами рыночных отношений. Так, исследуя данную отчетность, субъекты рынка, осуществляющие свою деятельность в экономической сфере, стремятся достичь совершенно различных целей. К примеру, партнерам по бизнесу необходима информация, подтверждающая вероятность организации погасить задолженность по имеющимся у нее обязательствам и долгам. В то же время данные о возможности последующего развития компании, а также ее финансовой устойчивости интересуют инвесторов. Акционеров и стейкхолдеров же беспокоит рыночная стоимость акций, размеры и порядок выплаты дивидендов.

Исходя из этого, бухгалтерская отчетность, устремленная на неограниченное количество пользователей, обусловила потребность в установлении ее основных характеристик.

Согласно ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации», бухгалтерская отчетность должна давать достоверное и полное представление о финансовом положении организации, финансовых результатах ее деятельности и изменениях в ее финансовом положении, при этом достоверной и полной считается бухгалтерская отчетность, сформированная исходя из правил, установленных нормативными актами по бухгалтерскому учету. В соответствии с этим, одним из главных условий, предъявляемых к бухгалтерской отчетности, является требование достоверности.

Однако, как известно, на практике достоверность информации, представляемой в бухгалтерской отчетности, нередко ставится под сомнение сотрудниками государственных органов. В настоящее время, в условиях напряженного и жесткого ведения бизнеса, хозяйствующим субъектам особенно трудно удержаться на рынке, используя только «белую» отчетность. Данное обстоятельство и определило ключевую задачу реформирования системы учета, в основе которой стоит повышение достоверности представляемых сведений в отчетности коммерческих организаций.

В ПБУ 22/2010 «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности» говорится, что к неправильному отражению или неотражению фактов хозяйственной деятельности приводят такие факторы, как неверное применение законодательства о бухгалтерском учете и иных нормативных правовых актов в следствие их ошибочной трактовки, неправильное применение учетной политики компании, ошибки в вычислениях, неточная оценка фактов хозяйственной деятельности, а также недобросовестные действия должностных лиц организации.

К причинам искажения бухгалтерской отчетности следует отнести фальсификацию и вуалирование финансовыми показателями в пользу заинтересованных лиц либо руководства организации. Вместе с тем, необходимо понимать, что под фальсификацией понимается предоставление данных хозяйствующего субъекта в более выигрышном и благоприятном для него положении в следствие несоблюдения требований нормативных актов. В то же время вуалирование сведениями происходит в пределах, разрешенных нормативными документами. Кроме того, причиной искажения отчетности также можно считать низкий уровень квалификации бухгалтеров и других сотрудников организации.

В отдельных случаях недобросовестные или же неправомерные замыслы и намерения компании определить бывает достаточно трудно. Исходя из этого, следует особо пристально обращать внимание на ряд сомнительных, несвойственных для экономического субъекта операций.

Рассмотрим динамику экономических преступлений за 2005-2016 гг. в России согласно данным Российского обзора экономических преступлений за 2016 г. на рисунке 1.

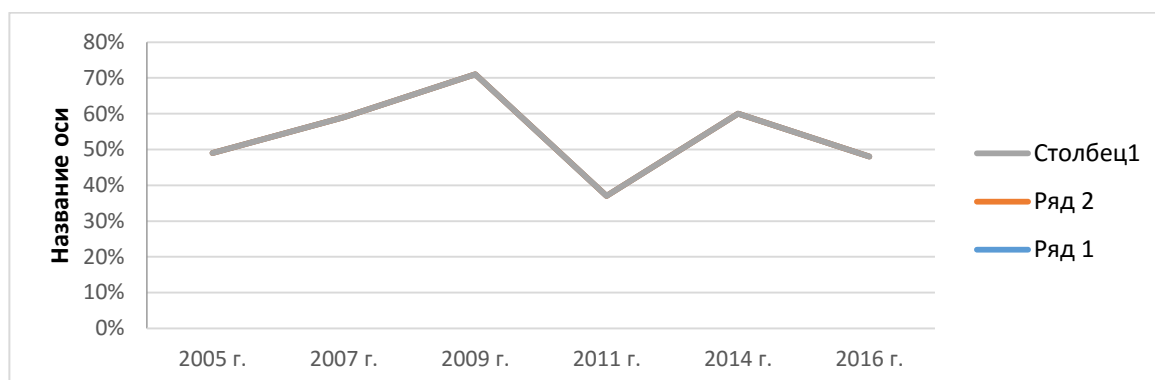


Рисунок 1 – Динамика экономических преступлений в России за 2005-2016 гг.

Анализируя рисунок 1 следует отметить, что в России 48 % компаний и организаций столкнулись с экономическими преступлениями за последние два года. Это значительно ниже результата за 2014 г. (60 %), но выше общемирового показателя (36 %). Данное явление связано, прежде всего, с совершенствованием механизмов выявления мошеннических преступлений, а также изменения в области противодействия коррупции.

Так, проведение внешнего аудита и совершенствование служб внутреннего контроля за деятельности организаций можно считать основными инструментами выявления искажений в бухгалтерской отчетности и дальнейшей эффективной борьбы с экономическими преступлениями в данной области.

Принимая во внимание тот факт, что проблема неправильного отражения или неотражения фактов хозяйственной деятельности и иных данных, влияющих на финансовое положение организации, в настоящее время является актуальной, совершенствование методов раскрытия фальсификации финансовой отчетности и формирование внушительной правовой базы будут содействовать пресечению возникновения открытых фальсификаций и создадут благоприятные условия для ведения открытого бизнеса в дальнейшем.

Необходимо отметить, что на составление бухгалтерской финансовой отчетности нередко оказывают влияние и последствия перехода бухгалтерского учета на Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) в России как с положительной, так и отрицательной стороны. Положительной тенденцией является повышение информативности отчетности, улучшение сопоставимости показателей, а также увеличение возможностей для анализа деятельности компании. Вместе с тем, негативной стороной перехода следует считать наличие различий в российских стандартах и МСФО, нехватка квалификационного персонала, высокие затраты, трудности перевода МСФО на русский язык и другие. К тому же, в настоящее время в мире сложились достаточно сложные как политические, так и экономические взаимоотношения Российской Федерации со странами Европейского Союза.

Вследствие этого, интерес большого количества российских предпринимателей в последние годы не ориентирован на мировой рынок, что дает возможность государству создать необходимые условия, способствующие развитию отечественного рынка. В свою очередь, хозяйствующим субъектам необходимо обратить внимание на составление финансовой отчетности, которая, в первую очередь, привлекала бы российских инвесторов.

Таким образом, бухгалтерская финансовая отчетность устанавливает возможные варианты решения существующих коммерческих, производственных и организационных вопросов компании, таких как возможные объемы производства и реализации продукции, установление уровня цен на товары и другие. В связи с этим, устранение недостатков при составлении бухгалтерской отчетности даст возможность более точно оценить эффективность работы организации, а также провести полный экономический анализ хозяйствующего субъекта, что послужит исходной базой для последующего планирования ее деятельности.

Литература

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ (ред. от 31.12.2017 г.). – URL: <http://www.consultant.ru>
2. Приказ Минфина России от 6 июля 1999 г. № 43н (ред. от 08.11.2010)

г.) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99)». – URL: <http://www.consultant.ru>

3. Адаменко А.А., Волкова А.И. Бухгалтерская отчетность – источник экономической информации // В сборнике: Информационно е обеспечение эффективного управления деятельностью экономических субъектов. Материалы Международной научной конференции, посвященной 80-летию Краснодарского края. Сост. Ю. И. Сигидов, Н. С. Власова, Г. Н. Ясменко, В. В. Башкатов.- 2017. - С. 138-142.

4. Адаменко А.А., Т.Е. Хорольская, Андрееенко Е.С., Суюковская Н.Е. Отчет о финансовых результатах: его структура и взаимосвязь с другими формами отчетности организации // Вестник Академии знаний. – 2018. – Т. 24(1). – С. 20-27.

5. Данные российского обзора экономических преступлений за 2016 год. – URL: <http://bgoal.ru/blog/articles/kak-ne-poteryat-kompaniyu-i-ne-popast-v-ruki-moshennikov.html>

УДК 336.4

*Симоненко О.С.,
студентка 2 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: Simonenko.olga9@mail.ru*

*Научный руководитель:
Радченко М. В., доцент, к.э.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: maryradchenko@yandex.ru*

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КРАУДИНВЕСТИНГА В РОССИИ

Аннотация: В работе рассмотрено новое экономическое явление краудинвестинг. Представлен анализ модели краудинвестинга и краткий обзор российского рынка краудинвестинговых площадок на основе показателей, предложенных автором. Выявлены основные проблемы, замедляющие развитие данного механизма инвестирования и предложен ряд мер по улучшению состояния краудинвестинга в России.

Ключевые слова: краудинвестинг, инвестиционный механизм, экономика.

*Simonenko O. S., student, 2 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: simonenko.olga9@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Radchenko M.V., docent
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: maryradchenko@yandex.ru*

THE PROBLEMS OF DEVELOPMENT CROWDINVESTING IN RUSSIA

Annotation: A new economic phenomenon of crowdinvesting is considered in the work. The analysis of the crowdinvesting model and a brief overview of the Russian market of crowdinvesting sites based on the indicators proposed by the author are presented. The main problems that slow the development of this investment mechanism are identified and a number of measures are proposed to improve the state of crowdinvesting in Russia.

Keywords: crowdinvesting, investment mechanism, economy.

Современный этап экономического развития подразумевает формирование «новой экономической реальности» и предполагает появление новых финансовых инструментов финансирования малых и средних предприятий, а также инвестирования в инновационные проекты [3].

Актуальность развития альтернативных финансовых инструментов для развития бизнеса обусловлена тем, что в стране нестабильная экономическая ситуация, высокие процентные ставки не всегда могут осилить начинающие предприниматели, а условия займа больших сумм тяжелы для заемщика, и в случае провала проекта его автор может оказаться в ситуации необходимости выплаты крупного долга. Таким образом, альтернативным источником финансирования будущих предпринимателей, а также средством внебюджетного финансирования может стать такой механизм как «краудинвестинг».

Краудинвестинговая система имеет огромный потенциал для развития экономики любой страны, она активно работает на Западе, но в России ее внедрение претерпевает ряд трудностей. Краудинвестинг находится на начальном этапе своего развития и как экономическое явление практически не изучено в России.

Первые краудинвестинговые площадки начали появляться ещё в 2005 году в США. Позже данный механизм активно освоили в Великобритании, Финляндии, Италии и Испании. Данный механизм помогал молодым стартапам привлекать инвестиции от частных инвесторов.

Краудинвестинг, или как его еще называют акционерный краудфандинг - альтернативный финансовый инструмент для привлечения капитала в стартапы и предприятия малого бизнеса, не имеющих достаточной кредитной истории или убедительного бизнес-плана для банка, от широкого круга микроинвесторов. Ключевое отличие краудинвестинга от краудфандинга в том, что инвесторы получают долю в акционерном капитале компании и риск потери вложений.

Функционирование системы краудинвестинга осуществляется посредством интернет-платформ.

Деятельность краудинвестинговой модели похожа на сделку при венчурном инвестировании традиционными способами: деятельность институциональных и частных инвесторов. Несмотря на это, краудинвестинг

существенно отличается от венчурного инвестирования. Основное различие состоит в принципиально новой структуре сделки. Модель краудинвестинга выглядит следующим образом: основой данной системы являются краудинвестинговые площадки, выступая в качестве посредника между инвесторами и стартапами. При их функционировании осуществляются следующие процессы: обработка финансового платежа и финансовая отдача. Такие платформы отвечают за полноценную проверку проекта, в которую входит юридическая проверка деятельности компании, изучение финансовой отчетности, построение финансовых моделей, тем самым минимизируются риски для будущих инвесторов.

В основном за свою деятельность краудинвестинговые компании устанавливают комиссию, составляющую не более 10% от каждой успешно реализованной сделки. В случае если проект не наберет достаточную сумму инвестирования, денежные средства обратно поступают на счет частным инвесторам.

На сегодняшний день существует несколько российских платформ, которые имеют наибольшую популярность. К ним относятся: «StartTrack», «МУРЮ», «Aktivo», «Simex».

Для сравнения платформ выделим три показателя: количество реализованных проектов, сумма привлеченных инвестиций, количество активных инвесторов.

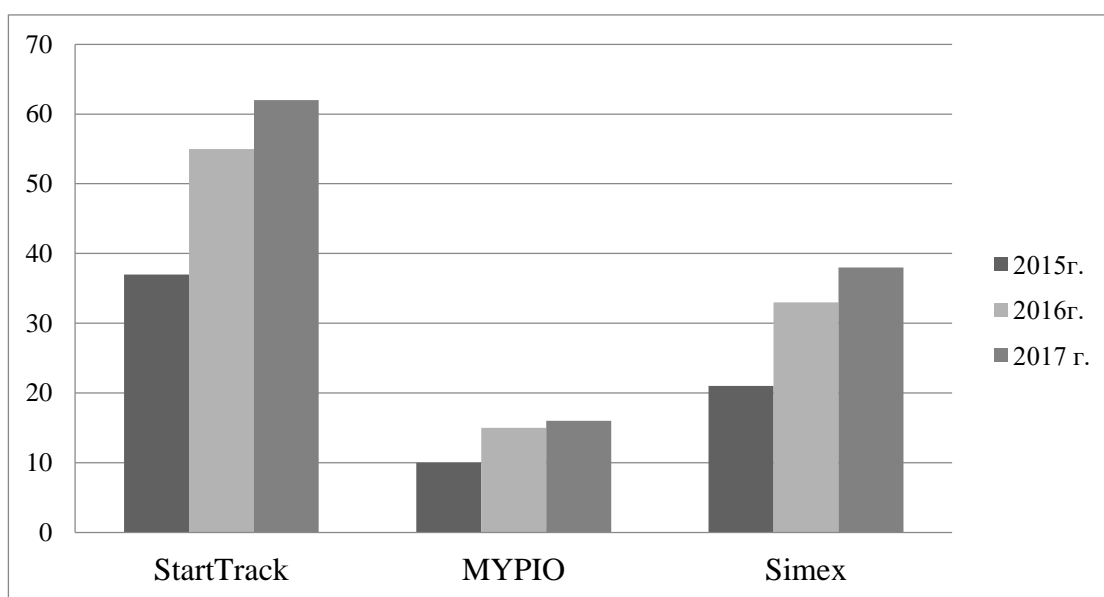


Рисунок 1 – Количество реализованных проектов за 2015-2017 гг.

На рисунке 2 количество реализованных проектов у платформы «Aktivo» не указано, так как данная организация имеет немного иную специфику инвестирования, чем другие представленные платформы. Данная площадка инвестирует не в проекты и организации, а в квадратные метры, другими словами, в коммерческую недвижимость.

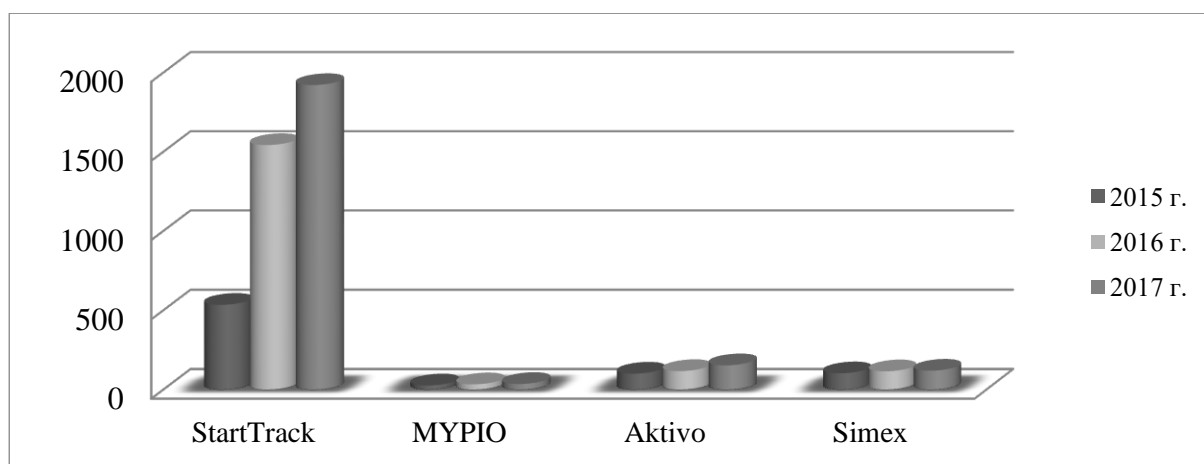


Рисунок 2 – Количество привлеченных инвестиций за 2015-2017 гг., млн. руб.

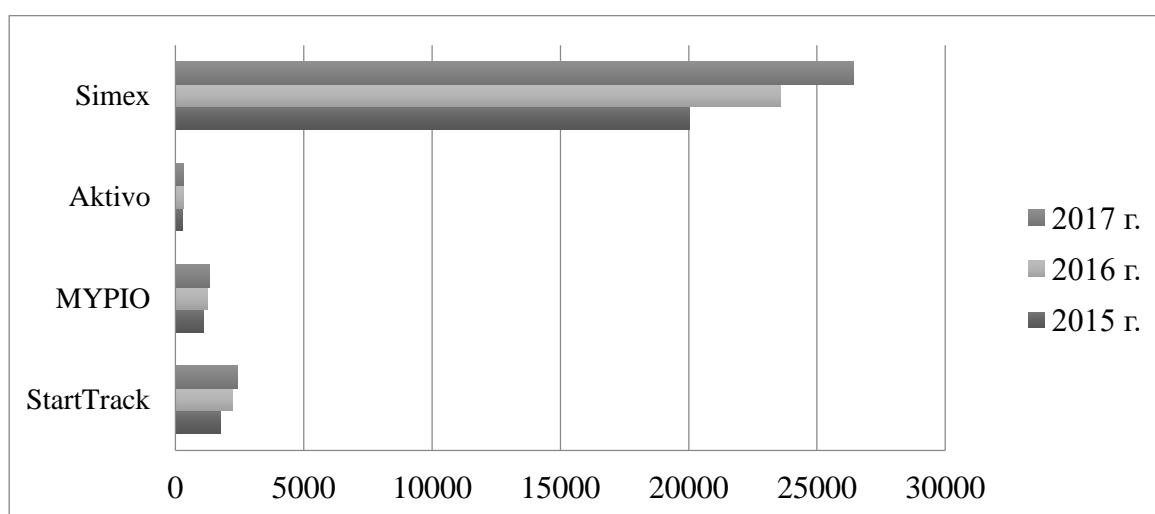


Рисунок 3 – Количество активных инвесторов за 2015-2017 гг.

Исходя из данных, представленных на рисунке 3, «StartTrack» можно считать самой надежной и проверенной временем краудинвестинговой площадкой в России. Платформа создана при поддержке Фонда Развития Интернет-Инициатив (ФРИИ). Данная платформа активно сотрудничает с Центральным Банком, предоставляя ему свою финансовую отчетность. В связи с этим, можно сделать вывод о том, что за время существования «краудинвестинга», данная платформа смогла собрать большое количество инвестиций и реализовать больше всех проектов. Уровень доходности составляет 35%.

«MYPIO» еще одна из проверенных площадок, которая гарантирует безопасность инвесторам. Это единственная площадка, зарегистрированная в РФ, поэтому она несет ответственность за качество предоставляемых услуг, минимизируя риски для частных инвесторов. Она предлагает доходность инвесторам до 30%.

«Aktivo» занимается исключительно инвестициями в коммерческую недвижимость. Инвестиции вкладываются в земельные участки, которые позже

сдаются крупным магазинам. «Aktivo» имеет достаточно высокое количество привлеченных инвестиций, и обещаемую доходность до 17% годовых.

«Simex» самая молодая из представленных организаций, занимающихся краудинвестингом. За малое время функционирования ею уже было успешно реализовано 38 проектов. Особенностью площадки считается возможность пассивного дохода путём привлечения рефералов или, другими словами, можно пригласить на биржу других людей, с каждой сделки которых будет начисляться доход. «Simex» предлагает ставку по уровню дохода в размере от 40 до 60%. Однако данная платформа не раз подвергалась сомнению в надежности и прозрачности деятельности.

На Западе активно развивается данная модель финансирования. Все больше и больше стран с каждым годом увеличивают количество краудинвестинговых платформ (рисунок 4).

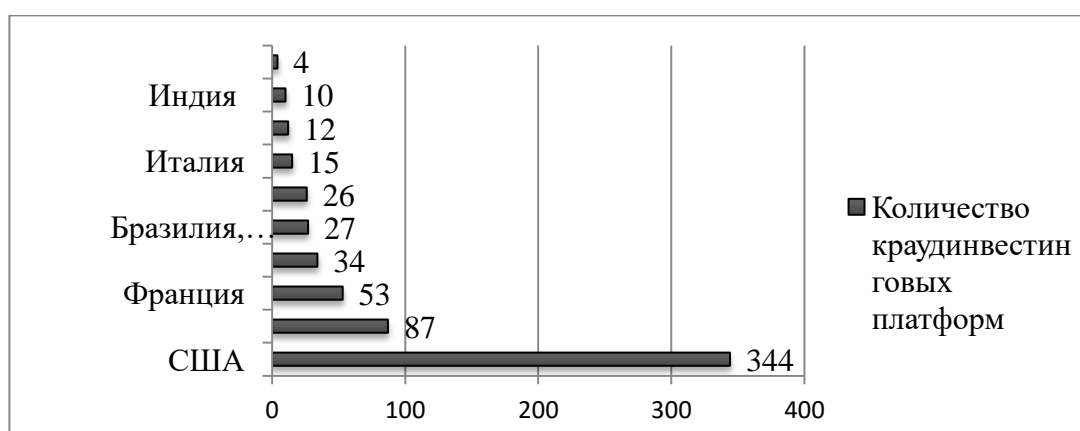


Рисунок 4 – Рейтинг стран по количеству краудинвестинговых платформ в 2017 году

Лидирующим государством по количеству таких площадок является США. В ней функционируют 344 площадки, что на 340 больше чем в России. Также большое количество площадок имеется в Великобритании и Франции. Россия занимает лишь 10 место.

Опираясь на позитивный опыт зарубежных стран можно утверждать, что необходимо развивать данный механизм и при осторожном ее развитии, учитывая все особенности российской экономики, необходимо расширять количество краудинвестинговых платформ.

Также положительно развитие может сказаться на государственном бюджете. Так, при налоговой ставке 20% нами был рассчитан размер налоговых выплат. Учитывая, что краудинвестинг находится на начальном этапе своего развития и на данный момент функционируют всего лишь 4 платформы, он мог бы составить 36 199 616 рублей,

На основе анализа, нами был выделен ряд проблем, связанных с развитием данной модели.

1. Отсутствие законодательной базы, регулирующей отношения между участниками платформы. Из-за законодательных ограничений данный механизм не получил должного развития в России, но на современном этапе все

больше стран принимают законы, легализующие этот способ привлечения капитала, и соответственно по всему миру появляются новые платформы. Так, например, в апреле 2012 года президент США, Барак Обама, подписал новый закон под названием «JOBS Act», позволяющий собирать инвестиции до 1 млн. долларов посредством краудинвестинга, без подачи бумаг и регистраций на продажу акций.

2. Неумение качественно разработать свой стартап, грамотно преподнести свой проект.

3. Риск, что проект не соберёт достаточной суммы денег. Убежденность в этом не дает будущим предпринимателям или организации брать инвестиции через такие платформы, следовательно, сокращается уровень реализации потенциально успешных проектов.

4. Финансовая неграмотность.

5. Наличие менее рискованных финансовых инструментов.

6. Риск того, что краудинвестинговая платформа закроется.

7. Отсутствие налоговых льгот для инвесторов.

Выявив ряд недостатков, нами предложены меры, которые позволят ускорить развитие данной модели финансирования.

1. На примере платформы «StartTrack» обязать каждую существующую платформу сдавать отчетность обо всех сделках Центральному Банку.

2. Необходимо ввести разрешение на донесение информации о возможности финансирования конкретных компаний до широкого круга инвесторов. Данная мера позволит увеличить уровень объема привлеченных инвестиций.

3. Создание договора о разделе прибыли, то есть договора, прописывающего права, обязанности и требования всех трех сторон и защищающий денежные средства частных инвесторов. Так как краудинвестинг предполагает большое количество инвесторов, то в обязательном порядке необходимо предусмотреть возможность заключения договора в Интернете через площадки. В этом случае договор о разделе прибыли подчиняется общим правилам о форме сделок и может быть заключен в порядке, предусмотренном п. 3 ст. 438 ГК РФ, в том числе через размещение публичной оферты на сайте в интернете и ее акцепта инвестором через перечисление средств реципиенту [1].

4. Создание других нормативно-правовых актов для решения трудностей связанных с объемом инвестирования данный документ должен прописывать ряд условий, в том числе совокупный годовой лимит суммы, которую каждый участник может инвестировать в акции такого типа.

5. Популяризация краудинвестинговых платформ путем привлечения СМИ. Возможность создания конференций, встреч с представителями таких платформ.

6. Усовершенствовать механизм фильтрации поступающих бизнес-идей и предложений. Создание онлайн курса, обязательного обучающего финансовой грамотности, при регистрации пользователя на платформе.

7. Наличие налоговых льгот для микро-инвесторов могло бы дать толчок к развитию данного вида инвестирования.

Краудинвестинг - это огромная перспектива, при его должном развитии он может с большой вероятностью быть конкурентоспособным не только инвестиционным компаниям, но и банковской системе, при условии качественной организации самих краудинвестинговых площадок. Естественно, он вряд ли вытеснит когда-нибудь венчурные фонды и, тем более, банковскую систему. Главное помнить, что краудинвестинг – это всего лишь развитие существующей финансовой линейки, совершенствование действующих инструментов.

Литература

1. Гражданский кодекс РФ от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 29.12.2017). - URL: <http://www.consultant.ru>.

2. Краудфандинг, как форма венчурного инвестирования в условиях инновационной экономики [Текст]: Современный экономический рост: теория и моделирование. Материалы Двенадцатых Друкеровских чтений / Бардиан Андрей – Издательский дом «Экономическая газета», 2012

3. Проблемы и направления развития малого и среднего бизнеса в Краснодарском крае [Текст]: Сборник научных работ VII Международной молодежной конкурса/ Симоненко О.С., Радченко М.В. – Липецк: Научное партнерство «Аргумент», 2017

УДК 339.564

*Рыбалко А.С.,
студентка 4 курса
Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т.Трубилина
г. Краснодар, Россия
e-mail: nasti_ackl@mail.ru*

*Научный руководитель:
Адаменко А.А., доцент, д.э.н.
Кубанский государственный аграрный университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: adam83@mail.ru*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МИНЕРАЛЬНО-СЫРЬЕВОЙ БАЗЫ И ГАЗОТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ ПАО «ГАЗПРОМ»

Аннотация: в статье раскрыты количественные показатели добычи и реализации углеводородов. Проанализированы основные долгосрочные проекты ПАО «Газпром» на добычу природного газа, нефти.

Ключевые слова: инвестиционный проект, добыча, магистральные газопроводы, месторождения, природный газ.

*Rybalko A. S., student, 4 courses
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia*

*Scientific adviser:
Adamenko A.A., Associate Professor, Doctor of Economics
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: adam83@mail.ru*

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE MINERAL RESOURCE BASE AND THE GAS TRANSPORTATION SYSTEM OF PJSC GAZPROM

Abstract: The article describes the quantitative indicators of production and sale of hydrocarbons. The main long-term projects of PJSC Gazprom for the production of natural gas and oil are analyzed.

Keywords: investment project mining, natural gas pipelines, oil fields, natural gas.

Сложив показатели деятельности по всем направлениям своей работы, ПАО «Газпром» занял 1 место в рейтинге энергетических компаний (по оценке рейтингового агентства S&P Global Platts и мировой общественности).

«Газпром» имеет очень хорошие показатели: больше всего газа добывается в мире, больше всего в мире экспортируется, самые протяженные газотранспортные системы. Надежно обеспечиваются поставки газа потребителям: россиянам и за рубеж, чего не делает ни одна другая компания.

За предыдущий зимний период удалось не отключить и не ограничить ни одного потребителя. Было предоставлено столько газа, сколько просили российские и зарубежные потребители, обеспечив рекордные поставки за рубеж (103,4 млн. м³/сутки). К сезону закачки компания «подошла» с пустыми хранилищами за рубежом, на Украине и, соответственно, в России, что в очередной раз показывает гибкость реагирования на все потребности в газе потребителей, а также на изменение спроса. Устойчивый тренд связан с растущей потребностью в газе.

«Газпром» располагает крупнейшей в мире газотранспортной системой, ее протяженность на территории России составляет 171,2 тыс. км. Если вытянуть в линию все магистральные газопроводы, они четырежды опоясали бы Землю.

В собственности и обслуживании дочерних и зависимых газораспределительных организаций Группы «Газпром» находится 746,3 тыс. км сетей газораспределения.

План объема добычи в 2018 г. составил 475,8 млрд.м³. С начала года добыто газа согласно плану 16 млрд.м³. Рассматривается вопрос в области корректировки плана на повышение добычи.

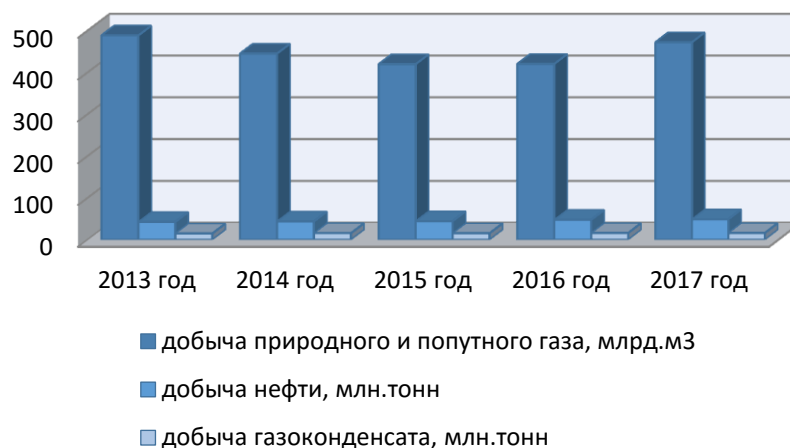


Рисунок 1 – Основные показатели добычи ПАО «Газпром» за 2013-2017 гг. (согласно данным, представленным в годовых отчетах руководства ПАО «Газпром»)

В 2017 г. на территории Российской Федерации Группой компаний Газпром инвестиции, классифицированные как совместные операции с учетом доли в общей добыче организаций (1,1 млрд. м³ природного и попутного газа), было добыто 472,1 млрд. м³ природного и попутного газа, что выше показателя 2016 г. на 12,4 %. Добыча нефти с учетом доли в добыче организаций, инвестиции в которые классифицированы как совместные операции (7,6 млн. т нефти), составила 48,6 млн. т. Увеличение данного показателя напрямую связано с ростом объема добычи нефти на Новопортовском и Приразломном месторождениях, возникшем в результате бурения эксплуатационных скважин, общая добыча которых составила 8,6 млн. т. Рост добычи нефти связан с увеличением добычи на введенном в промышленную разработку во второй половине 2016 г. Восточно-Мессояхском месторождении АО «Мессояханефтегаз». Акционерами компании на паритетных условиях являются ПАО «Газпром нефть» и ПАО «НК «Роснефть».

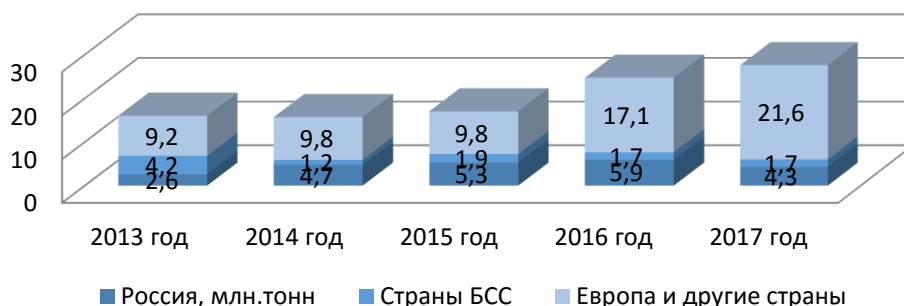


Рисунок 2 – Реализация нефти и стабильного газового конденсата ПАО «Газпром» за 2013-2017 гг.

Увеличение объема продаж в Европу и другие страны в 2017 г. обусловлено ростом добычи нефти на таких месторождениях как

Новопортовское и Приразломное, началом добычи нефти на Восточно-Мессояхском месторождении в России, а также увеличением добычи нефти в Ираке и снижением переработки нефти. На внутреннем рынке уменьшение объемов продаж связано со снижением экономической эффективности трейдинговых операций с нефтью. Цены на нефть на мировом и внутреннем рынках оказывают существенное воздействие на деятельность Газпрома.

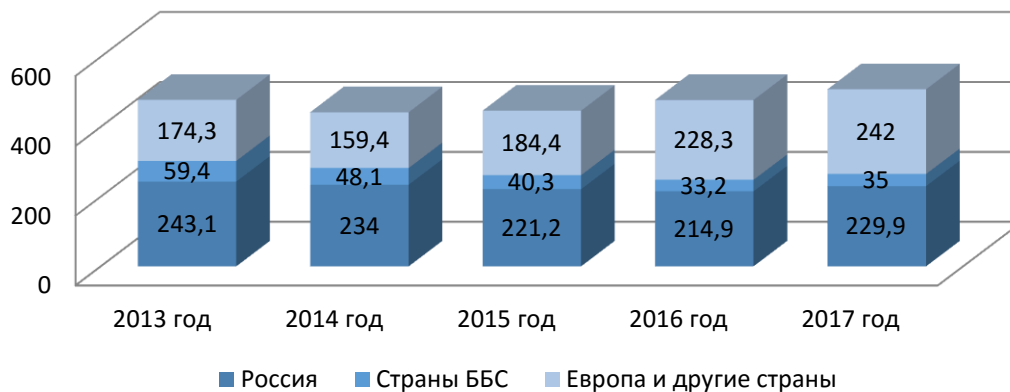


Рисунок 3 – Реализация природного газа ПАО «Газпром» за 2013-2017 гг.

Существенный рост объемов поставок связан в основном с увеличением потребления природного газа в европейских странах (прежде всего в секторе электрогенерации) в условиях, когда объемы собственной добычи газа в регионе по отношению к уровню 2016 г. выросли незначительно. Также этому способствовал конкурентный уровень цен на газ ПАО «Газпром».

В 2017 г. потребление газа в России составило 468,0 млрд. м³, что выше уровня 2016 г. на 2,5 %. Рост потребления обусловлен в основном более холодными погодными условиями в первом полугодии 2017 г. Рост объемов поставки природного газа в страны БС в 2017 г. стал результатом повышения роста потребления и отбора газа в Беларуси и странах Балтии, а также возобновления поставок газа в Азербайджан.

Одним из новых перспективных проектов «Газпрома» является «Турецкий поток». Уникальность проекта – это сочетание глины, глубины и диаметра газопровода. В процессе был установлен мировой рекорд скорости укладки морских газопроводов – 5,6 км в день. «Турецкий поток» по дну Черного моря соединит российский берег (район г. Анапы) и европейскую часть Турции. Мощность каждой из двух ниток составит 14,75 млрд. м³ газа в год. Первые поставки по этому трубопроводу «Газпром» планирует начать в конце 2019 г. На территории России построены магистральные газопроводы для поставки газа в Турцию в объеме 31,5 млрд. м³, как линейных частей, так и компрессорных станций. Что касается моря, то первая нитка турецкого потока закончена. Остался только турецкий берег, прохождение мелководья, пересечение берега и строительство приемного терминала. Готовность второй нитки высокая, на российской части она построена, проложена. Что касается прохождения магистрального газопровода по турецкой территории, то тут ведутся соответствующие переговоры с турецкой стороной по реализации

данного проекта. *«Турецкий поток» значительно повысит надежность газоснабжения Турции, а также Южной и Юго-Восточной Европы.*

Вторым инвестиционным направлением «Газпрома» является полуостров Ямал – стратегический регион добычи газа на долгосрочную перспективу – Бованенковское месторождение. Его изначальные запасы составляют 4,9 трлн. м³ природного газа. Освоение Бованенково идет полным ходом. От Салехарда до месторождения построена на вечной мерзлоте железная дорога, самая длинная за полярным кругом с мостом, через реку Юрибей. Готово 88 новых скважин, которые пробурены сверхсовременными отечественными буровыми установками, обеспечивающее надежность добычи и способность работать даже в экстремальных условиях заполярья при -55 градусах. Газпром готов подавать 264 млн. м³ в сутки. Такие рекорды добычи невозможны при развитии газотранспортной системы. Для доставки новых объемов газа потребителям, Газпром параллельно с уже существующей магистралью проложил газопровод «Бованенково-Ухта-2», протяженностью около 1260 км. Создание новых газовых объектов ведется с применением российского оборудования и материалов, некоторые из них не имеют аналогов в мире. Ввод новых скважин на месторождении и газопровода доказали эффективность применяемых в условиях Арктики технологий, которые позволят на долгую перспективу удовлетворять любой платежеспособный спрос как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

На Ямале будет производиться до 360 млрд. м³ голубого топлива. Суммарные запасы и ресурсы всех месторождений полуострова Ямал составляют: 26,5 трлн. м³ газа, 1,6 млрд. тонн газового конденсата, 300 млн. тонн нефти. Объем добычи на Ямале в 2017 г. составил 82,8 млрд. м³ газа, а в перспективе возрастет до 360 млрд. м³ газа в год.

Восточная Сибирь и Дальний Восток. Сейчас здесь реализуются крупнейший за всю историю современной России инфраструктурный проект. Крупнейшей система транспортировки газа на Востоке России является магистральный газопровод «Сила Сибири». Реализация проекта началась в 2014 г. и предполагает поставку топлива в КНР. Практически с нуля создаются мощности по добыче природного газа в Иркутской области, Якутии, на Сахалине и Камчатке строятся километровые газовые магистрали. Это позволит обеспечить подачу газа в населенные пункты и на предприятия большинства регионов Востока страны, сформировать здесь газохимическую и газоперерабатывающую промышленность, организовать маршруты экспортного голубого топлива в страны азиатско-тихоокеанского региона. Этот масштабный государственный проект получил название «Восточная газовая программа». На Амурском газоперерабатывающем заводе из природного газа будут выделяться этан, пропан, бутан, пентангексановые фракции и гелий, а уже переработанный газ будет поставляться в Китай. Амурский завод станет одним из больших газохимических предприятий в мире и крупнейшим в России. Его проектная мощность составит до 49 млрд. м³ в год. В состав завода

также войдет крупнейший в мире производство гелия – до 60 млн. м³ в год. Запуск завода даст Амурской области порядком 3000 новых рабочих мест.

Ожидается, что «Сила Сибири» должен способствовать социально-экономическому развитию Дальнего Востока. Данный газопровод создаст необходимые условия для газоснабжения и газификации ряда российских регионов, развития газоперерабатывающих и газохимических производств, отвечающих современным требованиям.

Группа «Газпром нефть» планирует увеличить объемы добычи углеводородов к 2020 г. до 100 млн. т н. э. в год, а также поддерживать этот уровень вплоть до 2025 г. Обеспеченность доказанными запасами планируется поддерживать на уровне не менее 15 лет. Для достижения этих целей Группа «Газпром нефть» будет стремиться к максимально рентабельному извлечению остаточных запасов на текущей ресурсной базе за счет распространения применяемых лучших практик оптимизации разработки, снижения себестоимости опробованных технологий, привлечения и промышленного внедрения новых технологий.

Литература

1. Адаменко А.А., Хорольская Т.Е., Мелик М.Д. Становление рыночной экономики в России // Информационное обеспечение эффективного управления деятельностью экономических субъектов: материалы IV международной научной конференции (г. Краснодар, 9-11 декабря 2015 г.). – Краснодар: Изд-во «Магарин О. Г.», 2016. – С. 639-643.

2. Адаменко А.А., Хорольская Т.Е., Сивченко А.И. Модель развития современной рыночной экономики в России // Формирование экономического потенциала субъектов хозяйственной деятельности: проблемы, перспективы, учетно-аналитическое обеспечение: материалы IV Международной научной конференции (г. Краснодар, 20-22 апреля 2016 г.). – Краснодар: Изд-во «Магарин О. Г.», 2016. – С. 360-364.

3. Официальный сайт ПАО «Газпром». – URL: <http://www.gazprom.ru/>

*Денисенко Т.А., студентка 4 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия e-mail: denisenko.22.07@mail.ru*

*Научный руководитель:
Мамонова И.В., доцент, к.э.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия e-mail: i-mamonova@mail.ru*

ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ПОВЫШЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация. В статье рассмотрены пути совершенствования учетных процессов коммерческой организации, в частности её учетной политики. Предложены варианты автоматизации системы документооборота и аналитического направления работы бухгалтерии. Описаны способы расчета экономического эффекта автоматизации учетных процессов.

Ключевые слова: учетная политика, автоматизация бухгалтерского учета, электронная система документооборота, финансовый анализ.

*Denisenko T.A., student, 4 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia e-mail: denisenko.22.07@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Mamonova I.V., Candidate of Science (Economics), Docent
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia e-mail: i-mamonova@mail.ru*

PRACTICAL APPROACHES TO IMPROVING THE ECONOMIC EFFICIENCY OF THE ACCOUNTING POLICY OF A COMMERCIAL ORGANIZATION

Abstract: The article discusses ways to improve the accounting processes of a commercial organization, in particular its accounting policy. The variants of automation of document management system and analytical direction of accounting work are offered. The methods of calculation of economic effect of automation of accounting processes are described.

Keywords: accounting policy, automation of accounting, electronic document management system, financial analysis.

В последние годы как организацию бизнес-процессов в общем, так и ведение бухгалтерского учета в частности, невозможно представить без автоматизации текущей работы сотрудников и процессов управления. Данная тенденция в настоящее время всё больше и больше распространяется на разные

сферы экономической деятельности, от представителей микробизнеса до крупных холдингов, на все уровни работы организации и её управления.

Актуальность написания статьи обусловлена тем, что современная бухгалтерская служба включает в себя множество направлений деятельности: от формирования сопроводительных документов к сделкам до непосредственного учета активов организации, источников их образования, составления отчетности и ее анализа. Это является причиной и одновременно следствием современной системы организации учета на основе широкого применения средств автоматизации, использование которых должно быть закреплено в учетной политике, а также предварительно оценена экономическая эффективность от их внедрения [3].

Эффективность автоматизации учетных процессов можно оценить на основе количественных и качественных критериев. К качественным критериям относятся:

- повышение точности расчетов;
- оптимизация количества информации без потери её качества;
- повышение уровня организации системы хранения данных;
- совершенствование процесса документооборота;
- повышение эффективности аналитических процедур;
- экономия расходов на бумагу.

К количественным критериям, которые следует использовать для расчета экономического эффекта, относятся:

- оптимизация производственных расходов организации;
- сокращение временных затрат;
- сокращение трудовых затрат [1].

Экономический эффект от автоматизации учетных процессов возможно рассчитать с использованием формул, разработанных специалистами Siemens Business Services - одного из ведущих поставщиков IT-услуг для коммерческих организаций, на основе эмпирических данных ООО «ЦЭПБ» (г. Краснодар), организации, специализирующейся на техническом освидетельствовании и обследованию подъемных механизмов для пассажиров. Бухгалтерский учет в рассматриваемой организации, как и в большинстве других коммерческих организаций ведется автоматизировано.

В процессе изучения экономической деятельности и организации учета в ООО «ЦЭПБ» были выявлены три основные проблемы, наличие которых определено отсутствием разработанных соответствующих элементов в учетной политике организации:

- недостаточно эффективная система документооборота;
- недостаточная аналитическая деятельность;
- слабая организация системы внутреннего контроля.

Рассмотрим проблему, связанную с организацией документооборота. В ООО «ЦЭПБ» отсутствует график документооборота, от контрагентов документы длительное время не возвращаются, сотрудники задерживают сдачу подтверждающих документов и пр. Оптимальным решением, по нашему

мнению, может стать внедрение электронной системы документооборота, которая будет ориентирована на создание, утверждение и движение документов внутри организации. Также появится возможность разрабатывать и утверждать график документооборота автоматически для своевременной сдачи документов, утверждаемых контрагентами.

Стоимость сбереженного рабочего времени складывается из экономии времени, используемого для создания однотипных документов, поиска, утверждения и сдачи документов в архив. Возможность использования ранее созданных документов в качестве шаблона для создания аналогичных документов позволяет сэкономить в среднем 25% времени, затраченного на оформление документов. В организации на работу с документами уходит 30% длительности рабочего дня, тогда совокупная экономия времени на их создание составит 6,5%. Экономия времени на поиск необходимого документа в среднем равна 5,5%.

Как правило, в организациях довольно долго длится процесс утверждения и исполнения документов. При внедрении системы электронного документооборота утверждение документов происходит значительно быстрее, а исполнение по документам отражается в программе в тот же день. Экономия составляет в среднем 3% рабочего времени. Общая экономия по трем факторам составит 15% совокупного рабочего времени работников бухгалтерии.

Среднее число сотрудников ООО «ЦЭПБ» за 2014-2016 гг. составляет 39 человек, их среднемесячная заработная плата равна 19 828 руб. В настоящее время при работе с документами сотрудник в среднем затрачивает 30% рабочего времени. При работе с документами в системе электронного документооборота, согласно подсчетам, данный показатель сократится на 15%. Экономическую эффективность внедрения электронной системы документооборота в организации за год можно рассчитать по формуле (1).

$$\text{ЭФ}_д = (\overline{\text{ЗП}} \times N \times 30\% - \overline{\text{ЗП}} \times N \times 15\%) \times 12 - S \quad (1)$$

где $\text{ЭФ}_д$ - экономическая эффективность внедрения электронного документооборота, руб.;

$\overline{\text{ЗП}}$ – среднемесячная заработная плата, руб.;

N – количество сотрудников, чел.;

S – стоимость программного продукта, руб.

Нами был проведен анализ рынка программных продуктов, ориентированных на автоматизацию процесса документооборота, и выбрана программа «А2Б - Система управления бизнесом». Стоимость коробочной версии данной программы, рассчитанной на 50 пользователей, составляет 35 000 руб. Экономический эффект от её внедрения составит 1,8 млн. руб. Также на основе данной программы есть возможность сформировать график документооборота организации. Как показывает практика, подобная мера поможет решить проблему несвоевременной сдачи сотрудниками документов, подписываемых в организациях-контрагентах.

Далее рассмотрим возможности развития аналитического направления работы бухгалтерии. По нашему мнению, для полноценного, достоверного и наиболее экономного использования трудовых и временных ресурсов в процессе анализа показателей экономической деятельности организации необходимо внедрить программу финансового анализа деятельности организации.

В результате анализа рынка программных продуктов нами была выбрана онлайн-версия программы «Ваш финансовый аналитик». В данном случае на выбор повлияли функциональные возможности программы, ориентация на предприятия малого бизнеса и её невысокая стоимость. Выбранная программа способна решать такие задачи, как текущий анализ финансовых показателей организации и формирование отчета с аналитическими таблицами и выводами к ним, подготовка пояснительной записки к бухгалтерской отчетности, анализ кредитоспособности организации, оценка вероятности налоговой проверки и др. [2]. Выбранная версия предназначена для доступа с одного компьютера. Стоимость пакета составляет 3 950 руб. Срок лицензии - один год. Экономический эффект данного приобретения оценить сложно, в связи с тем, что частично его основу составляют неосязаемые выгоды.

По результатам опроса руководителей западных предприятий, в которых успешно используются инструменты бизнес-аналитики, проведенного в 2016 году Институтом хранилищ данных, выявлено, что большинство потребителей отмечают в основном именно такие качественные преимущества, которые обычно относят к неосязаемым: единая «версия правды», улучшение стратегического планирования и качества принятия решений и т.п. При этом упоминаются также и осязаемые, количественные, улучшения. К ним относятся оптимизация расходов и экономия времени на аналитическую работу. Минимально совокупные расходы организации в результате введения аналитического направления работы снижаются на 5%. Экономический эффект автоматизации работы аналитика рассчитывается по формуле (2).

$$\Delta\Phi_a = \overline{ЗП}/N_p(\sum t_p k - \sum t_a k) \quad (2)$$

где $\Delta\Phi_a$ - экономическая эффективность автоматизации работы аналитика, руб.;

$\overline{ЗП}$ – среднегодовая заработная плата аналитика, руб.;

N_p - норма рабочего времени в 2016 г., час;

t_p - трудоёмкость выполнения операции в ручном режиме, час;

t_a - трудоёмкость выполнения операции в автоматизировано, час;

k - повторяемость выполнения операции за год, раз.

Расчет произведем на основе данных учета и данных о трудоемкости работы аналитика вручную и автоматически (таблица 1) при формировании аналитического отчета 4 раза в год и среднегодовой заработной плате экономиста 320 тыс. руб. По результатам расчётов, экономический эффект автоматизации работы аналитического направления бухгалтерии равен

2,5 млн. руб. и складывается из эффекта от автоматизации работы аналитика при учете стоимости пакета аналитической программы.

В дополнение к вышеперечисленным выгодам развитие внутреннего анализа экономических показателей организации способствует формированию системы внутреннего контроля. Согласно п. 1 ст. 19 Федерального закона «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ, «экономический субъект обязан организовать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни».

Таблица 1 – Данные о трудоемкости задач, выполняемых аналитиком малой организации вручную и автоматически

№ п/п	Наименование операций	t_p , час	t_a , час	K , раз
1	Сортировка результатов по категориям	1	5/60	32
2	Анализ выборки с помощью определенного алгоритма	2	10/60	32
3	Формирование графической модели анализа	1	10/60	32
4	Формирование отчета по проделанной работе	3	5/60	4

Таким образом, совокупный экономический эффект от предлагаемых мероприятий по совершенствованию учетных процессов и учетной политики в данном случае составит 4,3 млн. руб. Это та сумма, которая высвобождается из валовых затрат при автоматизации учетных процедур и может быть направлена на развитие организации. Данная выгода обусловлена экономией затрат на бумагу, снижением затраченного рабочего времени на такие задачи, как согласование документа, отслеживание процесса согласования и местонахождения документа, оптимизация состава и структуры затрат, анализ показателей финансовой деятельности организации и составление соответствующих отчетов.

Описанные мероприятия обязательны для отражения в учетной политике организации, повышают эффективность учетных процессов, обеспечивают бесперебойную работу систем бухгалтерского и налогового учета, положительно сказываются на финансовых показателях деятельности ООО «ЦЭПБ».

Литература

1 В.А. Иванова, Т.Б. Турищева Учетная политика как эффективный инструмент управления современной компании // Научное периодическое издание «IN SITU». – 2017. - № 12. – С. 29-34.

2 Финансовый анализ «Ваш финансовый аналитик» <https://www.audit-it.ru/finanaliz/> (дата обращения 28.04.2018 г.)

3 Мамонова И.В. Особенности налогообложения процентов по долговым обязательствам // Налоговая политика и практика. 2010. № 10.С.44-54

*Еленская Е.И., студентка 3 курса
Кубанский государственный аграрный университет
г. Краснодар, Россия*

*Научный руководитель:
Адаменко А.А., доцент, д.э.н.
Кубанский государственный аграрный университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: adam83@mail.ru*

МЕСТО И РОЛЬ ПЕРВИЧНОЙ УЧЕТНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ В СИСТЕМЕ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Аннотация. В данной статье раскрыта роль первичной документации в бухгалтерском учете. Приведены первичные учетные документы, подтверждающие расходы организации. Рассмотрено влияние первичного бухгалтерского учета на систему налогового учета. Схематично охарактеризованы требования о порядке оформления первичными учетными документами совершаемых фактов хозяйственной жизни.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, первичные учетные документы, факты хозяйственной жизни, бухгалтерская (финансовая) отчетность.

*Yelenskaya E.I., student, 3 courses
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia*

*Scientific adviser:
Adamenko A.A., Associate Professor, Doctor of Economics
Kuban State Agrarian University
Krasnodar, Russia
e-mail: adam83@mail.ru*

PLACE AND ROLE OF PRIMARY ACCOUNTING RECORDS IN THE ACCOUNTING SYSTEM

Abstract: This article discloses the role of primary documentation in accounting. Primary accounting documents confirming the expenses of the organization are given. The influence of primary accounting on the tax accounting system is considered. Schematically described are the requirements for the procedure for issuing primary accounting documents of the facts of economic life.

Keywords: accounting, primary accounting documents, facts of economic life, accounting (financial) reporting.

Источником процветания и развития любого экономического субъекта в условиях жесткой конкуренции на рынке, независимо от его организационно-правовой формы и структуры, является бухгалтерский учет. Основной целью бухгалтерского учета принято считать предоставление необходимой информации компании для принятия того или иного решения. Обеспечением

точности и обоснованности представленных данных, на основании которых и ведется бухгалтерский учет в организации, служат первичные учетные документы, являющиеся первым сигналом к началу работы бухгалтера.

Каждый факт хозяйственной жизни либо событие, характеризующее отдельные факты хозяйственной жизни, и возникающее в процессе деятельности организации, подлежат обязательному оформлению первичным учетным документом.

Правильное оформление первичных учетных документов позволяет уже на стадии сбора информации контролировать технологический процесс организации, а также последовательность его взаимосвязанных действий, и в случае необходимости вносить соответствующие поправки до момента достижения конечного результата. Предварительный контроль первичных учетных документов осуществляют управляющие организацией работники: перед тем как подписать документ, они возлагают на себя ответственность за законность совершенной операции, оформленной в данном документе. Далее контроль проводят работники бухгалтерии при поступлении и обработке этих документов, а также сотрудники налоговых, аудиторских и финансовых органов.

Необходимо отметить, что составленный с учетом существующих требований и правил первичный бухгалтерский документ оказывает существенное влияние на систему налогового учета. Так согласно Налоговому Кодексу Российской Федерации, одним из условий принятия к учету расходов является их документальное подтверждение. Но при этом следует отметить, что с учетом различных обстоятельств операций и условий финансово-хозяйственной деятельности организации эти расходы могут быть заверены разными документами. Например, накладными, путевыми листами, кассовыми и товарными чеками, актами или другими документами, которые прямо или косвенно подтверждают понесенные расходы (приказы, командировочные удостоверения, договоры и так далее).

Степень значимости первичных учетных документов в деятельности хозяйствующего субъекта невозможно переоценить. Так как при создании регистров синтетического и аналитического учетов, форм отчетов, сотрудники организации, в частности главный бухгалтер, опираются на сведения, содержащиеся в первичных учетных документах. К тому же, на основании данных первичного учета, в процессе кругооборота капитала и его трансформации из одной формы в другую, проводится наблюдение и контроль за движением активов, находящихся в собственности компании.

Представление данных первичного учета также потребуется в процессе экономического анализа работы компании, контрольно-ревизионной работы либо при проведении внешнего и внутреннего аудита.

К одним из главных преимуществ первичных учетных документов следует отнести возможность их представления в качестве доказательной базы в случае возникновения арбитражных и гражданских споров между организациями, между организацией и физическим лицом, уголовных делах, а

также при проведении судебно-бухгалтерской экспертизы, назначаемой судом при рассмотрении дел. Данные учетные документы могут быть признаны документами, обладающими юридической силой, только при условии, что они составлены исключительно с соблюдением установленных требований и содержат обязательные реквизиты, утвержденные Положением о документах и документообороте в бухгалтерском учете.

Так, требования о порядке оформления первичными учетными документами совершаемых фактов хозяйственной жизни установлены Федеральным законом № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете». Рассмотрим данные требования подробнее на рисунке 1.

Так, исходя из рисунка 1 отметим, что требования, установленные к первичным учетным документам, должны раскрывать содержание и особенности совершенного и оформленного факта хозяйственной жизни, предоставлять соответствующую достоверную информацию, которая в последствии будет использоваться для ведения дальнейшей эффективной деятельности хозяйствующего субъекта и получения экономической выгоды.

Прежде чем составить либо принять к учету первичный документ, бухгалтер должен убедиться, что данный документ содержит достоверную и существенную для отражения информацию, иными словами, несет в себе информацию о каком-либо совершенном хозяйственном событии. Сведения, необходимые для первичного бухгалтерского учета, сотрудники отдела бухгалтерии, как правило, получают от участников хозяйственной операции, а именно, руководства организации, партнеров по совершенным сделкам и других лиц.

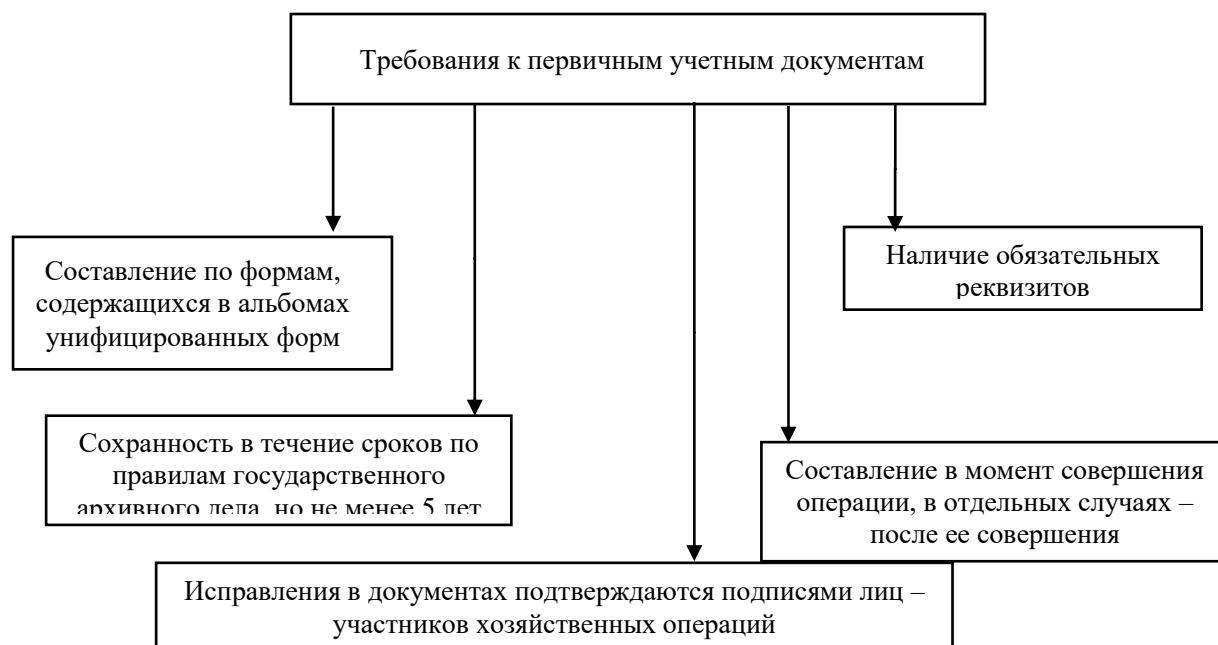


Рисунок 1 – Требования к первичным учетным документам

Следует заметить, что первичные учетные документы составляются по формам, разработанным экономическим субъектом самостоятельно, при этом

можно использовать уже имеющиеся межотраслевые унифицированные формы первичной учетной документации. А в случае необходимости, данные формы можно видоизменить, добавив в бланк дополнительные строки, главы. Но, при этом должны быть сохранены обязательные реквизиты первичной учетной документации.

Однако ряд бланков первичной документации, утвержденной Росстатом, не подлежит изменению и их необходимо выписывать по унифицированным формам. В частности, к таким следует отнести приходный и расходный кассовые ордера, расчетно-платежная и платежная ведомости, кассовая книга и другие бланки по учету кассовых операций.

Первичные учетные документы, по которым не предусмотрены унифицированные формы, должны быть разработаны самой организацией и утверждены в учетной политике. К тому же, они должны содержать обязательные сведения – реквизиты, под которыми понимаются показатели, характеризующие хозяйственную операцию, представленную в первичной учетном документе, придающие ему юридическую силу. Рассмотрим обязательные реквизиты на рисунке 2.



Рисунок 2 – Обязательные реквизиты первичных учетных документов

Анализируя рисунок 2 отметим, что обязательные реквизиты первичного документа и отраженного в нем факта хозяйственной жизни являются необходимым требованием для принятия их к учету. Несмотря на это, перечень обязательных реквизитов не исключает возможности при оформлении бухгалтерских документов включать в них дополнительные реквизиты, если это необходимо для целей учета и управления исходя из вида деятельности и специфики организации.

Составление первичных учетных документов и повышение качества способов их ведения, на сегодняшний день, является актуальным вопросом, стоящим перед хозяйствующим субъектом. Так, сложности при формировании первичной документации могут возникнуть по разным причинам: в начале создания организации, во время заключения сделок, при введении новшеств, предоставлении новых видов услуг, расширении компании. Также может оказать влияние на дальнейшее успешное ведение деятельности и регулярные изменения форм учетных документов.

Одной из самых распространенных причин допущенных ошибок при составлении первичного учета является небрежное отношение сотрудника к выполняемой работе, неграмотность специалистов либо неисправность техники.

Каждая организация в процессе ведения деятельности сталкивается с налоговыми проверками, в которых уделяется особое внимание правильности составления и ведения бухгалтерской (финансовой) отчетности и других учетных документов. Для того, чтобы исключить появления нежелательных ошибок, которые могут привести к негативным последствиям, необходимо проводить дополнительные мероприятия по улучшению способов ведения и оформления первичной учетной документации.

Исходя из этого, для совершенствования ведения первичного учета целесообразно создать автоматизированную единую систему документации, тем самым увеличивая скорость документооборота между отделами хозяйствующего субъекта, что уменьшило до минимума количество бумажных носителей информации или даже полностью исключило из работы сотрудников. Тем более в настоящее время автоматизация системы документооборота является не только внутренним методом по улучшению бизнес-процессов, но и настоящей необходимостью компаний повышать производительность своей работы в условиях мировых экономических кризисов.

Также следует отметить, что достичь экономичности и универсальности документации в компании возможно и с помощью разработки собственных первичных учетных документов, взяв за основу унифицированные формы. Это позволит максимально защитить документацию от воздействия внешних источников и предотвратить несанкционированный доступ к ним. К тому же, введение собственных учетных документов даст возможность рационально распределить сэкономленное время между сотрудниками организации, что, в свою очередь, повлияет на скорость принятия решений.

Таким образом, достоверность бухгалтерской информации напрямую зависит от следования утвержденным правилам и требованиям, представляемых к оформлению первичных учетных документов, а также личной ответственности каждого сотрудника за составление и использование первичных документов.

Литература

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ (ред. от 31.12.2017 г.). – URL: <http://www.consultant.ru>
2. Адаменко А.А., Уснян Э.Р. Документация как один из основных методов бухгалтерского учета. Виды документов и их значение // Информационное обеспечение эффективного управления деятельностью экономических субъектов. Материалы VI международной научной конференции. – 2016. – С. 285-291.
3. Адаменко А.А., Хорольская Т.Е., Яцкова А.А. Система электронного документооборота: преимущества и недостатки // Формирование экономического потенциала субъектов хозяйственной деятельности: проблемы, перспективы, учетно-аналитическое обеспечение. Материалы VI Международной научной конференции. ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет». – 2016. – С. 365-368.
4. Анциферова, И.В. Бухгалтерский финансовый учет: практикум. - М.: Дашков и К, 2016. – 368 с.
5. Мареева Л.А. Профессиональные услуги по ведению бухгалтерского учета // Вестник образовательного консорциума Среднерусский университет. Серия: Экономика и управление. – 2014. – № 4. – С. 26-28.

Раздел 4

СОВРЕМЕННОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ: ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ

УДК 339.138

*Аветян Н. С.,
студент 2 курса
«Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: nush105@mail.ru*

Научный руководитель:

*Артюшкова А. Ю.,
доцент
«Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: alexa666.777.888@mail.ru*

МАРКЕТИНГ КАК КОНЦЕПЦИЯ РЫНОЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Аннотация. В статье поставлена задача, рассмотреть историческое развитие маркетинга с точки зрения рыночного управления. Обосновать сущность рыночного маркетинга, опираясь на практические примеры.

Ключевые слова: маркетинг, концепция маркетинга, управление рынком, спрос, предложение, ресторанный маркетинг.

*Avetyan N. S.,
2nd year student
"Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: nush105@mail.ru*

Scientific adviser:
*Pakhomova A. Y.,
assistant professor
"Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: alexa666.777.888@mail.ru*

MARKETING AS A CONCEPT OF MARKET MANAGEMENT

Abstract: The article poses the task of considering the historical development of marketing from the point of view of market management. Justify the essence of market marketing, drawing on practical examples.

Key words: marketing, marketing concept, market management, demand, supply, restaurant marketing.

Маркетинг возник в Соединенных штатах Америки в период XIX и XX века как одно из направлений экономических исследований и практики управления. Он был тесно связан с рыночной экономикой и являлся одним из его важнейших элементов. В то же время, возможности маркетинга позволяли выполнить любого вида экономическую функцию социального ориентирования производства товаров и услуг, в целях удовлетворения потребностей населения.

На сегодняшний день, тема маркетинга остается достаточно актуальной. Его актуальность обоснована, многообразием продукции и услуг, предоставляемых на рынке. Однако большое число конкурентоспособных фирм выпускающих, вполне аналогичных друг другу товары нуждаются в грамотном подходе для большего спроса. Именно маркетинг, используя различные методы исследования, привлекает новых клиентов, обещает им потребительскую ценность, а также сохраняет старых покупателей, удовлетворяя постоянно меняющиеся их запросы. Данная тема действительна, актуальна в современном мире, так как идет постоянное развитие и совершенствование технологий, методов и способов производства продукции, их продажи.

Новизна маркетинга как концепции рыночного управления состоит в использовании ее в разных сферах производственно – сбытовой деятельности организации, в повышении эффективности бизнеса. Таким образом, характеризуется главным образом упорядоченным, логически обоснованным практическим использованием разнообразных методов, многие из которых разработаны в рамках других отраслей знаний.

Основной целью маркетинга является не продажа товара или услуги, включая обман клиента, а удовлетворение его потребностей. Следовательно, задача маркетинга понять нужды и потребности каждого рынка и выбрать ту фирму, которая обслужит лучше других. Это позволит компаниям выпускать высококачественную продукцию, тем самым увеличивая объемы продаж и повышение прибыли, через удовлетворение потребности людей.

Маркетинг происходит от английского слово «market», что означает «рынок». Однако «рынок» имеет более широкое содержание. Под маркетингом понимают философию управления, хозяйствования в условиях рынка, провозглашающую ориентацию производства на удовлетворение конкретных потребностей конкретных потребителей.

В широком смысле маркетинг — это социально – управленческий процесс, с помощью которого индивидуумы и группы людей путем создания продуктов и их обмена получают то, в чем они нуждаются. Данный процесс

включает в себя следующие основные понятия: потребность, желание, спрос, продукт, обмен, сделка, рынок. Подробнее рассмотрим каждый из них.

Потребность — нужда в чем-либо, необходимость удовлетворения желаний. Понятие потребности основывается на теории мотивации Фрейда, Маслоу и других ученых. Немало важным является, что потребность определяет поведение потребителей на рынке.

Желание — это потребность, сформировавшаяся в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида. Данную потребность в некоторых случаях называют конкретизированной потребностью. Например, люди нуждаются в пище достаточно часто, но это потребность может перейти в частную потребность во фруктах, которая, в свою очередь, перешла в конкретизированную потребность, желание, купить груши. При этом потребности населения в разных странах трансформируются в различные желания, в зависимости от исторического, географического, культурного факторов. Эту же потребность в еде жители разных стран удовлетворяют путем потребления различных продуктов питания. Потребители, проживающие в одной стране и нуждающиеся в чем-либо, могут удовлетворить потребность, приобретя товар или услугу.

Спрос — конкретная потребность и конкретное желание, подкрепленная покупательской способностью. В зависимости от материальных возможностей люди удовлетворяют собственные потребности путем приобретения товаров или использованием услуг, приносящий им больше пользы и удовлетворения.

Продукт — товар, предложенный на рынке, предназначенный для приобретения, использования, а также потребления, в целях удовлетворения потребностей.

Обмен — процесс, где взамен произведенного продукта или предлагаемой услуги, люди получают деньги или другой товар или услугу. Также это один из способов получения желаемого продукта. Обмен лежит в основе базовых понятий маркетинга.

Сделка — торговая операция между двумя сторонами, в основном включающая, два субъекта интереса и соглашение об условиях, сроках и месте ее реализации.

Рынок в маркетинге — это совокупность потребителей определенного продукта, место, где совершаются сделки.

Ключевые понятия маркетинга, перечисленные выше взаимосвязаны между собой, их процессы можно наблюдать как в условиях рыночной экономики, так и на отдельном предприятии. Благодаря им осуществляется процесс купли – продаж, формируются выгодные предложения на рынке. Именно на данных понятиях опираются менеджеры в процессе работы. Также немало важное – анализ рынка осуществляется на содержании и сущности ключевых понятий маркетинга.

Таким образом, потребности переходят в определенные желания, которые с учетом материальных возможностей трансформируются в спрос на рынке в виде конкретных продуктов. При всем этом осуществляется обмен

между производителем и потребителем, оформляемый в виде определенной сделки. Из всего сказанного следует, что маркетинг направляет экономику на удовлетворение множества постоянно меняющихся потребностей миллионов потребителей.

Маркетинг появился в мировой экономике не сразу. Это явилось результатом многолетней работы, взглядов и мнений менеджеров на содержание главных целей, методов и задач развития производства и управления им. Постепенно в процессе эволюции развития маркетинга стало формироваться концепция маркетинга, позволяющая определить эффективность работы рынка над удовлетворением потребителей.

Концепция маркетинга – совокупность ключевых идей, положений маркетинговой деятельности, которая исходит из того, что достижение целей организации зависит от того, насколько она успешно изучила запросы потребителей и удовлетворила их наиболее полно и эффективно по сравнению с конкурентами. Примером может служить слоган одной из компаний, которая выразила главную идею концепции маркетинга: «Мы не испытаем чувства удовлетворения, пока его не испытаете Вы».

В концепции маркетинга объектам внимания являются целевые клиенты с их потребностями, предприятие производит то, что приносит наибольшую пользу потребителям. Любая концепция, соответствует определенным нормам управления, от деятельности организации, от воззрений руководства, специфики производственно-сбытовой деятельности и рыночных условий применяется на сегодняшний день в той или иной мере.

Можно рассматривать развитие маркетинга с точки зрения его поэтапной интернационализации (рисунок 1).

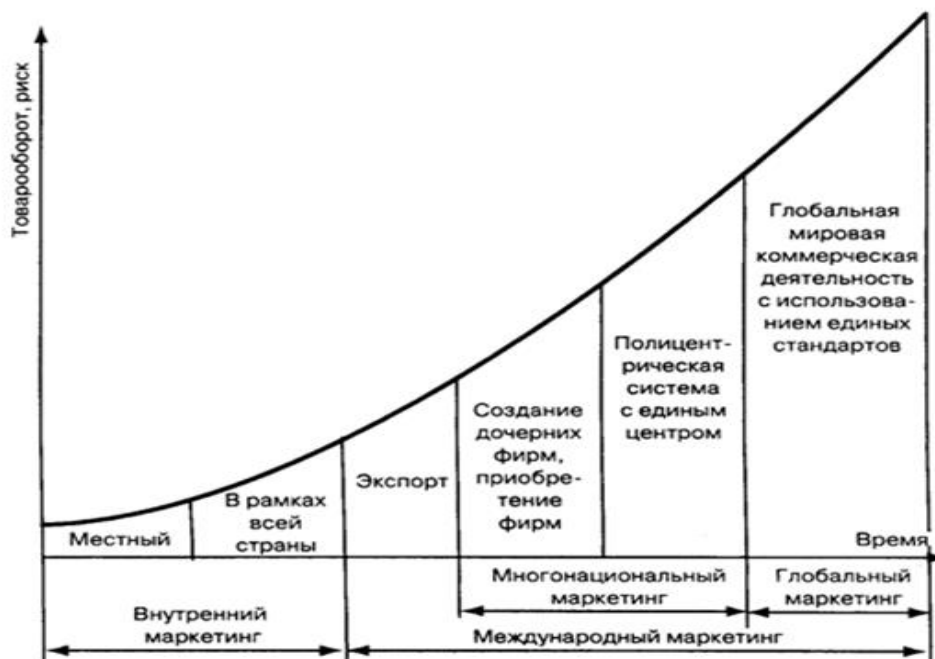


Рисунок 1

Из графика следует, что компания, медленно увеличивая объем производственно-коммерческой деятельности, вышла за границы того региона, где она расположена, и распространила маркетинговую деятельность на всю

страну. Международный маркетинг начинается с применением экспортной деятельности, в последующем этапе он связан с формированием фирм, филиалов, отделений в отдельных зарубежных странах. Далее образуются международные корпорации с филиалами, разбросанными по всему миру. Глобальный маркетинг предполагает свободное перемещение материальных ценностей, рабочей силы и капитала по всему миру, быстрый обмен информацией, стирание различий между рынками отдельных стран, унификацию сбытовой и маркетинговой деятельности.

Можно сделать вывод, что развитие маркетинга началось с появлением небольших организаций, которые нуждались в правильном определении запросов и потребностей населения, в целях увеличения спроса. Маркетинг включает в себя разработку идей предполагающих эффективность продаж товаров и услуг. Он основан на взаимосвязи производственных сил и потребителя.

Рассмотрим маркетинг с точки зрения управления на примере ресторанного бизнеса. Ресторанный маркетинг является одним из сложных сфер, отличающийся высоким уровнем вариативности, а именно качество зависят от уровня обслуживания, от того кто их оказывает, как и при каких условиях. Такая нестабильность обосновывается следующей причиной. Услуга предоставляется и потребляется одновременно, что приводит к ограничению контроля их качества. Помимо этого, колебания спроса в пиковые периоды затрудняют возможность поддержания качества на одном уровне.

Именно эта сфера деятельности требует профессионального управления, которая основывается на тщательном изучении рынка потребителей. Отметим, что от управляющего рестораном требуются не только организаторские способности и знания экономики, но и умение создать особую атмосферу для посетителей. Для этого необходим маркетинг ресторана, с целью привлечения и удержания клиента.

Чтобы сохранить потенциальных клиентов и привлечь новых посетителей необходимо правильно сформулировать концепцию ресторана, а также, что немало важно подобрать хороший персонал, от которого зависит качественное предоставление услуг.

Для оценки качества и уровня ресторана, люди ищут нечто осязаемое позволяющее оценить качество и уровень заведения. Первым делом посетитель смотрит на внешний вид ресторана, который позволяет сформировать первое впечатление о том, что внутри его ждет и самое важное как его обслужат. Затем уже складывается впечатление от внутренней обстановки в ресторане: дизайн интерьера, сервировка столов, чистота помещений, внешний вид персонала. Следовательно, о качестве нематериальных услуг основная масса людей судит по многим материальным факторам. Поэтому важно в маркетинге ресторана сформировать верные шаги, которые позволят потребителям наглядно представить предлагаемые услуги.

Второе немало важное требование в сфере гостеприимства – это персонал, оказывающий услуги. Поэтому сотрудники ресторана, это могут

быть бармены, официанты, администраторы зала или хостессы являются частью предлагаемой услуги. Отношение персонала с гостями заведения имеет большое значение для потребителей, так как качество предоставляемых услуг начинается с грамотного обслуживания, где мы показываем свое качественное отношение к работе и оказываемых нами услуг. Таким образом, мы не только сохраним своих клиентов, но и привлечем новых.

Грамотное управление требует постоянного изучения рынка услуг и потребности спроса потребителей. Основная масса людей быстро устает от однообразия. Поэтому в управлении рестораном нужно проявлять креативность и чем больше идей, тем выше шансы быть конкурентоспособным на рынке, и тем самым появляются шансы привлечения новых клиентов.

Существует множество вариантов маркетинговых действий в сфере ресторанного бизнеса. Одним из них является сэмплинг – эффективный способ продвижения товара или услуги. В ресторанном деле это можно использовать как раздачу лучших блюд и десертов потенциальным клиентам. Использование этого инструмента способствует увеличению продаж продукции или услуги, которая давно существует на рынке.

Необыкновенное обслуживание гостей ресторана в сочетании с фишками. Так, к примеру, блюда молекулярной кухни, являются модернизацией традиционных блюд и отличаются своеобразной подачей, и особыми способами приготовления. В ресторанах шеф – повар может приготовить данное блюдо при посетителе, который получит, незабываемые эмоции от увиденного.

Таким образом, концепция управления ресторанного бизнеса включает в себя множество способов изучения и привлечения потребителей. Благоприятный успех на рынке зависит от грамотного управления. Следовательно, маркетинг как концепция рыночного управления влияет на реализацию и развитие сферы деятельности, находясь в постоянном контакте на рынке с производителем и потребителем. Тем самым маркетинг удовлетворяет потребности большой массы населения.

В рыночных условиях, а также на отдельном предприятии нельзя обойтись без маркетинга. Ведь именно он определяет с помощью различных методов ключевые моменты увеличения спроса, и что немало важно потребности населения, которые и повышают спрос на определенные виды товаров или услуг. Маркетинг способствует постоянному контакту производителя с потребителем, направленный на увеличение эффективного обмена и являющийся началом производства, ориентиром для спроса и предложения. Так в маркетинге грамотное управление является залогом успеха. От того как правильно спланировать и подойти к делу зависит успех в дальнейшем, и что немало важно продвижении предприятия на рынке.

Литература

1. Управление проектами. Основы профессиональных знаний. Национальные требования к компетентности специалистов. Версия 3.0, июнь

2010. М.: ЗАО "Проектная практика", 2010 - 256 с.

2. Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (статистические материалы) [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://rosпотреbnadzor.ru/activities/statistical-materials/>

3. Журнал «Секрет фирмы» [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.sf-online.ru>

4. Особенности ресторанного бизнеса [Электронный ресурс] — Режим доступа: https://studwood.ru/894146/marketing/marketingovye_osobennosti_restoran_nogo_biznesa

УДК 331.101.3

*Левченко В.А.,
студент 2 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: lerken_s@mail.ru*

*Батори Г.А.,
Студент 2 курса
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
г. Краснодар, Россия
e-mail: hermanbathory@gmail.ru*

*Научный руководитель:
Зинченко Н.В.,
доцент, к.э.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: zin4encko.natasha@yandex.ru*

МОТИВАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ, ЕЁ ФАКТОРЫ И МЕТОДЫ

Аннотация. В статье рассмотрены особенности мотивации персонала на предприятиях. Авторы исследуют факторы, влияющие на мотивацию работников, а так же обращают внимание на мотивационные методы, способные улучшать отношения работников к выполняемой ими деятельности. После проведенного исследования вопроса, авторы предлагают ряд мер, направленных на улучшения мотивационных показателей.

Ключевые слова: мотивационные методы, мотивация, формы мотивации, нематериальная мотивация.

*Levchenko V.A.,
student, 2 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: lerken_s@mail.ru*

*Bathory H.A.,
student, 2 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: hermanbathory@gmail.ru*

THE MOTIVATIONAL COMPONENT, FACTORS AND METHODS

Annotation: The article describes the features of personnel motivation in enterprises. The authors investigate the factors influencing the motivation of employees, as well as pay attention to the motivational methods that can improve the attitude of employees to their activities. After the study, the authors propose a number of measures aimed at improving motivational indicators.

Keywords: motivational methods, motivation, forms of motivation, non-material motivation.

Заявленная цель любой фирмы – достижение максимальной прибыли при минимальных издержках, безусловно, это невозможно без слаженной работы команды, которая четко следует установленному плану, выполняя свои прямые обязанности. В связи с этим, перед руководством стоит задача о разработке планов, стратегий, построении оптимальных организационных структур, создании эффективных коммуникационных каналов, внедрении новых технологий в процесс производства. Предприятие – это структура, состоящая из множества сотрудников, выполняющих определенные задачи, и его деятельность не будет успешной, если члены организации не имеют мотивации к достижению поставленных руководством результатов.

Таким образом, главным двигателем успеха фирмы являются стремление и готовность человека выполнить поставленные перед ним производственные задачи. Стимулирование персонала заключается в определении руководителем основных принципов мотивационной составляющей каждого из работников.

В современной литературе мотивацию рассматривают как совокупность взаимосвязанных условий, вызывающих активность управленческой деятельности менеджера, направленную на ее совершенствования и побуждающих его к осуществлению профессиональной деятельности [2].

Также, термин «мотивация» может иметь следующее определение - совокупность внешних и внутренних движущих, побуждающих человека осуществлять деятельность, направленную на достижение определенных целей, с затратой определенных усилий, с определенным уровнем старания, добросовестности и настойчивости [1]. В свою очередь, мотивационная составляющая может быть выражена через несколько базовых методов (Рисунок 1)



Рисунок 2 – Мотивационные методы

Изначальный выбор концепции управления персоналом определяет специфику выбора мотивационных методов. Эксперты отмечают, что наиболее успешной стратегией является комбинирование сразу нескольких методов одновременно. Это обусловлено спектром потребностей персонала, а тактика применения различных методов, как показывает практика, дает наилучший результат.

Поставленные задачи работник способен выполнять с разной отдачей: имея мотивацию, он достигнет высоких результатов гораздо раньше, чем сотрудник, не имеющий стремления добросовестно выполнять обязанности.

Процесс мотивации работника представляет собой несколько этапов. Их отличает их временной характер (хронологический), т.е. каждый определенный этап следует за другим, не меняя свой порядок, а также цикличность, удовлетворенные потребности имеют свойство постоянного возобновления [2]:

1. Появление потребности в чем-либо;
2. Стремление удовлетворить потребность;
3. Осознание того, какие средства помогут удовлетворить потребность;
4. Приложение усилий, направленных на удовлетворение потребности;
5. Получение решения по удовлетворению возникшей потребности;
6. Устранение потребности, что вызывает ослабление или усиление мотивации к последующей деятельности.

Стоит отметить, что мотивацию нельзя унифицировать применительно к каждому сотруднику, ведь каждый человек имеет разные мотивы, стимулирующие к выполнению работы. В данном случае, речь идет о том, что руководство может лишь предполагать, какой фактор влияет на работоспособность в большей мере.

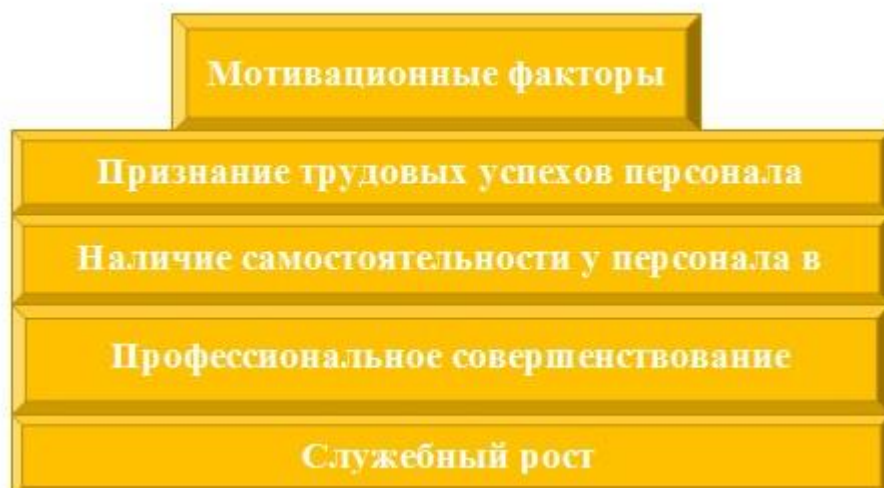


Рисунок 2 – Мотивационные факторы

Выделяются две ключевые задачи для менеджеров фирмы:

1. Повышение эффективности работы персонала компании;
2. Быстрая и четкая реализация стратегических инициатив.

Следует отметить, если мотив работника определен неверно, это может привести к негативным последствиям (снижением продуктивности, увольнению и т.п.).



Рисунок 3 – Формы мотивации

Мотивационная система является важной частью работы любой организации, подход к ее созданию должен иметь

профессиональный характер; любая ошибка в построении подобной системы может привести к ухудшению качества работы персонала, снижению темпов развития организации и т.д. Согласно такому подходу наиболее эффективной системой будет считаться та, которая учитывает специфику работы компании, персонала, разработана в соответствии с действительными потребностями и возможностями компании, включающая различные формы и виды мотивации [1]:

1. Материальная или экономическая мотивация представляет собой заработную плату, премии, доплаты и т.д.

2. Нематериальная мотивация – ориентирована на удовлетворение психологических, внеэкономических потребностей.

3. Положительная мотивация направлена на поощрение работника за достигнутые высокие результаты, и отрицательная мотивация за нарушение трудовой дисциплины и низкие трудовые показатели. Для руководителя предприятия очень важно построить ту систему мотиваций, при которой путем баланса в равной мере сочетаются как положительные, так и отрицательные санкции.

4. Внутренняя мотивация учитывает самооценку работниками своих результатов, и внешняя, связанная с оценкой выполненной работы руководством и коллективом предприятия.

5. Общекорпоративная система мотивации имеет место на производственных предприятиях, когда происходит групповое стимулирование отдельных групп работников.

6. Самомотивация основана на выделении ими внутренних, значимых лично для них стимулов к трудовой деятельности. Это может быть интерес к работе, признание своей значимости в общем производственном процессе, удовольствие от возможности использовать творческий подход в решении определенных задач и т.д.

Данные формы мотивации могут быть использованы при реализации и осуществлении практически любых управленческих процессов. Каждая форма имеет свои конкретные свойства, сферы применения и эффекты.

Следует отметить, что нематериальная мотивация является самой эффективной из представленных. Руководствуясь её управленческий аппарат имеет возможность наиболее эффективно организовать рабочий процесс. Так же данный вид мотивации характерен для начальных этапов работы фирмы, а так же ее наиболее кризисных моментах, в данные этапы большинство фирм не имеет достаточно денежных средств для осуществления материальных видов мотивации. Авторы выделяют наиболее эффективные на их взгляд методы нематериальной мотивации:

1. Признание успехов отдельно взятого работника или же группы работников, публично. Подтверждение их значимости и важности для работы предприятия.

2. Систематическая работа по контролю и анализу деятельности, совершаемой работниками. Организация публичного доступа к данным, поощрение работников, достигших наилучших результатов.;

3. Создание условий для осуществления здоровой конкуренции;

4. Предоставление работникам право личного выбора пути решения в определенных ситуациях, что подчеркивает его значимость и увеличивает ответственность.;

5. Участие руководства фирмы в процессе работы персонала путем ее анализа, возможностью консультирования, а так же принятия во внимание идей персонала касательно дальнейшего развития фирмы;

6. Заинтересованность руководства в фирмы в профессиональном развитии персонала путем организации/проведения программ по повышению квалификации и т.д.;

В заключении следует отметить, что перечисленные способы мотивации позволят сотрудникам, руководителям и ведущим специалистам производственных предприятий успешно применить их для решения задач по нематериальному стимулированию персонала находящегося в подчинении. Однако оценка эффективности предлагаемых способов мотивации требует времени и глубокого анализа, чтобы впоследствии осознать, были ли достигнуты поставленные цели или нет.

Литература

1. Современный менеджмент : учебник / под ред. М. М. Максимцова, В. Я. Горфинкеля. – Москва : ИНФРА-М, 2014. – 299 с.

2. Угрюмова Н.В., Блинов А.О. Теория организации и организационное поведение. - СПб.: Питер, 2015. - 288 с.

УДК 338.984

*Воргунова В.Р.,
Студентка 2 курса
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: Vorqunova2013@yandex.ru*

*Научный руководитель:
Артюшкова А.Ю.,
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: alexa666.777.888@mail.ru*

РОЛЬ МОТИВАЦИИ В ПОВЕДЕНИИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «МАКДОНАЛЬДС»)

Аннотация. В статье ставится задача поиска путей решения проблем в управлении человеческими ресурсами. Рассматриваются необходимые правила и критерии, которые должны быть направлены по отношению к пассивности работника. Были представлены результаты анкетирования и опроса, которые показали, что управление человеческими ресурсами, а именно мотивация играет большую роль в развитии компании и оказывает влияние на общий успех фирмы и её результативность.

Ключевые слова: человеческие ресурсы, мотивация, персонал, эффективность.

*Vorgunova V.R.,
student, 2 courses*

*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia*

e-mail: Vorgunova2013@yandex.ru

*Scientific Adviser:
Pakhomova A.Yu.*

*Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia*

e-mail: alexa666.777.888@mail.ru

THE ROLE OF MOTIVATION IN THE BEHAVIOR OF THE ORGANIZATION (FOR EXAMPLE OF MCDONALD'S»)

Abstract: The article deals with the problem of finding ways to solve problems in human resources management. The necessary rules and criteria that should be directed to the passivity of the employee are considered. The results of the survey and survey were presented, which showed that human resources management, namely motivation plays a big role in the development of the company and has an impact on the overall success of the company and its performance.

Key words: human resources, motivation, personnel, efficiency.

Управление человеческими ресурсами в современной российской экономике является лидирующим направлением в любой компании. В настоящее время большое количество компаний столкнулось с многими проблемами, которые связаны с развитием общественных, экономических и политических отношений. Для того чтобы выживать в рыночных условиях организациям просто необходимо производить конкурентоспособную продукцию и принимать во внимание круг интересов сотрудников. Только с учётом всего вышеперечисленного организация будет функционировать полноценно в среде, которая представляет очень высокие требования.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что мотивация персонала является основным средством обеспечения оптимального использования ресурсов и мобилизации имеющегося кадрового потенциала. Основная цель управления человеческими ресурсами заключается в получении максимальной отдачи от сотрудников, что позволяет повысить прибыльность предприятия.

Цель данной работы состоит в исследовании роли мотивации в

поведении организации на примере ООО «Макдоналдс» и разработке рекомендаций, направленных на ее совершенствование.

Специалисты уже немалое количество раз проводили исследование для того, чтобы определить важность управления человеческими ресурсами в деятельности каждой компании независимо от размеров, формы и в целом структуры управления. Результаты для некоторых компаний были, конечно же, шокирующими. Примерно около 70% менеджеров считают, что УЧР является важней функцией для успеха организации, а более 90% говорят, что этот показатель уже сейчас начинает занимать лидирующие позиции практически в жизни каждой организации. Поэтому стоит задуматься и уделять должное внимание управлению человеческими ресурсами, ставить его на первое место.

Рассмотрим управление человеческими ресурсами на конкретном примере. Попробуем перечислим основные методы управления персоналом в компании ООО «Макдональдс»:

1. Достаточно гибкий график работы и возможность совмещать её с учебой либо другой работой.

2. Работа в ночную смену. В такой период времени надбавка за работу составляет около 40%, если сравнивать с дневной ставкой.

3. Бесплатные обеды. Они являются дополнительной мотивацией работы в ресторанах. Это огромный плюс для большинства компаний. Ведь очень удобно придя на работу после учебы перекусить совершенно бесплатно. Данный метод применяется далеко не во всех фирмах.

Необходимым условием разработки системы мотивации является метод опроса персонала, который даёт возможность определить степень удовлетворенности сотрудников своей работой. Для этой цели и была разработана специальная анкета, представленная в таблице ниже. В данном опросе участвовали работники ресторана - 20 человек.

Таблица 1 – Показатели удовлетворенности условиями труда ООО «Макдоналдс»

Из представленных выше данных можно сделать вывод, что 2 параметра имеют высокую степень неудовлетворённости; 6 параметров – среднюю степень и 1 параметр – низкую. Таким образом, степень удовлетворенности условиями труда и корпорацией в целом можно оценивать как среднюю.

№	Содержание	Кол-во ответов	Доля уд.ответов от всех работников	Степень удовлетв.
1	Удовлетворены ли Вы в целом своей жизнью	8	40%	Средняя
2	Удовлетворены ли Вы своей нынешней работой	8	40%	Средняя
3	Уверенны ли Вы в завтрашнем я, работая в ООО «Макдоналдс»	16 133	80%	Высокая
4	Как Вы оцениваете степень удовлетворен. условиям, в которых работаете	13	65%	Высокая

5	Удовлетворены ли Вы организацией труда в ООО «Макдоналдс»	8	40%	Средняя
6	Удов. ли Вы условиями отдыха	9	45%	Средняя
7	Удовлетворяет ли Вас нынешняя продуктив. труда работников	11	55%	Средняя
8	Какие у Вас взаимоотнош. С администрацией ООО «Макдоналдс»	6	30%	Низкая

Одним из первых работникам был предложен вопрос:

«Удовлетворены ли Вы своей нынешней работой?», чел. На этот вопрос 8 человек ответила положительно, а 12 отрицательно. Это говорит о том, что не всех сотрудников устраивает данная работа, а скорее всего их не устраивает занимаемая должность, так как продвижение по карьерной лестнице занимает достаточно долгий период времени.

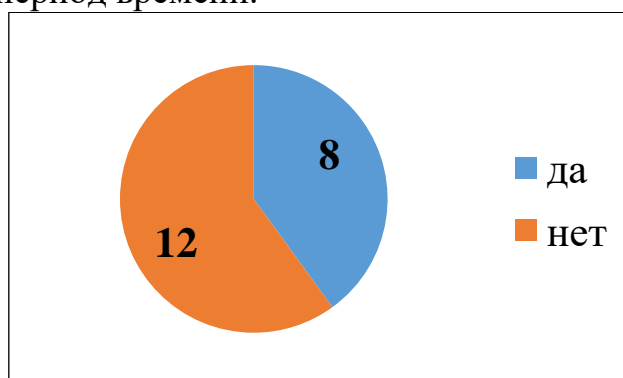


Рисунок 1 – Показатели, характеризующие удовлетворённость работой в ООО «Макдональдс»

Затем сотрудникам был задан следующий вопрос: «Уверенны ли Вы в завтрашнем дне, работая в ООО «Макдоналдс»?», чел. Ответы были следующими: 16 человек сказали, что уверены в завтрашнем дне, а 4 человека нет. Это говорит о том, что большая часть сотрудников компании ООО «Макдональдс» получают ценный опыт, знания, навыки, которые помогают им расти и развиваться.

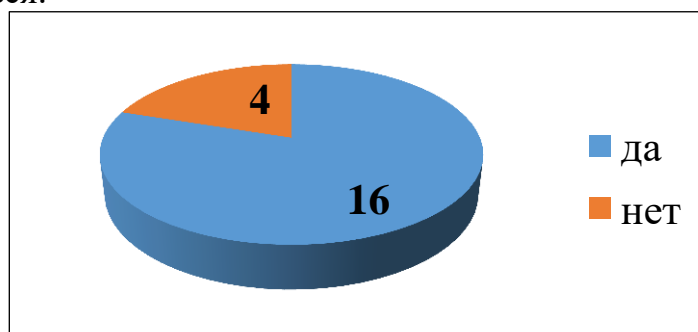


Рисунок 2 – Показатели, характеризующие уверенность в завтрашнем дне

Следующий вопрос звучал так: «Как Вы оцениваете степень удовлетворенности условиями, в которых работаете?». 13 человек ответили положительно, 5 человек не удовлетворены условиями, и 2 человека не смогли ответить на данный вопрос. Это говорит о том, что в среднем людей устраивает

их режим работы, сама работа, условия труда на рабочем месте и отношения с коллегами.

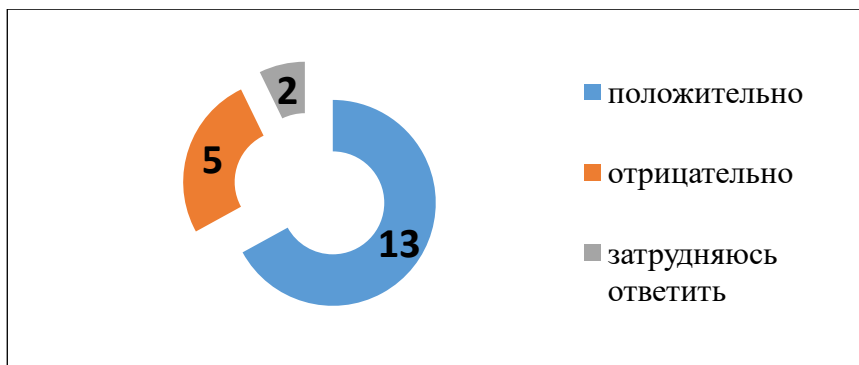


Рисунок 3 – Показатели степени удовлетворенности условиями работой в ООО «Макдональдс»

Следующим немаловажным вопросом является: «Удовлетворены ли Вы условиями отдыха?». На что 10 человек ответили положительно, 8 человек отрицательно, а остальные затруднились ответить. Хочется отметить, что в компании «Макдональдс» оборудование всегда очень высокого качества и в комнате отдыха есть всё необходимое для восстановления сил. Максимальная рабочая смена — это 8 часов, из которых основной перерыв — это обед — 30 минут, также есть 3 «пятиминутки». Но из ответов сотрудников можно сделать вывод, что для половины опрошенных такого промежутка времени на отдых просто недостаточно.

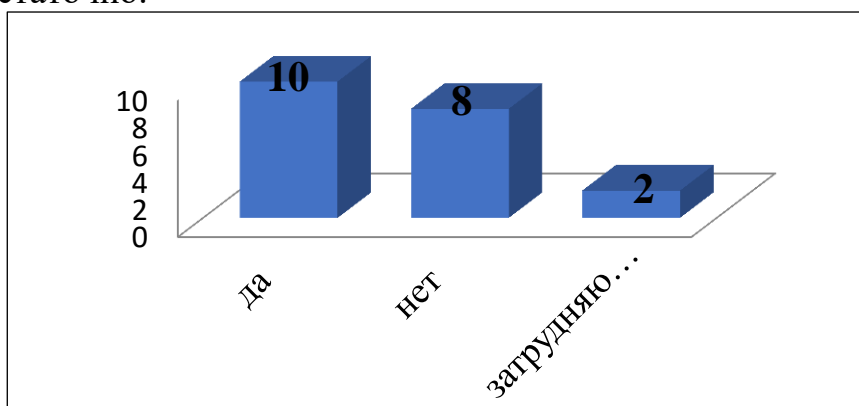


Рисунок 4 – Показатели удовлетворенности условиями отдыха

И последний вопрос звучал так: «Удовлетворены ли Вас взаимоотношением с администрацией ООО «Макдоналдс»?». Ответы показали, что больше половины работников не удовлетворены взаимоотношением с администрацией ресторана, следовательно руководители относятся предвзято к сотрудникам, не уделяют им должного внимания и не помогают им в выполнении определенного задания, что безусловно влияет на деятельность компании в целом.

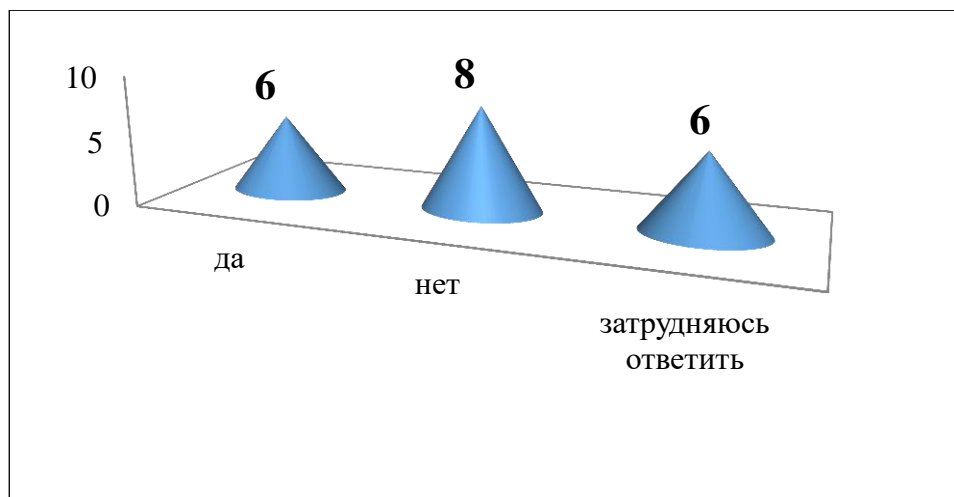


Рисунок 5 – Количественные показатели удовлетворенности взаимоотношением с администрацией ООО «Макдональдс»

Чтоб деятельность работника и деятельность компании была наиболее успешной и эффективной, перечислим основные критерии, которые должны быть направлены по отношению к работнику:

1. Необходимо использовать разные формы мотивации: материальное стимулирование, процент от прибыли заведения, а также профит-шеринг. Профит-шеринг - это достаточно сильный мотивационный фактор. Он позволяет людям осознанно участвовать в бизнесе, потому что от работы каждого сотрудника зависит прибыльность компании на конец года, что скажется на их заработной плате.

2. По сравнению с другой мотивационной политикой не менее значимой является и нематериальная мотивация. К ней относится личная благодарность и похвала в присутствии всего коллектива. Она достаточно сильно влияет на поведение человека, что в дальнейшем проявляется на деятельности компании.

3. Также следует поощрять творческую инициативу сотрудников и благодарить авторов идей, так как они стараются сделать работу заведения более успешной, разнообразной и прибыльной.

4. Нельзя забывать о самом главном показателе – отношении к сотруднику. У работника всегда будет стремление к своей деятельности, и он никогда не отступит назад, если руководитель будет для него не только авторитетом, но и тем человеком, который знает о своих подчинённых все и даже больше.

5. Следует не забывать о таком условии, как необходимость быть справедливым и лояльным руководителем. Нужно четко определить правила и критерии для оценки работы персонала, чтобы каждый сотрудник знал, за что его поощряют и за что наказывают. Ведь работник, который постоянно думает только о том, как бы его не оштрафовали, или не сделали выговор, не способен принести заведению хоть какую-нибудь прибыль.

Теперь стоит обратить внимание на наиболее распространённый стимул – бонус.

Таблица 2 – Матрица бонусов для работников на прилавке

Сумма заказа, тыс. руб.	1-1,5	1,5-2	2-3	3-4	4-5	5 и выше
Премия работника, руб.	100	150	200	300	400	500

Из данной таблицы можно сделать вывод, что сотрудник получает премию за каждый заказ, который превышает 1 тыс. руб., в соответствии с приведенной выше платежной матрицей. Данная матрица должна быть построена таким образом, чтобы максимально возможный бонус был труднодостижим.

И последним, значимым стимулом является премия за выслугу лет. В таблице 3 данный стимул в первые годы работы быстро наращивает процент надбавки, по сравнению с последними годами. Связано это с тем, что начиная свою трудовую деятельность, сотрудник приносит компании большое количество новых идей, активно развивается на новом месте, и, несомненно, это должным образом необходимо поощрять. Но сотрудник, проработавший на одном месте довольно долго, много сил и времени посвятил развитию компании, поэтому после 5 лет труда надбавка за выслугу лет снижает темп роста, но достигает внушительного размера.

Таблица 3 – Премия за выслугу лет

Количество лет работы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Надбавка, %	3	7	10	13	15	17	19	21	23	25

В результате всего вышесказанного хотелось бы обратить внимание на то, что в мотивационной политике ООО «Макдональдс» существуют как плюсы, так и минусы. Недостатком в данном случае является продвижении по карьерной лестнице. Рассмотрим этот пример более подробно.

Совершенно непонятно почему у работника, который работает совсем недавно, возможность стать на ступеньку выше появляется только через 3 года. Из этого и вытекают такие проблемы как нехватка опытного персонала, так как работа в этой компании является очень тяжёлой. Поэтому достигнуть высот в карьерной лестнице могут лишь те, у кого в большей степени развиты не только трудовые, но и коммуникативные качества. Следовательно, чтобы сотрудники компании ООО «Макдональдс» были мотивированны необходимо упростить данную систему, сократив её примерно на 1,5 года.

Также следует обратить внимание на увеличение престижа компании. Статистика показывает, что у большинства людей уже сложился определенный образ о компании «Макдоналдс». Поэтому они не хотят работать в этой корпорации. Следовательно, данной компании просто необходимо осуществлять различные акции, формировать себе хорошую рекламу с целью привлечения новых сотрудников и удержания уже имеющихся. Считается, что увеличение престижа может быть достигнуто за счет работы с каждым сотрудником в отдельности, ведь они сами создадут рекламу своему работодателю.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что управление человеческими ресурсами в любой кампании должно стоять на первом месте. Именно этому показателю необходимо отводить должное внимание. Нужно работать с каждым сотрудником и стимулировать их соответствующим образом. Подход к управлению является основной и неотъемлемой частью общей стратегии развития компании, от чего и будет зависеть её деятельность в целом.

Литература

1. Абрамова М.А., Александрова Л.С. Основы менеджмента. – М., 2013. – 465 с.
2. Гличев А.В. Современные методы управления персоналом // Управление компанией. – 2013. – № 7. – С. 24–26.
3. Пономаренко А. А., Ченобытов В. Теоретические основы исследования учебной мотивации студентов // Молодой ученый. — 2013. — №1. — С. 356-358. — [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/48/5987/>.
4. Современные проблемы управления человеческими ресурсами: монография /под ред. Л.В. Свиридовой, В.В. Романова. – Н. Новгород: Изд-во Волго-Вятской академии гос. службы, 2011. – 372 с. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://textarchive.ru/c-1354780-p7.html>

УДК 6.65.658.3

*Данилова А. А., студент 4 курса
Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации (Краснодарский Филиал)
г.Краснодар, Россия
e-mail: alvina1996_smol@mail.ru*

*Научный руководитель:
Воробьева М. А., к.полит.н., доцент
Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации (Краснодарский Филиал)
г.Краснодар, Россия
e-mail: M.A.Vorobeva@fa.ru*

УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ ПРОЕКТА: МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ

Аннотация. В работе рассматривается проблема управления коммуникациями проекта. Для повышения эффективности этой проектной области в статье предложены наиболее оптимальные методы и инструменты управления коммуникациями. Также в статье проанализированы основные этапы планирования коммуникаций.

Ключевые слова: управление коммуникациями проекта, инструменты управления коммуникациями, план коммуникаций проекта, матрица коммуникаций проекта, планирование коммуникаций, коммуникации проекта.

*Danilova A.A., 4th year student
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar Branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: alvina1996_smol@mail.ru*

*Scientific adviser:
Vorobeva M.A., candidate of political sciences,
associate professor,
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar Branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: M.A.Vorobeva@fa.ru*

MANAGEMENT OF PROJECT COMMUNICATIONS: METHODS AND INSTRUMENTS

Abstract: The paper considers the problem of managing project communications. To improve the effectiveness of this project area, the article proposes the most optimal methods and instruments for managing communications. The article also analyzes the main stages of communication planning.

Key words: project communications management, communication management instruments, project communication plan, project communication matrix, communication planning, project communication.

Коммуникации является одним из важных аспектов в проектной деятельности. Руководитель проекта отводит основную часть своего времени на общение с членами команды и другими участниками проекта на всех организационных уровнях. Проект, с точки зрения коммуникации, это набор последовательных информационных заданий, где зачастую выполнение нового задания невозможно, если предыдущее задание не выполнено.

Управление коммуникациями в соответствии с наиболее применяемым в мире стандартом по управлению проектами Project Management Body of Knowledge является одной из десяти областей знаний проекта. Коммуникации проекта – это эффективный обмен информацией между участниками проекта. Качественное управление коммуникациями проекта влияет на успех или провал проекта [1].

В соответствии с PMI PMBoK термин «Управление коммуникациями проекта» – это область знаний, включающая процессы, необходимые для своевременного создания, сбора, распространения, хранения, получения и использование информации для проекта. Управление коммуникациями проекта – это осуществление всей деятельности по организации связи и общения как между всеми участниками проекта, так и с заинтересованными лицами проекта.

Цель управления коммуникациями – это достижение эффективной коммуникации как внутри организации, так и между организацией и ее внешней средой.

Информация и взаимодействия, требующиеся для участников проекта, формируются в процессе планирования. Важным этапом управления коммуникациями становится их планирование. Зачастую планирование коммуникаций взаимосвязано с влиянием предприятия на проект, так как требования к коммуникациям зависят от организационной структуры проекта и ресурсов [2].

Первым этапом планирования коммуникаций является определение кто является стейкхолдерами проекта. Заинтересованные стороны проекта – это стороны, которые заинтересованы в успехе проекта. Стейкхолдерами проекта могут быть лица и организации, заказчики, спонсоры, исполняющая организация и общественность, которые активно участвуют в плане, или чьи интересы могут быть затронуты как положительно, так и отрицательно в ходе исполнения или после истечения срока действия проекта. Они также могут влиять на проект или его результаты. После описания всех участников проекта необходимо определить информационные потребности стейкхолдеров.

Вторым этапом планирования является коммуникационный план. План коммуникаций – документ, включающий требования и ожидания коммуникации в проекте, вид обмена информацией, в каких случаях необходима, а также лицо, несущее ответственность за предоставление коммуникаций каждого типа.

План коммуникаций создает связь между всеми стейкхолдерами с помощью распространения управляемых и контролируемых потоков информации [5].

План коммуникаций проекта включает следующие элементы:

1. Введение. План коммуникаций проекта должен отражать цели, задачи и содержание проекта, ответственного за реализацию плана.
2. Методы коммуникации. Необходимо описать все методы передачи информации в проекте. Например: совещания, конференции, встречи.
3. Инструменты. В этом разделе описываются инструменты, доступные в программе, то есть методы передачи информации потребителю.
4. Записи. Необходимо составить перечень документов, которые имеют отношение к коммуникациям и определить их место хранения.
5. Отчетность. В данном пункте важным является описание всех видов отчетов, включая их цель, сроки и получателей, формат документа.
6. Сроки. Пояснение сроков выполнения заданной коммуникации.
7. Роли и ответственности. Необходимо обозначить ответственных за каждый тип коммуникации.
8. Стейкхолдеры проекта. Стороны, заинтересованные в реализации проекта. Табличный вид плана коммуникаций представлен на рисунке 1.

Наименование	Содержание	Рассматриваемый объект
1. Введение		
2. Методы коммуникации		
3. Инструменты		
4. Записи		
5. Отчетность		
6. Сроки		
7. Роли и ответственности		
8. Стейкхолдеры проекта		

Рисунок 1 — Пример плана коммуникаций

Коммуникационный план проекта включает в себя описание средств, используемых инструментов и частоту выполнения коммуникаций с внутренними и внешними частями проекта. Особое внимание при создании плана коммуникации необходимо уделять именно методам и инструментам обмена информацией.

Метод, в рамках управления коммуникациями проекта – это систематизированная совокупность действий, направленных на решение целей и задач поставленных адресантом для обеспечения эффективного процесса обмена информацией. К примеру, методами при управлении коммуникациями на этапе создания проекта могут выступать различные собрания, отчеты, обсуждения на рабочем месте, телефонные разговоры, обучение, социальные сети, электронная почта.

Инструмент, с точки зрения управления коммуникациями проекта – это совокупность конкретный методов и приемов, применяющихся при сборе, анализе и обработке информации, которая является основой при выработке управленческих решений. Примерами инструментов на этапе создания проекта могут стать – сайт той или иной деятельности, информация о деятельности в социальных сетях, плакаты, вывески.

Иными словам, кардинальными различиями в понятиях «метод» и «инструмент» является то, что метод – это способ решения задачи, а инструмент – это средство, с помощью которого выполняются те или иные действия.

При планировании коммуникаций необходимо найти способы и средства, удовлетворяющие всех участников проекта.

Информация прописанная в плане коммуникаций может быть преобразована в матрицу коммуникаций [3]. Матрица коммуникаций достаточно доступная к пониманию всеми участниками проекта инструмент передачи информации. На рисунке 2 представлен пример матрицы коммуникаций.

Тип коммуникации	Содержание информации	Адресант	Адресат	Формат сообщения	Способ передачи

Рисунок 2 — Пример матрицы коммуникаций

При помощи предлагаемой матрицы, у менеджера проекта появляется возможность оптимизировать процесс коммуникаций и сделать коммуникации более эффективными.

Третьим этапом планирования коммуникация является подготовка отчетов об исполнении – это процесс сбора и распространения информации о производительности, включая отчеты о состоянии, результаты измерения исполнения и прогнозы. Процесс подготовки отчетов об их исполнении, в том числе периодический сбор фактических данных и сравнивает их с показателями для оценки развития проекта и его исполнение, передачи этой информации и прогнозирование результатов проекта [4].

Итак, возвращаясь к выше сказанному, отметим, что план коммуникаций проекта оказывает непосредственное влияние на эффективность проекта.

Формирование плана коммуникаций на этапе создания проекта позволит более четко организовывать взаимодействие участников проекта, оперативно принимать управленческие решения и проводить необходимые изменения, экономить временные ресурсы при передаче информации, быстро находить проблемные зоны в ходе выполнения проекта.

Таким образом, использование инструментов, таких как план и матрица коммуникаций, а также методов управления коммуникациями позволяет обеспечить более эффективное управление проектом на всех этапах жизненного цикла проекта.

Литература

1 Воробьева М.А. Проблемы применения инновационного менеджмента на предприятиях Краснодарского края // В книге: Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства материалы II международной научно-практической конференции. 2016. С. 133-134.

2 Воробьева М.А., Ткаченко В.В., Ткаченко Н.А. Особенности использования и перспективы внедрения проектного управления в агропромышленном секторе // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2017. № 126. С. 879-890

3 Проектное управление в коммерческой и публичной сферах: учебник / под общ. ред. Х. А. Константиныди. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 1918.-364 с.- (Высшее образование: Бакалавриат).

4 Интуит - национальный открытый университет [Электронный ресурс]. Режим доступа – www.intuit.ru/ В. Грекул, Н. Коровкина, Ю. Куприянов. Планирование коммуникаций и управление конфигурацией в проекте, 2015. (дата обращения: 16. 04. 2018)

5 Организация эффективного управления [Электронный ресурс]. Режим доступа – <http://rzbpm.ru/> А. Зайцев. План коммуникаций проекта, 2016. (дата обращения: 15. 04. 2018)

УДК 005.33

Коровина М.Н.,
Студент 3 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: korovina-97@list.ru

Научный руководитель:
Грибок Н.Н.,
Кандидат исторических наук, доцент,
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: z-gribok@yandex.ru

КРАСНОДАР – ГОРОД СТАРТАПОВ

Аннотация. В настоящее время активно развиваются инновационные проекты, в особенности стартапы. Это обусловлено изменением не только окружающей среды, но и самих людей. Мир не стоит на месте, новое поколение растёт и продвигает свои идеи, а помочь им в этом могут специализированные заведения, такие как вузы, коворкинг центры, бизнес инкубаторы и акселераторы. Благодаря этим учреждениям создаётся определённая экосистема, которая способствует комфортному развитию стартап проектов и малого предпринимательства.

Ключевые слова: стартап, бизнес, предприниматель, инновация, образование, мотивация, инвестиции.

Korovina M.N.,
Student, 3 courses
Finance University with the support of the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: korovina-97@list.ru

Science Adviser:
Gribok N.N.,
Candidate of Sciences (Historical), Docent
Finance University with the support of the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: z-gribok@yandex.ru

KRASNODAR IS A CITY OF STARTUPS

Abstract: Currently, innovative projects are actively developing, in particular start-ups. This is due to the change not only of the environment, but also of the people themselves. The world does not stand still, the new generation is growing and promoting its ideas, and specialized institutions such as universities, coworking centers, business incubators and accelerators can help them. Thanks to these institutions, a certain ecosystem is created that facilitates the comfortable development of start-up projects and entrepreneurship.

Keywords: start-up, business, entrepreneur, innovation, education, motivation, investments.

Стартап – организация, создающая новый продукт или услугу в условиях высокой неопределённости.

Необходимо отличать стартап от малого бизнеса. Существует 5 основных отличий этих понятий.

1. Основой любого стартапа является инновация, создание чего-то нового или модернизация уже существующего.

2. Как правило, стартап не имеет границ своего роста и нацелен на освоение как можно большей доли рынка. Малый бизнес – развивается в рамках границ, установленных самим бизнесменом.

3. Для стартапа важно развиваться с максимальными темпами роста, в то время как для бизнеса приоритетом является прибыль.

4. У стартапа на получение выгоды может уйти от 1 месяца до года, а малый бизнес нацелен на получение выручки уже с первого дня.

5. Стартапы могут быть менее устойчивыми, чем малый бизнес.

Из вышперечисленных понятий и отличительных черт стартапа можно составить психологический портрет потенциального стартапера:

- наличие образования, ценностей и принципов;
- совпадение личных целей с целями общества;
- высокий уровень креативности и степени вовлеченности;
- планирование и использование принципов тайм-менеджмента;
- отсутствие страха перед действиями;
- умение консолидировать вокруг себя людей, а также ресурсы.

Всё это можно объединить в одну большую особенность такую как – личная эффективность или результативность нашей деятельности. При такой сложной организации личности большое влияние на ту самую результативность оказывает экосистема вокруг стартапера. В нашем случае данной экосистемой выступает город Краснодар.

Краснодар может предложить некую совокупность элементов экосистемы, которая будет сопровождать и помогать стартаперу развивать и популяризировать свой продукт.

Базовыми элементами экосистемы являются:

- образование,
- мотивация,

– дешёвые деньги.

Далее рассмотрим более подробно каждый из них.

Как правило, средний возраст стартапера составляет от 21 до 30 лет, а это значит, что большинство молодых предпринимателей начинают своё дело уже после получения высшего образования.

Всего в городе Краснодаре обучается около 81 тысячи студентов. В пятёрку лучших вузов города входят:

1. Кубанский государственный университет
2. Кубанский государственный аграрный университет
3. Кубанский государственный технологический университет
4. Кубанский государственный медицинский университет
5. Кубанский государственный университет физической культуры, спорта и туризма.

На различных форумах и блогах на тему выбора будущего образования мы нашли ряд критериев, которые абитуриент чаще всего предъявляет к выбору будущего вуза, и расположили их в порядке значимости.

1. Престиж, репутация
2. Расположение
3. Наличие бюджетных мест
4. Инфраструктура
5. Гарантия трудоустройства
6. Профильность

Данная иерархия критериев обеспечивает и поддерживает существующие лидирующие позиции вузов, но не определяет их образование как более качественное.

Если трансформировать данные критерии в пирамиду Маслоу и перевернуть её с ног на голову, то можно наблюдать интересную зависимость между профильностью вуза и его престижем (рисунок 1). Эта зависимость может изменить укоренившуюся систему выбора образования, сделав её более функциональной, – действующей.



Рисунок 1

Последовательность «снизу – вверх» более очевидна. С её помощью мы избавляемся от стратегии принятия решений методом от противного – сначала выбирая вуз, а затем профессию. Теперь студент выбирает профессию по

интересам. Поступает в профильный вуз, где получает знания от опытных и практикующих преподавателей и проходит практику в компании по специальности. Компании заинтересованы в высококачественных специалистах и заключают договор на прохождение практики с профильным вузом. Затем студент после прохождения практики, где он приобрёл опыт реальной работы, может устроиться в эту или другую компанию на работу, т.к. работодатель уверен в качестве представленного ему образования. За счёт притока студентов на договорной основе и выигрышей грантов университет начинает увеличивать свой капитал и приобретает необходимое оборудование или технологию для более удобного и современного обучения студентов. В свою очередь большие предприятия и государство хотят заполучить себе больше квалифицированных специалистов и финансируют университет, давая возможность большему количеству студентов обучаться на бюджетной основе. Таким образом университет зарабатывает хорошую репутацию и занимает высокие позиции в российских и международных рейтингах.

Из подобного университета вероятность выхода здорового и креативного человека, который способен создать стартап и реализовать его, сильно увеличится.

Помимо образования есть ещё один немаловажный элемент для создания стартапа. Людям необходима мотивация.

Мотивация- это условия, в которых человек готов действовать. В нашей жизни часто появляются такие моменты, когда мы ощущаем максимальный эмоциональный подъём и концентрацию сил. Триггерами данного подъёма могут выступать: просмотр фильма, чтение книги, родительский пример или просто созерцание окружающего мира. Всё это можно определить, как вдохновение, – а вдохновение как эффективный способ мотивации.

Главное поддерживать это ощущение и окружать себя интересными вещами и людьми. Для этого в Краснодаре созданы все условия, например, коворкинг центры, где стартаперу предоставляется комфортная обстановка для плодотворной работы.

На 2018 год в нашем городе работает 5 коворкинг центров:

- «Офис у дома» по адресу ул. 40-летия победы, 97/2;
- «Со-Place» по адресу ул. Красноармейская, 55/1;
- «Типография» по адресу ул. Рашпилевская, 106;
- «Кутузовский» по адресу ул. Северная, 490;
- «Коворкинг-центр #COWORKING_KRD» по адресу ул. Новокузнецкая, 36;
- «Место действия» по адресу ул. Трамвайная, 2/6.

В услуги коворкингов входят: фиксированное или свободное рабочее место, безлимитный интернет, круглосуточный доступ, принтер и сканер, большая маркерная доска, переговорная комната, мягкая зона отдыха и ожидания, вода и кофе в любых количествах, нетворкинг и обмен заказами, а также скидки на мероприятия.

Обратной стороной вдохновения и неэффективным способом мотивации может послужить – страх. Страх провалиться сковывает наши действия и ограничивает полёт мысли. Помочь с этим могут специальные бизнес-инкубаторы, где молодые люди смогут посмотреть на примеры своих соотечественников и освоить полезные навыки.

На территории Краснодара действуют 3 крупных бизнес-инкубатора.

На ул. Уральской 75/1 в БЦ «AVM – ORSETTO», офис 501 расположен первый частный бизнес-инкубатор на юге России – Win!Cubator. Открыт с 2015 года.

На ул. Ставропольской 149 на базе Кубанского государственного университета с 2010 года действует бизнес-инкубатор малого инновационного бизнеса.

На ул. Ставропольской 216, офис 311 с 2014 года действует инновационный бизнес-инкубатор ЮИМ.

Все эти организации созданы для воспитания поколения инициативных, творчески мыслящих, профессионально грамотных молодых предпринимателей с активной установкой жизни и желанием достичь успеха. В их услуги входят: организация встреч с лидерами индустрии и успешными предпринимателями, курсы английского языка, проведение бизнес игр, лекций и мастер-классов, комплекс услуг: секретарских, бухгалтерских, юридических, образовательных, консалтинговых, продвижение работ инкубатора на выставках, помощь с инвестициями и внешними связями.

За мотивацией стартапера сразу следует потребность в финансовых ресурсах. Для воплощения инновационной идеи в жизнь необходима крупная материальная поддержка, для этого большинство стартаперов ищут инвесторов.

Помочь в поиске инвестиций могут помочь следующие организации и программы:

– Центр бизнес возможностей «Южный» по адресу ул. Уральская 75/1, БЦ "AVM", офис 510.

Центр «Южный» предоставляет удобный формат взаимодействия проектов и инвесторов, где каждая сторона приближается к прибыли максимально быстро. С помощью центра ведётся оценка проекта, собираются аналитические данные и даётся объективная оценка о развитии проекта и его результатах.

– ФРИИ (Фонд Развития Интернет-Инициатив)

ФРИИ инвестирует в IT бизнесы и ускоряет развитие компаний в Акселераторе, чтобы быстрее вывести продукт на рынок. Для получения инвестиций от компании, а именно от 2,5 млн. руб. до 324 млн. руб., необходимо соответствовать ряду критериев, например, проект должен находиться в сфере IT, наличие MVP, наличие продаж и конкурентов, опыт квалификации команды, готовая бизнес-модель, средний-чек и рентабельность, а также масштабируемость и планы по развитию и т.д.

– Start2up – интернет-площадка, где каждый может разместить своё предложение об инвестировании или поиске инвестиций и найти своего партнёра.

– Фонд микрофинансирования Краснодарского края

Основным видом деятельности Фонда является предоставление микрозаймов субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства Краснодарского края в сумме до 3 000 000 рублей сроком до 3 лет. Каждый молодой предприниматель сможет найти свой вид займа на льготных условиях и по низкой процентной ставке. Например, можно получить микрозайм от 100 000 до 3 000 000 руб. под 6,75% годовых на развитие инноваций.

Литература

1. Википедия [Электронный ресурс: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Стартап>]
2. Мониторинг образования [Электронный ресурс: <http://indicators.miccedu.ru/monitoring>]
3. Инвестирование в стартап [Электронный ресурс: <http://invest-insurance.ru/investirovanie-v-startap>]
4. Инвестиционный портал Краснодарского края [Электронный ресурс: <http://www.investkuban.ru>]

УДК 334.02

Симоненко О.С.,

студент 2 курса

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: simonenko.olqa9@mail.ru

Научный руководитель

Воробьева М.А.,

доцент, к. п. н.

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

e-mail: vormar@bk.ru

ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ КРАУДСОРСИНГА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ВИРТУАЛЬНОЙ ПРОЕКТНОЙ КОМАНДЫ В СОВРЕМЕННОМ ИННОВАЦИОННОМ ПОЛЕ

Аннотация. В данной статье рассматривается краудсорсинговая платформа в качестве основы для формирования и функционирования виртуальной проектной команды. Представлена авторская модель

функционирования виртуальной команды, его организационная и управленческая структура.

Ключевые слова: краудсорсинг, виртуальная проектная команда, управление проектами, краудсорсинговая платформа, модель.

*Simonenko O. S.,
Student, 2 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: simonenko.olga9@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Vorobyeva M.A.,
Docent
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: vormar@bk.ru*

THE USE OF CROWDSOURCING TOOLS TO FORM A VIRTUAL PROJECT TEAM IN A MODERN INNOVATION SPHERE

Annotation: In this article, the crowdsourcing platform is considered as the basis for the formation and functioning of a virtual project team. The author's model of virtual team functioning, its organizational and administrative structure is presented.

Keywords: crowdsourcing, virtual project team, project management, crowdsourcing platform, model.

Современный этап эволюционного процесса подразумевает формирование «новой экономической реальности», путем активного внедрения инновационных проектов, развития технологий и использования механизмов управления человеческими ресурсами.

Для увеличения уровня инновационной активности, в первую очередь, необходима поддержка на государственном уровне [3, с.134]. Помимо этого, важным направлением развития инновационного потенциала страны, является использование информационных технологий. Данные технологии позволяют существенно расширить возможности создания проектов и управления ими, помогают созданию виртуальных команд, являющихся инструментом для реализации инновационных проектов [4, с.149].

Одной из альтернативных технологий внедрения новшеств в России, в частности, инноваций в управлении и создания виртуальных команд может стать использование краудсорсинга. Многие топ-менеджеры крупнейших компаний считают, что эта технология изменит мир [5].

Актуальность формирования виртуальных проектных команд на основе краудсорсинга также обусловлена тем, что в современном мире характерной чертой экономики становятся знания и информация, которые зачастую являются определяющим фактором в рамках конкурентной борьбы.

В данной статье будет рассмотрена авторская модель функционирования виртуальной проектной команды на основе краудсорсинговой платформы.

Краудсорсингом, или как его еще называют «народное использование ресурсов», называется привлечение к решению тех или иных проблем инновационной деятельности широкого круга лиц для реализации их творческих способностей, знаний и опыта по типу субподрядной работы на добровольных началах с применением инфокоммуникационных технологий. Краудсорсинг используют как эффективный инструмент реализации оригинальных проектов, развития бизнеса, создания инновационных продуктов. Многие предприниматели решают таким путем оптимизировать деятельность своей организации, продвинуть торговую марку, привлечь авторитетных экспертов. Что касается самих добровольцев, то взамен на идеи и информацию они получают шанс самореализоваться, получить уникальный опыт работы, признание в бизнес среде, а иногда - небольшое денежное вознаграждение.

Краудсорсинговая система, активно работающая на Западе, перспективна и имеет большой потенциал для развития в нашей стране. Этот относительно новый инструмент для управления проектами и развития предприятий, на российском рынке, уже зарекомендовал себя, как эффективное средство достижения целей. Примером российской краудсорсинговой площадки является сервис «Citycelebrity.ru». Он является платформой для создания качественного контента для малого и среднего бизнеса. Также в качестве яркого примера может послужить электронный ресурс Wikipedia, который представляет собой электронную энциклопедию и реализуется заинтересованными лицами и волонтерами.

Тем не менее, в данной системе, недостаточно внимания уделено построению модели краудсорсинга, нацеленной на формирование виртуальных проектных команд, реализующих идеи и проекты. Виртуальная команда, объединяющая с помощью современных технологий людей, разделенных пространством и временем, играет все более весомую роль в современном мире. Управление виртуальной командой в разных сферах совсем скоро станет приоритетным видом менеджмента, поскольку оптимален, как с точки зрения затрат, так и с точки зрения результативности.

Проанализировав основные рынки краудсорсинговых платформ, и учитывая их основные недостатки и недоработки, целесообразным будет предложить авторскую модель создания и функционирования виртуальной команды на основе механизма краудсорсинга.

Данная модель должна подразумевать не организацию форума, где участники формулируют в нерегулируемом режиме свои вопросы, замечания и предложения, а организационно и методически упорядоченную модель взаимодействия организации с инициативными пользователями Интернета. Данная платформа должна быть нацелена на формирование группы людей, готовых в дальнейшем разрабатывать и реализовывать проект. Ниже представлена авторская модель функционирования такой краудсорсинговой системы. Данная модель краудсорсинга имеет смешанный тип (включает внешний и внутренний краудсорсинг). На внешнем этапе происходит сбор и

обработка информации. Он доступен любому пользователю. Он включает три блока, каждый из которых имеет несколько этапов, формирующих этот блок, рисунок 1.

В блоке формирования идей и предложений происходит регистрация участников с указанием контактных данных, чтобы в дальнейшем с ними могли связаться эксперты для реализации проекта. Далее пользователю предлагают выбрать сферу применения проекта с целью удобного формирования экспертных групп по каждому направлению. Например, в сфере «эффективность государства» заинтересованными лицами будут представители государственной власти, депутаты федерального и регионального уровня, люди, занимающиеся политикой. Они и будут составлять экспертную группу.

В блоке обработки информации осуществляется фильтр потока идей, выходящих за грань здравого смысла. На первом этапе это осуществляется с помощью различных программ, инструментов защиты от спама, а после проходит проверку общественным мнением, путем обсуждения и конструктивного диалога. Участник, предложивший качественный проект, увеличивает свой рейтинг.

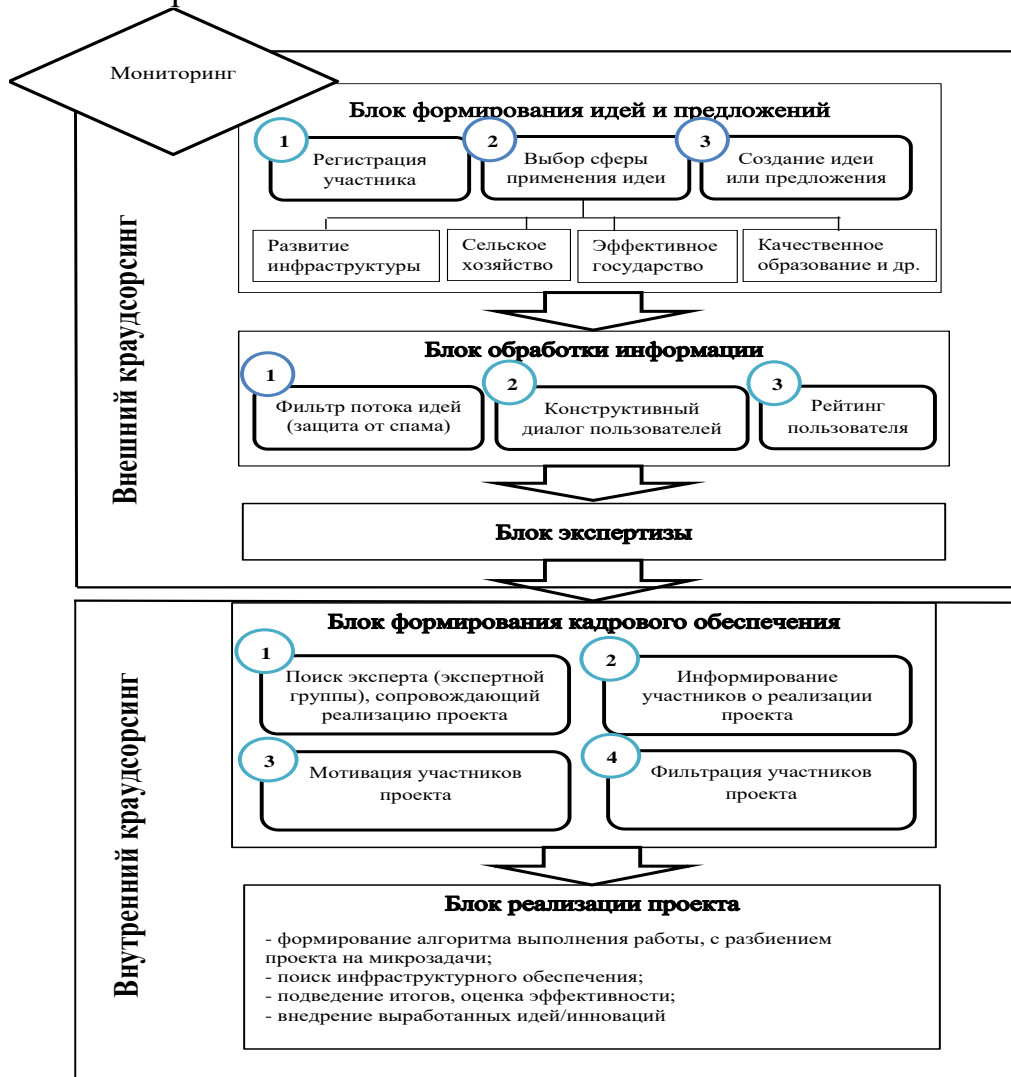


Рисунок 1 – Авторская модель формирования виртуальной проектной команды на основе краудсорсинговой площадки

В блоке экспертизы происходит выбор лучших проектов, путем голосования. Внешний краудсорсинг предполагает ежедневный мониторинг поступающих предложений.

Далее краудсорсинговая платформа становится внутренней и доступна только для организации или сообщества экспертов. Здесь начинает формироваться виртуальная проектная команда (блок формирования кадрового обеспечения). Осуществляется анализ и выбор представленных проектов, после чего эксперт или экспертная группа начинает формировать команду. Формирование обуславливается поиском создателя идеи проекта с помощью обратной связи и набор заинтересованных в осуществлении проекта лиц путем опроса. Организационная структура выглядит следующим образом, рисунок 2.

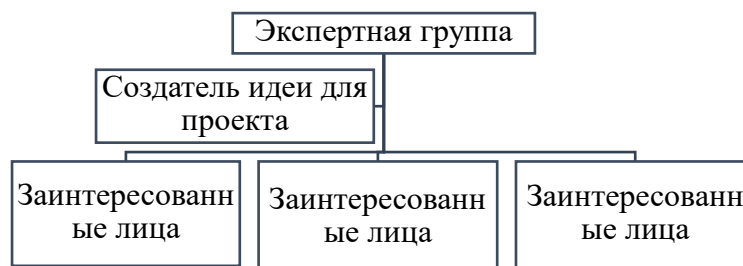


Рисунок 2 – Организационная структура виртуальной команды проекта

Руководителем проекта является эксперт (экспертная группа), пользователь, предложивший идею, активно сотрудничает с группой и является вторым руководителем проекта. На основе опроса формируются группы заинтересованных лиц, выполняющие определенные микрозадачи. Для фильтрации участников будут задействованы следующие инструменты:

- визуализация активности пользователя;
- выделение наиболее эффективных генераторов идей;
- расчеты репутационного уровня и взвешивание голосов пользователей на основе их прошлых заслуг.

Виртуальная проектная команда будет также формироваться на основе принципа кластеризации участников: генераторов, соавторов, экспертов, соединителей и мотиваторов.

Необходимой частью проектной команды является мотивация ее участников. В рамках системы краудсорсинга можно предложить автору идеи, в случае успешной реализации проекта, денежное вознаграждение или статус лучшего пользователя платформы, дающий преимущества при ее использовании. В качестве мотивационного фактора данного механизма может быть социальный лифт для талантливых и креативных людей, участие в управлении проектами различного уровня. Можно в рамках мотивирования предложить создание благодарственного письма для участников, которое будет учитываться работодателем при поиске работы. В рамках виртуальной команды деятельность будет строиться на основе управления долгосрочным доверием. В качестве наказания участников за невыполнение своих обязанностей будет выступать снижение рейтинга пользователя и негативные отзывы.

Блок реализации проекта является заключительным. Здесь формируются алгоритмы выполнения работы, внедрение новых технологий для развития государства. Осуществляется поиск финансовых, технических и других ресурсов. В процессе реализации алгоритма необходимо обеспечить постоянную итерационную связь между блоками, оценку эффективности проекта. В виртуальных проектных командах в отличие от обычных команд остро встает проблема эффективного способа обмена информацией. Данная платформа имеет все инструменты для решения данной проблемы. Возможность проведения конференций в режиме онлайн, программа позволяющая участникам получать самую свежую информацию о ходе реализации проекта. Для регулирования деятельности каждого участника предоставляются программы-графики, где будет фиксировано расписание каждого рабочего. Наличие фасилитатора на платформе обеспечит успешную групповую коммуникацию.

Для успешного функционирования краудсорсинговой платформы необходимо наличие регулирующего фактора. Показатели эффективности платформы будут зависеть от количества реализованных проектов, сэкономленных компаниями средств в результате работы виртуальной команды, снижение количества времени, потраченного для сбора данных и реализации проекта, объем привлеченных ресурсов. Данная информация будет доступна пользователям, которые в дальнейшем будут принимать решение о сотрудничестве с данной краудсорсинговой компанией.

Управление в данной модели будет строиться следующим образом, рисунок 3:

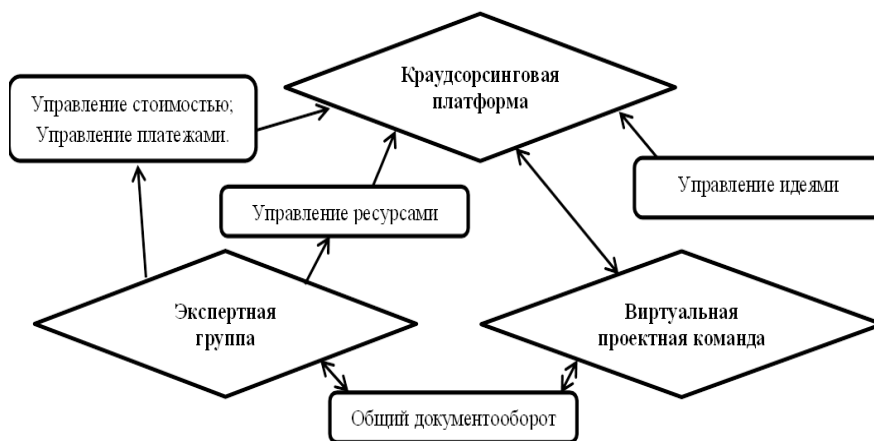


Рисунок 3 – Структура управления

Блок экспертной группы занимается базовыми процессами управления (управление сроками, управление задачами, коммуникации и документы и другое). Блок краудсорсинговой платформы занимается управлением портфелем проектов, а в блок виртуальной проектной команды входит оперативное управление (планирование и контроль операционной деятельности, совещания и поручения и другое).

Таким образом, использование данной модели краудсорсинга обеспечит:

- позитивный имидж компании за счет улучшения взаимодействия с потребителями;
- позитивный управленческий имидж за счет внедрения современных управленческих технологий;
- формирование групп профессиональных и общественных экспертов;
- оптимизация сроков поиска новых решений и подготовки документов, имеющих принципиальное общественное и профессиональное значение;
- вовлечения огромных масс людей в участие в общественной жизни;
- решение проблем связанных с управлением виртуальной командой;
- рост числа виртуальных проектных команд;
- формирование банка идей и проектов;
- развитие всех сфер жизни населения;
- повышение эффективности бюджетных расходов посредством замены дорогостоящих профессионалов на коллективный разум.

Данная модель, построенная на основе механизма краудсорсинга, может внести весомый вклад в область управленческих знаний и качественно организовать работу и управление в виртуальной команде.

Таким образом, краудсорсинг позволит обеспечить эффективным функционированием виртуальную проектную команду, сопровождая на всех этапах ее развития. Команда в свою очередь станет существенной силой по реализации глобальных проектов. Реализация данной модели позволит эффективно использовать человеческие ресурсы, грамотно построить управление в виртуальном пространстве между звеньями системы и ее участниками, а также увеличит инновационный потенциал страны.

Литература

1. Бабаева А.А. Инновационный потенциал в условиях кризиса // Экономика и бизнес: теория и практика. 2017. № 4-1. С. 24-27.
2. Бабаева А.А., Григорьева Е.В. Инновации и инновационный процесс // Состояние и перспективы развития инновационных технологий в России и за рубежом: материалы II Международной научно-практической конференции. Чебоксары, 2017. С. 43-58.
3. Воробьева М.А. Проблемы применения инновационного менеджмента на предприятиях Краснодарского края // В книге: Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства материалы II международной научно-практической конференции. 2016. С. 133-134.
4. Ткаченко В.В., Воробьева М.А. Прикладные аспекты внедрения web-технологий в продвижении товаров и услуг // В сборнике: Проблемы достижения экономической устойчивости и социальной сбалансированности: императивы, правовые и хозяйственные механизмы Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2015. С. 149-153.
5. Вагнер А. Краудсорсинг – новое слово в менеджменте. 2015.

6. Портал крауд-сервисов «Crowdsourcing.ru» [Электронный ресурс] - <http://crowdsourcing.ru/crowdmap>

7. Краудсорсинг: основные площадки в России и их аналоги на Западе [Электронный ресурс] - <http://www.towave.ru/pub/kraudsorsing-osnovnye-ploshchadki-v-rossii-i-ikh-analogi-na-zapade.html>

УДК 334

Хапсирокова Б.Н.

студент 3 курса

Финансовый университет при правительстве РФ (КФ)

г. Краснодар, Россия

e-mail: bellakhaps@gmail.com

Научный руководитель:

Рубин А.Г.,

к. э. н., доцент

Финансовый университет при правительстве РФ (КФ)

г. Краснодар, Россия

e-mail: AGRubin@fa.ru

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА КОМПАНИИ: ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

Аннотация. В статье проводится анализ различных типов организационных структур. На конкретных примерах рассматриваются их преимущества и недостатки. Дается прогноз о перспективах развития организационных структур управления.

Ключевые слова: организационная структура, изменения, сетевые компании.

Bella Khapsirokova

Student of 3 course

Financial University under the Government of the Russian Federation (KF)

Krasnodar, Russia

e-mail: bellakhaps@gmail.com

Scientific Adviser:

Rubin A.G.,

Doctor of Science (Economics), Docent

Financial University under the Government of the Russian Federation (KF)

Krasnodar, Russia

e-mail: AGRubin@fa.ru

ORGANIZATIONAL STRUCTURE OF THE COMPANY: FUTURE OUTLOOK

Abstract: The article reviews different types of organizational structure. Advantages and disadvantages of each structure are considered on specific examples. The paper gives a prediction about organizational structures development in the nearest future.

Keywords: organizational structure, changes, network companies.

Движение – это жизнь. Аристотель

Миллионы лет назад, в результате мощного взрыва, образовалось огромное раскаленное небесное тело. С этого момента и по нынешний день это тело, которое мы теперь зовём Земля – непрерывно развивается. Движение происходит повсюду – от далёких галактик до электронов, вращающихся вокруг ядра – ничто не стоит на месте.

Как и все в этом мире, организация постоянно развивается. Основой ее развития и гарантией ее адаптации к изменениям во внешней среде, а, следовательно, – ее выживания, наравне с другими внутренними элементами, является ее организационная структура.

Организационная структура – это определенная взаимосвязь целей, функций, полномочий, ответственности, создающая условия, позволяющие предприятию осуществлять свою деятельность и решать стоящие перед ней задачи. На ее развитие и изменение воздействуют особенности стратегии, внутренней сложности предприятия, а также изменения внешней среды [1].

Организационная структура определяется составом, соподчиненностью, взаимодействием и распределением работ между подразделениями и органами управления организации, среди которых определяются некоторые отношения, касающиеся реализации властных полномочий, формирования команд и движения информационных потоков.

Само появление организационных структур – это результат неизбежного развития цивилизации. В соответствии с теорией Чарльза Дарвина, человечество прошло долгий путь развития от животного к человеку разумному. В борьбе за выживание первые люди сталкивались с множеством опасностей, противостоять которым в одиночку было просто невозможно. Перманентная угроза жизни объединила людей в племена, где самый сильный и надежный выбирался вождем племени. Вождь, бесспорно, являлся первым руководителем племени, но не единственным. Вторым важным звеном в руководстве племени являлся жрец. Так, в каждом племени сосуществовали два руководителя. Первый отвечал за физическое состояние (главная цель вождя это выживание и развитие племени) и процветание племени, а второй – за духовное состояние (его задача – поддерживать в соплеменниках некую веру, тем самым помогая вождю эффективно управлять племенем). Именно так зародились первые простейшие структуры управления.

Помимо этого, в племенах существовали специальные воинские подразделения, обязанностью которых являлась защита людей от вражеских нападений. В этих подразделениях также соблюдалась особая иерархия.

Считается, что воинское подчинение – это прообраз современной линейной организационной структуры, в которой четко выстроены все процессы управления.

Современная организационная структура управления кардинально изменилась, однако она все еще представляет собой форму системного управления, определяющую состав, взаимодействие и подчиненность ее отдельных элементов.

На сегодняшний день исследователи различают две группы организационных структур:

– механистические, или бюрократические организационные структуры, которые наиболее приемлемы для организаций, функционирующих в условиях стабильности и отсутствия существенных изменений. Они получили широкое распространение и представлены линейной, функциональной, линейно-функциональной и дивизиональными организационными структурами;

– органические – гибкие адаптивные структуры, которые наиболее эффективны при осуществлении управления в условиях изменений и инноваций, а также высокой неопределенности внешней среды. К ним относятся матричные, проектные, программно-целевые и модульные структуры [2].

Сравнительная характеристика организаций бюрократического и адаптивного типа по основным параметрам представлена в таблице.

Таблица 1 – Сравнение типов организационных структур предприятия.

Бюрократическая	Адаптивная
Высокая степень специализации	Незначительная специализация
Жесткая департаментализация	Команды с перекрестной иерархией
Высокая степень формализации	Низкая степень формализации
Соблюдение принципа единоначалия	Свободный поток информации
Централизация	Децентрализация
Небольшая норма управляемости	Большая норма управляемости

Влияние организационной структуры на эффективность деятельности организации огромно, поэтому при неудачном построении организационной структуры организация может стать менее результативной и производительной [3].

К сожалению, не существует идеальной организационной структуры, которая была бы всегда эффективна и подходила бы каждой организации. Рассмотрим несколько широко известных компаний и их организационные структуры.

Примером компании, использующей бюрократический тип организационной структуры, может стать «Adidas Group». Организационная

структура управления этой компании – линейно-функциональная, поскольку организация разделена на отдельные звенья, перед которыми стоит четко определенная, конкретная задача, связанная с реализацией ими линейных или функциональных полномочий.

В рамках такой структуры наблюдается высокая централизация управления компанией и, как следствие, низкий уровень делегирования полномочий, в частности, от головной компании ее официальному представительству в Санкт-Петербурге. При этом соблюдается жесткая управленческая иерархия, происходит согласование всех решений с московским и германским офисами, будь то решение, связанное с изменением стратегии, привлечением дополнительного финансирования, открытием магазина или ценообразованием. Это значительно снижает эффективность работы официального представительства, замедляет бизнес-процессы, усложняет процесс его финансирования [4].

Возникает потенциальная угроза, когда компании-конкуренты, не имеющие таких представительств, несут более низкие затраты, а значит, получают конкурентное преимущество, связанное с организационной структурой.

Christian Dior – широко известный французский дом моды, созданный еще в 1946 году, также имеет ряд проблем, связанных с выбранной ими организационной структурой. Компания построена по дивизиональному признаку, она разделена на отдельные элементы, каждый из которых представляет одно из направлений бизнеса.

Из-за такой структуры оказывается сложным привести имидж компании к целостному образу. Руководители подразделений Dior, занимающихся выпуском парфюмерии и косметики, часто не согласовывают свою деятельность друг с другом, из-за чего у дома появляются как бы несколько не связанных друг с другом имиджей.

Наличие большого количества проблем в компаниях с традиционной организационной структурой вызвало к жизни новый тип структур – сетевые организации. В них иерархическая структура заменяется партнерством с развитыми взаимоотношениями между компаниями.

Сетевая структура предполагает деагрегирование организацией своих функций, таких как производство, сбыт, финансы, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы между независимыми компаниями, связанными между собой контрактами. В качестве посредника создается небольшая головная организация, которая контролирует и направляет деятельность всей компании.

На рисунке представлена организационная структура гипотетической сетевой организации.

Сетевая организационная структура широко используется на данный момент благодаря тому, что в условиях жесткой рыночной конкуренции она является надежным средством выживания, особенно для предприятий малого бизнеса.

Сетевые организации объединяют в себе два противоположных принципа – конкуренцию и кооперацию, т. е. между состоящими в сети предприятиями может возникать конкуренция, взаимодействие по привлечению новых партнеров, а также организация и координация совместной работы.

Основные достоинства сетевой организации заключаются в высокой конкурентоспособности на мировом рынке (за счет общего использования опыта компаний-партнеров) и в гибком использовании рабочей силы. К достоинствам такой организационной структуры можно также отнести высокую адаптивность к рыночным изменениям и уменьшение уровней иерархии до трех, а иногда двух.

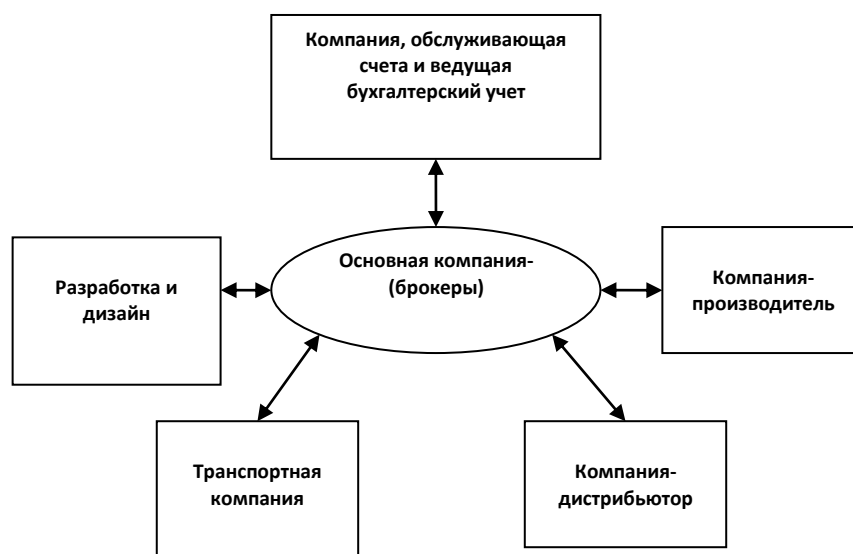


Рисунок 1 – Схема сетевой организации

Недостатки же выражены в отсутствии непосредственного контроля над деятельностью компании, в возможности утраты любого из участников группы, а также в низкой лояльности сотрудников.

Ярким примером сетевой организации может стать компания Visa, осуществляющая ежегодно операции на сумму более 4 триллионов долл. в год. Visa является не столько коммерческой организацией, сколько членской, объединяющей более 20 тысяч банков и других финансовых компаний. Каждая организация-партнер Visa владеет только той частью, которую создала сама. Фактически, Visa не имеет в собственности все свои компании, скорее наоборот, партнеры владеют ею.

Примером отечественной сетевой компании может стать Сбербанк с разветвленной сетью филиалов. Несмотря на огромные доходы, получаемые с сетевого бизнеса, в России существует не так много организаций с сетевой организационной структурой. Однако, наблюдается значительная динамика. С каждым годом появляются новые сетевые компании в России, которые развиваются намного быстрее, чем компании, осуществляющие традиционные продажи [5].

В заключение нужно сказать, что организационное развитие – бесконечный процесс, который следует за развитием научно-технического прогресса. Поэтому существенные изменения в ближайшем будущем не могут не затронуть и сферу управленческой деятельности.

Реалии развития мировой экономики говорят о том, что в перспективе компании будут представлять из себя лишь торговые марки, крышу, объединяющую в виртуальные коллективы тысячи внештатных специалистов, которые не будут привязаны к конкретному географическому месту, свободно перемещаясь по миру и также свободно меняя свое положение в рамках глобальной телекоммуникационной сети [6]. Поэтому компаниям, которые сейчас успешно функционируют на основе традиционных организационных структур, необходимо быть готовыми перейти к сетевым и виртуальным формам организации.

Последствия возникновения сетевых компаний, не имеющих границ, приведут к глобальным изменениям в мировой экономической системе, повлекут за собой серьезное реформирование связанной с этим законодательной и нормативной базы, затронет все регионы мира и все слои общества.

Литература

1. Типы организационных структур [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/2905923/page:3>.

2. Рубин А.Г. Формирование организационной структуры управления предприятием в условиях конкурентного развития и глобализации рынков // Теория и практика общественного развития [Электронный ресурс]. – Краснодар: 2011, № 3. Номер государственной регистрации в ФГУП НТЦ «Информрегистр» 0421100093 /0247. Режим доступа: http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2011/3/ekonomika/rubin.pdf.

3. Воробьева М.А., Рубин А.Г. Инновационный подход в организационном проектировании: теория и практика // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. – 2018. – № 1 (часть 3). – С. 278–280.

4. Слабые стороны «Adidas group», SWOT-анализ компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vuzlit.ru/1856815/slabye_storony.

5. Примеры сетевых организаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://helpiks.org/8-58507.html>.

6. Сетевые компании России – отличное начало для старта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fb.ru/article/68382/setevyie-kompanii-rossii---otlichnoe-nachalo-dlya-star>.

*Черкас Н. А.,
Студент 3 курса
ФГБОУ ВО "КубГУ"
г. Краснодар, Россия
e-mail: niko.nickita@yandex.ru*

*Научный руководитель:
Лымарева О. А.,
доцент, к.э.н.
ФГБОУ ВО "КубГУ"
г. Краснодар, Россия
e-mail: olga.lymarewa@yandex.ru*

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В СТАРТАПАХ, ПОДДЕРЖИВАЕМЫХ ВЕНЧУРНЫМИ ФОНДАМИ

Аннотация: в статье содержатся результаты проведенного анализа особенностей управления персоналом в стартапах (инновационных компаниях), зависящих от финансирования венчурными фондами. Выявляется зависимость найма, развития и прочих инструментов найма от конкретной фазы жизненного цикла стартапа и от инвесторов. Даются рекомендации по улучшению кадровой политики в подобных компаниях.

Ключевые слова: венчурные фонды, стартапы, человеческие ресурсы, жизненный цикл, персонал, мотивация.

*Cherkas N. A.,
Student 3 courses
Kuban State University
Krasnodar, Russia
e-mail: niko.nickita@yandex.ru*

*Scientific Adviser:
Lymareva O. A.,
Candidate of Economic Sciences, Docent
Kuban State University
Krasnodar, Russia
e-mail: olga.lymarewa@yandex.ru*

FEATURES OF HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN START-UPS SUPPORTED BY VENTURE FUNDS

Annotation: the article contains the results of an analysis of the features of personnel management in start-ups (innovative companies) that depend on funding by venture funds. The dependence of hiring, development and other hiring tools on a particular phase of the startup life cycle and on investors is revealed. Makes recommendations to improve personnel policies in these companies.

Key words: venture funds, start-ups, human resources, life cycle, personnel, motivation.

Кадровый состав в инновационных компаниях ранних фаз развития (стартапов) является одним из личных ресурсов в компании, которым располагает основатель. У сотрудников имеются исключительные профессиональные навыки и знания, которые и стали основой зарождения подобной компании, создания ноу-хау, патентов и пр. Соединяясь в команду, собственники преодолевают барьер выхода на рынок своей услуги или товара с помощью сторонних инвесторов (бизнес-ангелов или венчурных фондов). Такие инвесторы вкладывают денежные средства взамен доли в компании от 25% и выше. Как правило, инвесторы берут мажоритарный пакет акций в размере минимум 50%+1 акция. Поэтому таким инвесторам необходима уверенность в надежности сотрудников и их готовности работать на компанию [2].



Рисунок 1 – Найм и инвестиции [3]

Уже пройдя первую стадию зарождения, на следующем этапе успешный стартап находит себе бизнес-ангела, а затем даже привлекает финансирование венчурного фонда. Все это наглядно представлено на рисунке 1 [3].

Ожидания и предпочтения инвесторов играют важную роль в кадровой политике. Особенности отбора в инновационные компании с участием венчурных фондов показана на втором рисунке [3].

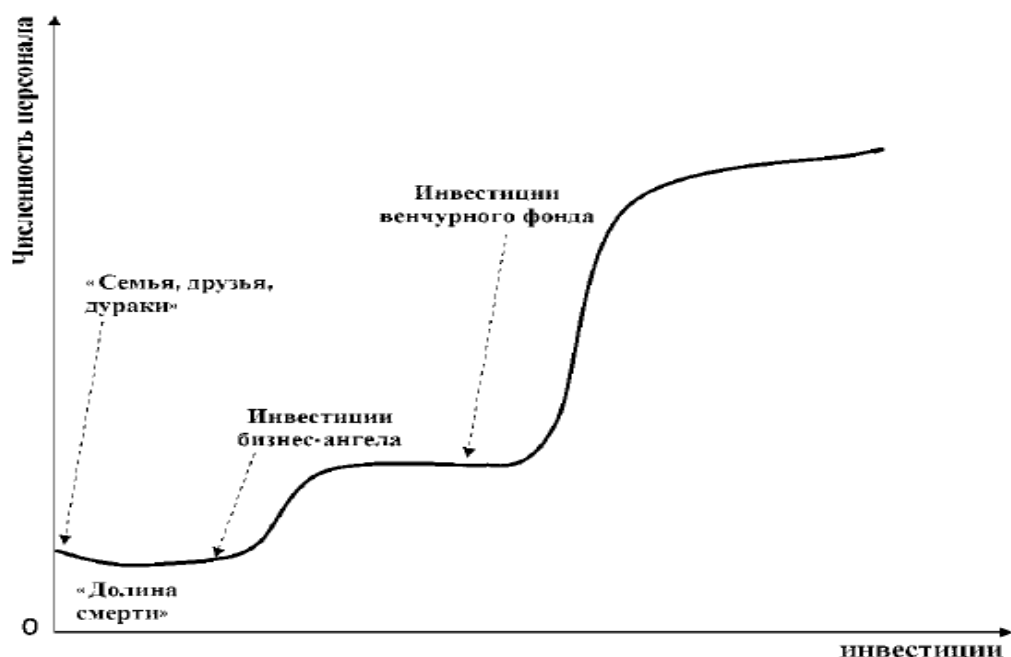


Рисунок 2 – Комплексный перечень элементов системы поиска, отбора и найма персонала [3]

Подобно влиянию при отборе персонала, происходит влияние инвесторов компании и на процессы развития, стимулирования, мотивации и увольнения персонала. Невозможно произвести важные кадровые решения без согласия инвесторов. Зачастую, возникают конфликты между основателями компании и инвесторами по причине разногласия во мнениях [1]. Важно учитывать, что, зачастую, молодые и неопытные основатели стартапов не могут успешно вести продолжительную кадровую политику основываясь на своих собственных убеждениях. Важно приходить к согласию между всеми собственниками компании и учитывать колоссальный опыт венчурных фондов в управлении инновационными компаниями, т.к. никто из собственников не заинтересован в потере выручки и прибыли компании.

В связи с этим мы приводим свои рекомендации по разрешению подобных конфликтов:

1. Установление баланса между требованиями и желаниями венчурных инвесторов и создателей стартапа;
2. Ориентир на квалифицированные кадры, а не знакомых;
3. Применение особых методов управления креативным персоналом;
4. В случае необходимости привлечения персонала – использование малозатратных методов найма;
5. Использование прозрачных методов управления человеческими ресурсами: от найма персонала до увольнения, т.к. крайне рискованно вести непрозрачную политику по отношению к своим сотрудникам;

6. Заранее согласовать и установить все формальные особенности кадровой политики с остальными собственниками, в т.ч. с венчурными инвесторами и бизнес-ангелами;

7. Использовать систему регулярного обучения через тренинги основателей компании управлению человеческими ресурсами.

Также отметим важность грамотного использования стимулов в организации, представленных на рисунке 3.



Рисунок 3 – Классификация стимулов (составлено автором)

Таким образом, очевидна фундаментальная роль управления человеческими ресурсами в инновационных компаниях на ранних стадиях их развития. Грамотная кадровая политика позволяет компании избежать «текучки» кадров, нежелательной потери ноу-хау и т.д. [2].

Литература

1. Беляев, Ю.М. Инновационный менеджмент: Учебник для бакалавров. — Москва : Дашков и К, 2016. — 220 с.
2. Ларионов, Г.В. Инновационное формирование тенденций управления человеческими ресурсами: монография — Москва : Дашков и К, 2014. — 160 с.
3. И. А. Коршунов, О. С. Гапонова. Этапы развития организационной структуры молодых инновационных компаний// Инновации, № 1, 2013.

Раздел 5

БИЗНЕС И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

УДК 004

*Анисимова М.Р.,
студент 3 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: mariaanisimova21@mail.ru*

*Научный руководитель:
Кирий В.А.,
ст. преподаватель, к. ф.-м. н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: vladimir@kiry.ru*

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СИСТЕМЫ УЧЕТА ЛИЧНЫХ ПОКУПОК В ГИПЕРМАРКЕТАХ

Аннотация. В статье описаны основные бизнес-процессы, а также формирование прототипов пользовательского интерфейса системы учета личных покупок в гипермаркетах. В работе представлен обзор и анализ рынка мобильных приложений категории «личные финансы», на основе которых разработаны предложения по составу оптимального функционала мобильного приложения.

Ключевые слова: финансы, учет расходов и доходов, учет личных покупок, анализ, чеки, система, мобильное приложение, QR-код, гипермаркет.

*Anisimova M. R.,
Student of 3 course
Financial University under the Government of the Russian Federation (KF)
Krasnodar, Russia
e-mail: mariaanisimova21@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Kiry V. A.,
Candidate of Physico-Mathematical Sciences
Financial University under the Government of the Russian Federation (KF)
Krasnodar, Russia
e-mail: vladimir@kiry.ru*

THE FUNCTIONALITY OF THE SYSTEM OF ACCOUNTING FOR PERSONAL PURCHASES IN HYPERMARKETS

Annotation: The article describes the main business processes, as well as the formation of prototypes of the user interface of the accounting system of personal purchases in hypermarkets. The paper presents an overview and analysis of the

mobile application market category "personal Finance", on the basis of which developed proposals for the composition of the optimal functionality of the mobile application.

Keywords: finance, expense and income accounting, accounting for personal purchases, analysis, checks, system, mobile application, QR-code, hypermarket.

Физические лица, приобретающие товары или услуги для личного потребления, сталкиваются с проблемой ведения финансового учета. Поддержание высокого уровня финансовой дисциплины направлено на обеспечение стабильного материального положения.

Система учета личных покупок нацелена на отслеживание расходов пользователей в сфере торговли, так как продовольственные и непродовольственные товары гипермаркетов являются базовой потребностью человека. В июле 2016 года был принят 290 Федеральный закон об онлайн-кассах с внесёнными изменениями в положения, которые касаются обязательной передачи электронных копий чеков в Федеральную налоговую службу России [1]. При осуществлении расчета покупатель может получить чек в распечатанном виде, по электронной почте или на номер телефона. Как на бумажном, так и на электронном чеках онлайн-кассы фиксируется QR-код, содержащий информацию об объекте, к которому он привязан.

Исследования на 2017 год показывают, что более трети российских семей не ведут учет расходов и доходов. Только 4% оставшихся респондентов в качестве способа ведения бюджета выбирают мобильное приложение [5]. Таким образом, возникает потребность в учетной системе, которая будет проста в использовании, минимизирует число ручных операций, предоставит постоянный доступ к финансам, а также будет содержать наглядный аналитический модуль.

Гипермаркеты являются наиболее компьютеризованной средой для создания инновационных решений, которые может предложить рынок мобильных приложений. Опираясь на результаты исследований, были выявлены лучшие системы учета финансов на IOS и Android: «Debit & Credit – Учет финансов», Money Pro, «MoneyWiz Premium – Финансовый Помощник» и «Wallet – Финансы и Бюджет», «MoneyWiz 2 Финансовый Помощник», «Монитор финансов Учет расходов» соответственно. Приложения получили наивысшие баллы по следующим показателям: описание приложения, функциональность, производительность, удобство использования, надежность, безопасность и переносимость [6].

На основе анализа достоинств и недостатков необходимо определить функционал новой системы учета расходов для формирования у пользователя полной и достоверной информации о его финансовом положении.

Ни одна из систем не охватывает полный пакет функциональных возможностей для учета и анализа личных покупок. Таким образом, эффективный контроль финансовых ресурсов базируется на фиксировании движения расходов и доходов с их последующей систематизацией, анализе

статистической отчетности и планировании бюджета через постановку финансовых целей.

Для системы учета личных покупок разработан состав оптимального функционала мобильного приложения, представленный на рисунке 1 в виде лепестковой диаграммы.



Рисунок 1 – Оптимальный функциональный состав мобильного приложения

Ключевым атрибутом системы учета личных покупок является использование возможностей QR-кода: хранение и распознавание кассовых чеков, кодирование номера телефона и почты для сканирования в гипермаркетах, способ оплаты. Процесс ввода информации о расходах в систему отражен на рисунке 2 [3]. Распознавание чеков происходит как через камеру смартфона с помощью функции сканирования, так и через импорт данных из СМС.

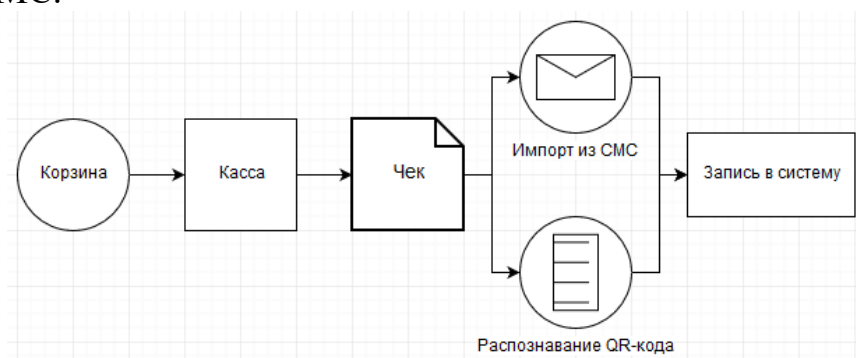


Рисунок 2 – Процесс ввода информации о расходах в систему

Основное меню приложения содержит следующие модули: «Профиль», «Расходы», «Отчеты», «Бюджет», «Транзакции» и «Бонусы». Интерфейс взаимодействия с пользователем – важная часть любой информационной, а особенно финансовой системы. [2]. Прототипы пользовательского интерфейса системы учета личных покупок в гипермаркетах изображены на рисунке 3 [4].

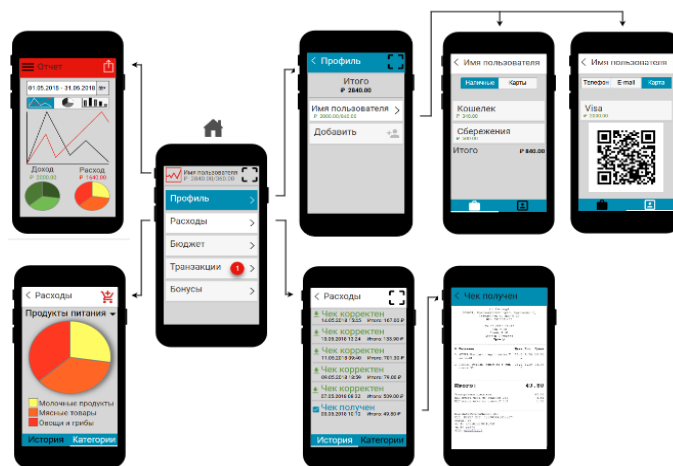


Рисунок 3 – Прототипы пользовательского интерфейса системы учета личных покупок в гипермаркетах

С помощью нажатия на иконку камеры в правом верхнем углу пользователь может отсканировать QR-код чека для распознавания и дальнейшего добавления его в систему. Под именем пользователя содержится соотношение общего баланса денежных средств и расчета ежедневного бюджета. Так как данные приложения синхронизируются через облачные хранилища, в модуле «Профиль» есть возможность создавать несколько аккаунтов для совместного использования. Личный кабинет пользователя содержит в себе два раздела: «Баланс» и «Визитная карточка». В «Балансе» отражены итоги по наличным и безналичным средствам в разрезе категорий «Кошелек» и «Сбережения». «Визитная карточка» включает кодированные номер телефона, почту и банковскую карту пользователя. **Конкурентным преимуществом мобильного приложения является включение в систему функции оплаты услуг через QR-код, процесс которой представлен на рисунке 4 [3].**

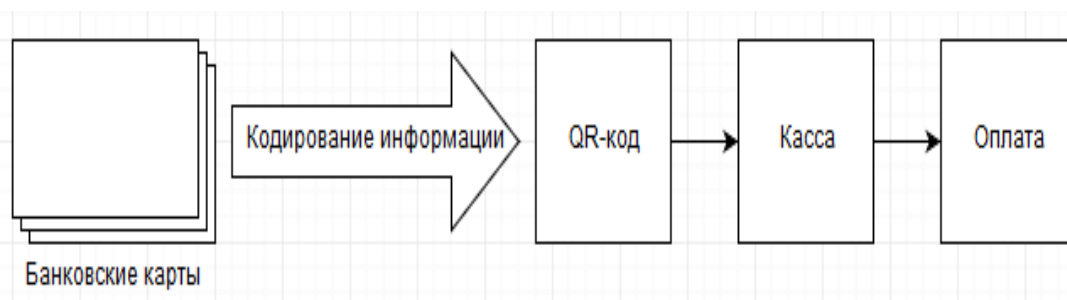


Рисунок 4 – Процесс оплаты услуг через QR-код

В модуле «Транзакции» отражено движение денежных средств пользователя, а также содержится раздел «Неподтверждённые транзакции», куда система отправляет импортируемые чеки. После пользователь подбирает категорию для товаров на основе подтвержденной операции.

Модуль «Расходы» содержит разделы «История» со всеми корректными электронными копиями чеков и «Категории» с отчетами в виде диаграмм по выбранным категориям с возможностью создавать подкатегории для анализа личных расходов. При нажатии на иконку корзины в правом верхнем углу, пользователь может увидеть свои траты по различным магазинам.

Модуль «Бюджет» включает в себя следующие функции: установление лимита по денежным средствам на заданный период, учет займов и долгов, постановку финансовых целей исходя из раздела «Сбережения», а также запланированные расходы с указанием категорий. В модуле «Отчеты» отражается соотношение расходов и доходов за указанный период времени в виде графиков, что является важной аналитической составляющей системы учета расходов личных покупок. Модуль «Бонусы» содержит различные поощрения за активное использование приложения, например, скидка с цены исходя из тех категорий, которые преобладают у пользователя.

На основании результатов проведенного исследования рынка мобильных приложений категории «личные финансы», был разработан оптимальный функциональный состав системы учета личных покупок в гипермаркетах, а также сформированы прототипы пользовательского интерфейса с описанием основных бизнес-процессов. Мобильное приложение позволяет отслеживать движение денежных средств, вести электронный семейный бюджет и хранить историю собственных чеков, однако, закон не обязывает раскрывать структуру покупок, что было бы полезно как для бизнеса, так и для покупателя.

Литература

1) Федеральный закон от 03.07.2016 N 290-ФЗ "О внесении изменений в Федеральный закон "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт" и отдельные законодательные акты Российской Федерации"

2) Кирий В.А. Информационно-коммуникационные модели взаимодействия потребителей услуг платежных систем // сборник материалов XVI Всероссийской научно-практической конференции: к 50-летию Краснодарского государственного института культуры. Краснодарский государственный институт культуры. 2016

3) Draw.io [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.draw.io>.

4) Online Mockup, Wireframe & UI Prototyping Tool | Moqups [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://app.moqups.com>.

5) Менее трети российских семей ведут учет своих расходов и доходов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017-06/2017-06-RusIndex-FinGram-web.pdf>.

6) Исследование Роскачества: какое мобильное приложение для учета финансов выбрать? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://roskachestvo.gov.ru/researches_international/mobile_app_money.

Бакаева К. В.,
студентка 4 курса
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: bakaeva.96@inbox.ru

Научный руководитель:
Кузьмина Э. В.,
доцент, к.п.н.
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: lin37@yandex.ru

РАЗРАБОТКА АРХИТЕКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ БАНКА «ПЕРВОМАЙСКИЙ» (ПАО))

Аннотация. Целью данной работы является исследование объекта (Банк) для выявления неавтоматизированной ниши. В ходе исследования были поставлены следующие задачи: описать организационную структуру Банка и смоделировать основные бизнес-процессы организации. В работе представлены итоги по достигнутым целям, сделаны выводы по поводу выявленных закономерностей.

Ключевые слова: архитектура предприятия, бизнес-модели, бизнес-процесс.

Bakaeva K. V.,
student, 4 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
(Krasnodar Branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: bakaeva.96@inbox.ru

Scientific Adviser:
Kuzmina E. V.,
associate Professor, Ph. D.
Financial University under the Government of the Russian Federation
(Krasnodar Branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: lin37@yandex.ru

DEVELOPMENT OF ENTERPRISE ARCHITECTURE (ON THE EXAMPLE OF BANK «PERVOMAISKY» (PJSC))

Abstract: The purpose of this article is to study the object (the Bank) to identify a non-automated niche. During the research, the following tasks were set: to describe the organizational structure of the Bank and to simulate the main business processes of the organization. The work presents the results of the achieved goals, made conclusions about the identified patterns.

Keywords: enterprise architecture, business model, model, facets, business process.

В настоящее время остаются актуальными методы и средства по разработке моделей бизнеса. Результатом проводимых исследований становится архитектура предприятия – это процесс сбора и распространения информации о том, как организация использует и должна использовать ИТ в своей деятельности. Включение в архитектуру предприятия представлений о бизнес-архитектуре обеспечивает связь с возможностями оптимизации бизнес-процессов.

Бизнес-модели описывают то, как реализуются основные функции организации, включая организационные и функциональные структуры, роли и ответственности, а также основные бизнес-процессы и зависимости между ними.

Рассмотрим конкретный бизнес-процесс (рис. 1) на примере Отдела подбора и развития персонала Банка «Первомайский» (ПАО). Цель отдела – подбор компетентных сотрудников, грамотный анализ человеческих ресурсов Банка.

Подбор осуществляется следующим образом:

1) Формирование заявки подразделением банка, в документе указывается требования к кандидату, условия работы и обязанности будущего сотрудника. Следует указать, что в организации функционируют различные способы коммуникаций – телефония, корпоративная почта MS Outlook и корпоративные ящики Mail.ru;

2) Заявка приходит в Отдел с помощью MS Outlook (в формате .doc или .docx);

3) Поиск соискателей происходит с помощью сервиса HeadHunter (hh.ru) У работников отдела есть личный кабинет на указанном поисковом портале, поэтому использование сервиса возможно в полной мере;

4) При отборе подходящего резюме кандидата, работник отдела связывается с ним по контактному номеру, освещая вакансию и выясняя заинтересованность соискателя в озвученной вакансии. По окончании разговора, на портале вносятся пометки (по усмотрению работника Отдела);

5) Назначение собеседования в офис происходит лишь после согласия кандидата с общей информацией, а также согласования времени и места проведения собеседования;

6) На физическом собеседовании, «тет-а-тет», происходит заполнение «Анкеты соискателя», а также выявлением работником Отдела необходимых качеств;

7) По окончании собеседования, заполненная анкета вместе с документами направляется «в бумажном варианте» на проверку Службой безопасности (СБ);

8) В указанном отделе отправляют запросы в соответствующие инстанции для проверки подлинности указанной информации в «Анкете соискателя» и других необходимых сведений;

9) После получения ответов на запросы Служба безопасности отправляет Отчёт, по результатам которого соискателю отказывают или назначают встречу с руководителем отдела, приславшего заявку;

10) После проведения собеседования с руководителем подразделения выносится решение о прекращении или продолжении поисков будущего сотрудника.

Следует отметить, что эффективность отдела напрямую зависит от сроков подбора того или иного сотрудника. На диаграмме 1 проиллюстрировано время работы отделов с Анкетами соискателей.

Отдел подбора и развития осуществлял подбор персонала на позицию в дистанционный Колл-центр Банка. Заявка на набор была сформирована Колл-центром Банка «Первомайский». В ней указывались сроки и объём подбора, 30 рабочих дней и 10 специалистов соответственно.

Для формирования заявки используется специальная надстройка, разработанная программистами Банка. Она автоматически отслеживает время подбора и посылает уведомление о штрафе на Отдел, отображая информацию на интерфейсе пользователя.

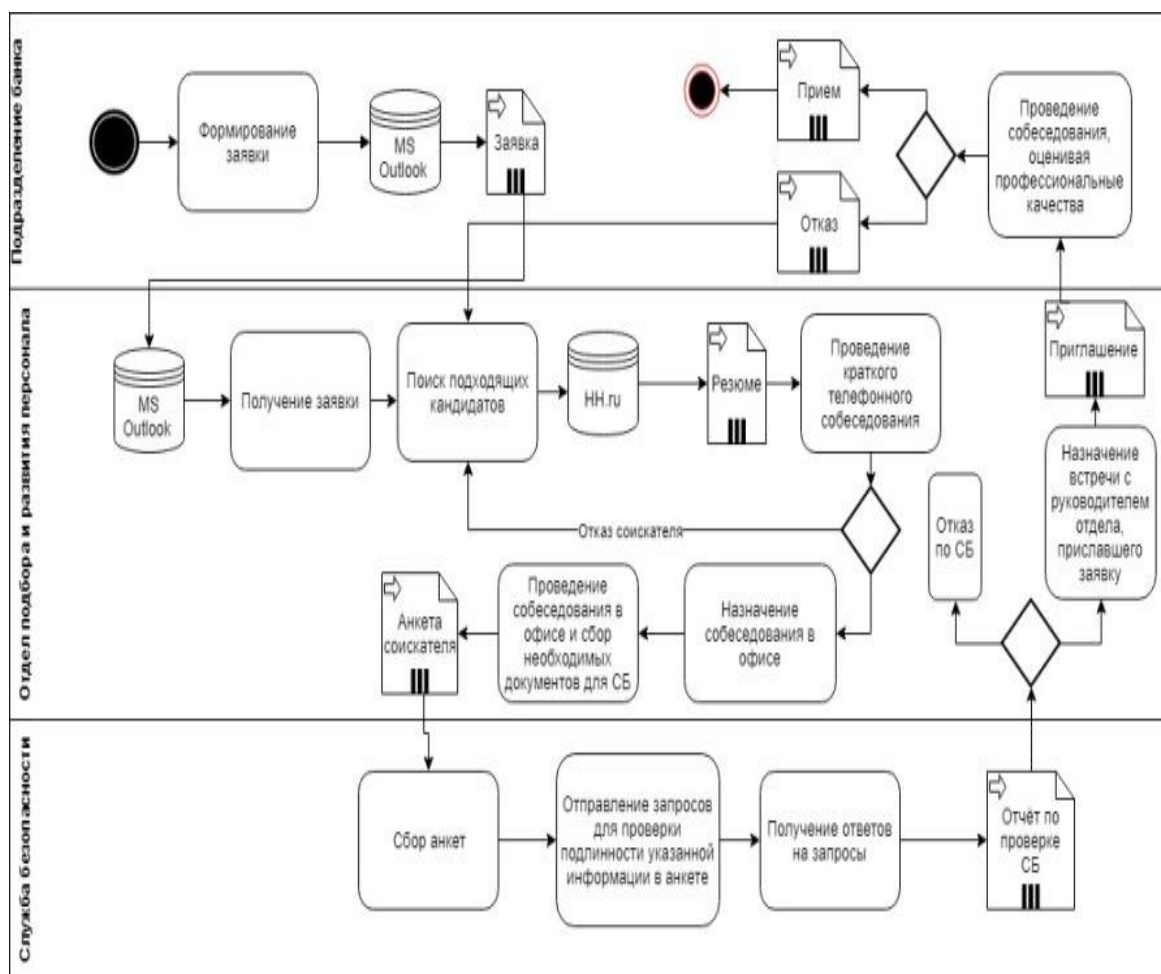


Рисунок 1 – Подбор персонала

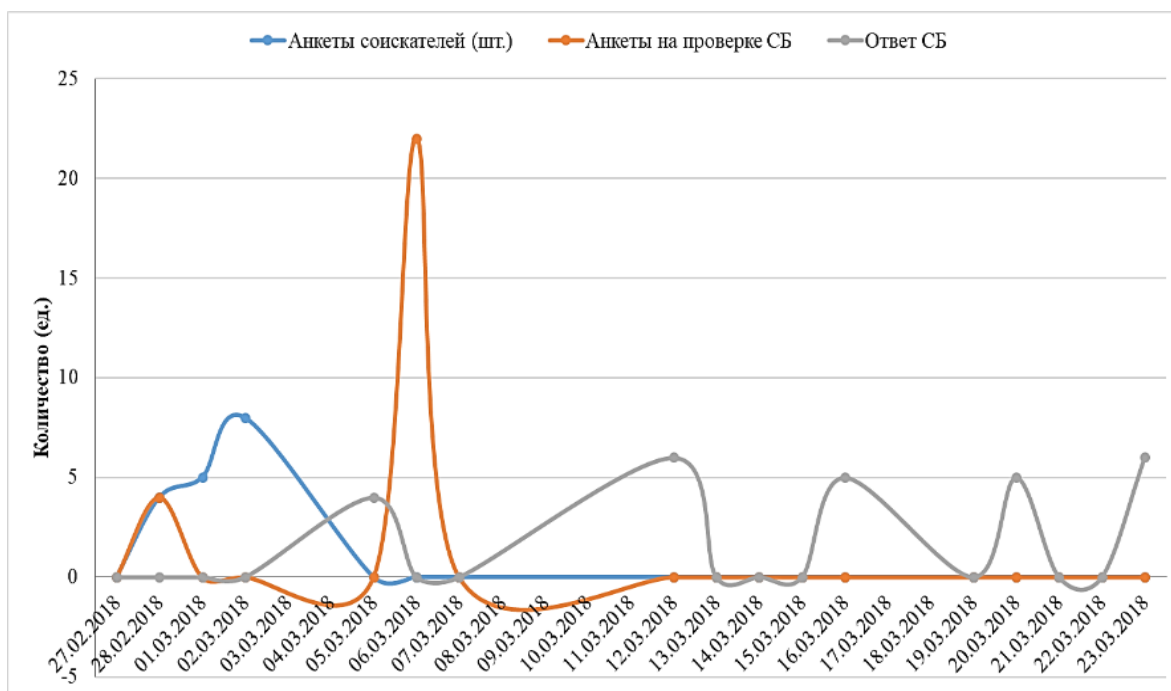


Диаграмма 1 – Соотношение времени работы с Анкетами соискателей

На диаграмме 2 проиллюстрировано ценовое соотношение хозяйственных расчётов между отделами. Количество Анкет соискателей зависит от количества откликов на сайте hh.ru, поэтому итоговая сумма внутренних расчётов по подбору персонала непостоянна. При этом штрафные санкции обладают ценовой вариацией в зависимости от уровня вакансии, востребованности и другое.

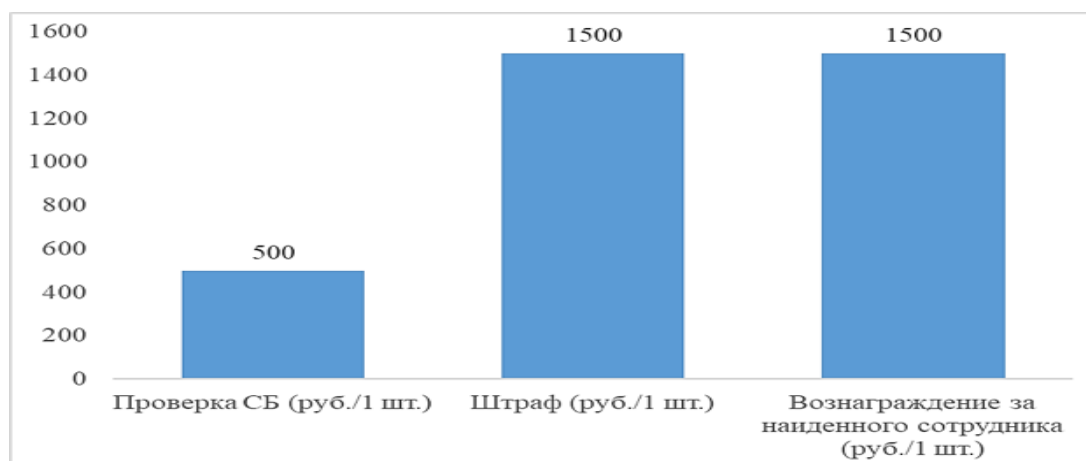


Диаграмма 2 – Соотношение ценовых категорий внутреннего хозяйственного расчёта Банка

В связи с этим актуальна слаженная работа Службы безопасности и Отдела подбора и развития. От времени проверки Анкеты соискателя зависит время приёма сотрудника, а, следовательно, качество работы Банка в целом. На данном этапе работа СБ с Отделом подбора и развития, в основном, обладает «бумажным» характером.

Необходимо отмечать время приёма Анкеты соискателя на проверку Службой безопасности в автоматическом режиме. Предлагается создавать версию анкеты в электронном виде и передавать её с помощью MS Outlook, который уже установлен и работает в Банке (рис. 2). Для этого предлагается в административном порядке закрепить положение о назначении «Задач» в указанном программном средстве.

Предложенное решение увеличивает эффективность Отдела подбора и развития персонала, т. к. отслеживание времени проверки анкет происходит в автоматическом режиме, в программном средстве, которое доступно каждому работнику Банка.

В следствии этого, уменьшается риск получения штрафа Отделом подбора и развития персонала.

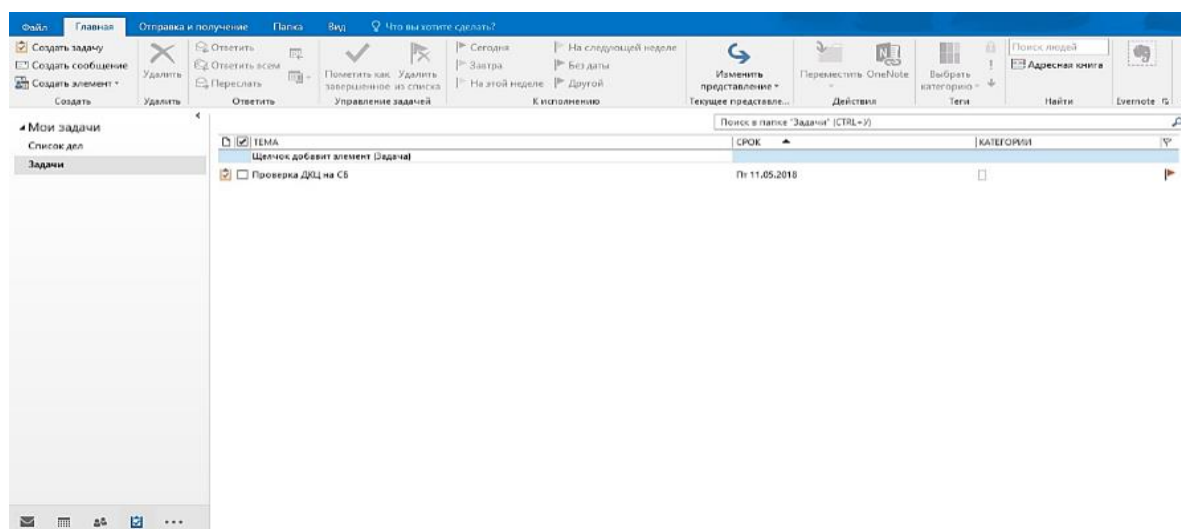


Рисунок 2 – Интерфейс пользователя вкладки «Задачи» MS Outlook

Литература

1. ИА «Банки.ру» [Электронный ресурс: <http://www.banki.ru> (Дата обращения: 10.04.18)].
2. «Управление и акционеры» [Электронный ресурс: <https://www.lmbank.ru/about/shareholders> (Дата обращения: 7.04.18)].
3. Кузьмина Э.В., Пьянкова Н.Г. Электронный документооборот как основа разработки стандарта корпоративной информационной среды // Семнадцатые Кайгородовские чтения. Культура, наука, образование в информационном пространстве региона Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Главный редактор С.С. Зенгин. 2017. С. 81-85.
4. Пьянкова Н.Г., Кузьмина Э.В., Ходаринова, Н.В., Духнай Е.Н. Системы электронного документооборота: Учебное пособие / Краснодар, 2017.
5. Кузьмина Э.В. Подходы к определению архитектуры информационной системы // Инновационные процессы в развитии современного общества материалы II Международной заочной научно-практической конференции. Ответственный редактор Б.Ф. Кевбрин; Саранский кооперативный институт РУК. 2014. С. 361-364.

*Николишина В. В.,
студенка 3 курса
Краснодарский филиал Финансового Университета
при Правительстве РФ
г. Краснодар, Россия
e-mail: nikolishina-98@mail.ru*

*Научный руководитель:
Васильева Л.Ф.,
к.э.н., доцент
Краснодарский филиал Финансового Университета
При Правительстве РФ
г. Краснодар, Россия
e-mail: lorinav@bk.ru*

РЕЙТИНГ КРИПТОВАЛЮТНЫХ ФОНДОВ: АНАЛИЗ НАИБОЛЕЕ ВЫГОДНОГО

Аннотация: в статье рассматриваются криптовалютные фонды – как предпринимательская деятельность, которой может заниматься каждый человек. Изучаются методы заработка, которые они предлагают, и оценивается доходность каждого. Цель данной работы – показать новые способы заработка в новом направлении экономики.

Ключевые слова: криптовалюта, криптовалютные фонды, криптовалютный рынок, блокчейн, рейтинг фондов.

*Nikolishina V.V.,
3rd year student
Krasnodar Branch of the Financial University
Under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: nikolishina-98@mail.ru*

*Scientific adviser:
Vasilyeva L.F.,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Krasnodar Branch of the Financial University
Under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: lorinav@bk.ru*

A RATING OF THE CRYPTOCURRENCY FUNDS: AN ANALYSIS OF THE BEST

Abstract: the article deals with cryptocurrency funds – as an entrepreneurial activity that can be engaged in by everyone. The methods of earning that they offer are studied and the profitability of each is evaluated. The purpose of this work is to show new ways of earning in a new direction of the economy.

Keywords: cryptocurrency, cryptocurrency funds, cryptocurrency market, blockchain, rating of funds.

Криптовалютный рынок зародился в 2009 году. Каждая криптовалюта основана на блокчейне. Блокчейн – цепочка информационных блоков, которые соединяются между собой определенным алгоритмом. Его значение получают путем вычисления хэш-функции.

Первой криптовалютой на рынке стал биткоин. Он считается фундаментом всех остальных валют, от его цены зависит стоимость других. Характеристика биткоина подходит и к другим валютам, однако, не во всём. В двух вещах они все схожи – это цифровые активы и их стоимость – это интересы инвесторов. Главными особенностями криптовалют считают децентрализованность и анонимность [5]. В криптоиндустрии существует четыре направления развития:

1. Майнинг – создание криптовалюты или «фермы монет» на компьютере. Нередко создаются целые сообщества (pull) для создания большой фермы. Достаточно затратная деятельность и не всегда окупаемая.

2. Трейдерство – торговля на бирже. Самое выгодное и самое рискованное направление деятельности.

3. ICO – другими словами start-up для предпринимательства. Начинающие организации на основе ICO объявляют о выпуске системы, дающая определенные преимущества, т.е. фирма продаёт свои токены, которые внутри этой системы будут платёжной единицей. Вкладываться в данные проекты – большой риск, поскольку около 90% всех ICO это обман (или scam).

4. Фонды – предприятия, занимающиеся всеми тремя видами деятельности. В данном направлении при расхождении интересов/мнений участников может произойти разделение сообщества (fork).

Криптовалютных фондов существует не так много и у каждого деятельность направлена на удовлетворение конкретной цели: получение прибыли торговлю на бирже, увеличение капитала, привлекая новых участников, инвестиции в ICO и другие. Ниже представлен рейтинг фондов, вступив в которые можно получать доход ежедневно, ежеквартально или ежегодно.

4. The Token Fund - инвестирование в данный фонд – покупка у них токенов. Однако, при входе в данную структуру необходимо отдать 5% вложенного капитала и при выходе заплатить 5% от оставшихся средств на счёте [4].

3. *BlockChain Fund* - один из крупнейших криптовалютных паевых инвестиционных фондов на территории Европейского пространства. Существует три инструмента инвестирования в фонд: управление активами на рынке криптовалют, инвестиции в ICO-проекты и депозит.

Первый метод – аналитики фонда избирают 10 наиболее выгодных криптовалют, а трейдеры помогут заработать на их торговле, доходность до 1000% в год.

Второй – аналитики тщательно отбирают лучшие ICO-проекты с высокой рыночной доходностью и предлагают их потенциальным инвесторам, однако минимальная сумма входа в данном инструменте – от 1000\$.

Последнее – вложить в фонд и в конце года получить 24% дохода [2].

2. Taas (Token as a service) – токенизированный закрытый фонд последнего поколения, активно способствующий развитию блокчейн-экосистемы. TaaS вводит инновационную бизнес-модель Token-as-a-Service, с ее помощью владельцы токенов смогут получать не только финансовую выгоду, но и в виде услуги. Своим участникам фонд обещает ежеквартальное увеличение капитала фонда на 50%, который потом распределяется между членами [3].

1. AirBitClub – фонд, предлагающий два направления деятельности – или трейдерство, или партнерская программа. При выборе первого метода заработка они предлагают в помощь собственного торгового бота с уникальной торговой стратегией, позволяющий выйти на стабильный доход.

Партнерская программа – это привлечение других участников в фонд. Существуют три контракта, позволяющие получать ежедневный доход (пассив), при привлечении людей действует программа премий «за старания». При самом выгодном контракте участник получает приблизительно 50% дохода от вложенных за 300 дней работы программы [1].

Проанализировав представленные выше фонды можно сделать вывод о том, что инвестиции в данные структуры по своему выгодны. У каждого фонда есть свои плюсы и минусы. Если рассматривать со стороны торговли на бирже – самым интересным можно считать *BlockChain Fund, со стороны будущего* – TaaS, а если интересуется получение ежегодного пассива без прикладывания дополнительных усилий – AirBitClub к вашим услугам.

Литература

- 1 AirBitClub. URL: - <https://airbitclub-official.ru/>
- 2 BlockChain Fund. URL: - <https://new.b-fund.io/>
- 3 TaaS (Token-as-a-service). URL: - <https://taas.fund/>
- 4 The Token Fund. URL: - <https://thetoken.io/>
- 5 Рынок криптовалюты. URL: - <http://fb.ru/>

УДК 338.12

*Пестрякова Д.С.,
студентка 2 курса
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
г. Краснодар, Россия
e-mail: dasha.1591@mail.ru*

*Научный руководитель:
Тимошенко Н.В.,
доцент, к.э.н.,
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
г. Краснодар, Россия
e-mail: nvtimoshenko@fa.ru*

ПОИСК ТЕНДЕНЦИИ ЭКОНОМИКИ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье рассматривается вопрос формирования информационного бизнеса в России, анализируются основные показатели развития сектора информационно-коммуникационных технологий и их влияния на экономику страны. Классифицированы некоторые особенности информатизации российского бизнес-пространства.

Ключевые слова: информатизация экономики, информационный бизнес, информационно-коммуникационные технологии, ВВП, экономический рост

*Pestriakova D.S.,
student, 2 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: dasha.1591@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Timoshenko N.V.,
Doctor of Science (Economics), Docent
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: nvtimoshenko@fa.ru*

SEARCH OF ECONOMIC TENDENCIES AND FEATURES OF DEVELOPMENT

Annotation: the article observes matters concerning formation of Russian informational business, analyses the main items of informational-communicative sector development, and its affection on the economy of the country. The article presents some peculiarities of Russian business informatisation.

Keywords: informatisation of economy, informational-communicative technologies, gross domestic product, economic growth.

Указом Президента Российской Федерации от 1 декабря 2016 года № 642 утверждена Стратегия научно-технологического развития Российской Федерации. В соответствии с п. 20 Стратегии приоритетами научно-технологического развития РФ следует считать те направления, которые позволят создать технологии, что станут основой инновационного развития внутреннего рынка продуктов и услуг [1]. Реализация Стратегии должна, в том числе, обеспечить применение мер, направленных на стимулирование перехода к стадии активной коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности. В конечном итоге это должно привести к увеличению доли продукции новых высокотехнологичных отраслей в валовом внутреннем продукте, продвижению российских технологий и продуктов, в том числе информационных, на новые рынки, росту доходов от экспорта инновационной продукции, услуг, прав и технологий, обеспечивающих устойчивое развитие

цифровой экономики, и, как результат, усилению влияния и конкурентоспособности России.

На современном этапе развития России научные открытия, технологические прорывы, информационно-компьютерные технологии, электронная коммерция становятся основными факторами экономического роста [4]. Экономика сегодня приобретает ярко выраженные черты экономики знаний. Отечественный информационный бизнес, т.е. производство, торговля, посредничество в области информационных продуктов и услуг, - сравнительно новая отрасль деловой активности общества, но переоценить ее роль в развитии экономики государства практически невозможно.

Мировой опыт информатизации бизнес-пространства свидетельствует о значительном экономическом эффекте этого процесса. По последним данным ОЭСР, результат от инвестиций в ИКТ для роста экономики в первые десять лет XXI века в США составил 30 %, в Германии – свыше 35 %. В ходе исследования компанией Boston Consulting Group, рост внедрения Интернета на 10 % вызывает рост ВВП на 2 %. Присоединение каждых 10 пользователей широкополосного доступа к Интернету обеспечивает рост ВВП на душу населения на 1,2 %. Во французском НИИ связи рассчитали, что отдача от вложений в ИКТ-индустрии превосходит затраты в 7,5 раз. Вызванный эффект от применения ИКТ в мире сегодня обладает коэффициентом 3,5, это означает, что каждый доллар капитальных затрат в данной сфере позволяет достичь прироста ВВП в 3,5 доллара дополнительно [2].

Современный рынок отечественных информационных услуг и товаров характеризуется такими количественными показателями:

- в 2017 году аудитория Рунета составила 80,5 млн. пользователей. 57 % из них активно используют онлайн-ресурсы и заходят в Интернет ежедневно. По прогнозам РАЭК (Российской ассоциации электронных коммуникаций) к 2020 году три четверти россиян станут пользователями Рунета;
- аудитория мобильного Интернета выросла за 2017 год на 12,5 %;
- топ-практик 2017 года: поиск информации; общение в соцсетях; чтение новостей; переписка по электронной почте; просмотр фотографий; просмотр видео; прослушивание музыки; пользование Интернет-телефонией (Skype, Google voice, Алиса и т.д.); покупка/заказ товаров в интернет-магазинах, онлайн-игры;
- каждый десятый россиянин пользуется приложением интернет-банкинга;
- 33 % пользователей рассматривают социальные сети как единственный ресурс для получения новостей;
- 19,5 % жителей нашей страны пользуются электронными государственными услугами;
- 11 % вызывают врача или записываются в поликлинику через сайт или приложение [5].

Эти цифры дают основание утверждать, что Россия движется по пути развития информационной экономики, и последняя уже оказывает серьезное влияние на экономику страны в целом.

Доля сектора ИКТ в российской экономике сегодня относительно невелика – около 4 % от ВВП и 4,6% в численности занятых. В последнее время для российской экономики свойственна определенная динамика ряда показателей сектора ИКТ: валовая добавленная стоимость, выполняемая этим сектором, за последние 5 лет возросла почти в два раза, среднегодовой темп роста производительности труда достиг почти 25 %, сформировалась инновационная группа российских компаний, получивших признание среди лидеров мировых производителей информационных продуктов и услуг, такие как «Лаборатория Касперского», «1С» и т.п. [3]. Наблюдается и устойчивый рост доли рабочих мест, на которых обязательным является ИКТ-грамотность сотрудников. Если в 2002 году такие навыки были необходимы в 7 % случаев приема на работу, то в 2012 году – в 30 %, а в 2017 – в 47% случаев. Справедливости ради следует отметить, что в Швеции этот показатель в 2017 году был равен 100%, в США – 97%, Великобритании и Канаде – 93%.

Очевидно, что информатизация российской экономики идет несколько отличительным путем по сравнению с опытом мировых лидеров ИКТ-рынка. Выделим несколько ключевых особенностей:

1. Интенсивный характер развития рынка ИКТ-индустрии. Разбалансирование информатизации экономики России выражается в стремительном росте телекоммуникаций на фоне отставания в сфере IT-услуг и разработки программного обеспечения. Явно выражен также различный уровень информатизации отдельных областей экономики и российских регионов (московский рынок широкополосного доступа в Интернет близок к мировым нормативным показателям при сильном отставании ЮФО (после включения в его состав Крыма) и СКФО).

2. Несоответствия в ИКТ-индустрии связаны с тем, что те отрасли, где ИКТ прямо не участвуют в формировании прибыли, расходуют на информатизацию разово и не значительно. В то же время разработчики высокотехнологичных услуг и проектов ориентируются прежде всего на те секторы экономики, где они наиболее востребованы и хорошо оплачиваемы.

3. Сильное влияние на развитие отечественного рынка ИКТ оказывает импорт. Стратегия импортозамещения в этой сфере реализуется пока медленно и не без проблем. Основные игроки инфобизнеса в России чаще всего используют программные разработки импортных брендов (доля иностранного ПО в РФ – не менее 85 %). На импортном оборудовании работает вся мобильная связь страны. К сожалению, в настоящее время главным технологическим элементом российского ИКТ-рынка являются иностранные технологии, импорт которых преобладает над экспортом больше чем в два раза.

4. Российская экономика имеет необходимый ресурс, в том числе интеллектуальный, для развития ИКТ-сферы. Россия вошла в 2017 году в четверку мировых лидеров по заказной разработке программного обеспечения.

Военно-промышленный комплекс страны переведен на отечественное программное обеспечение, создана российская платежная система.

Информатизация российской экономики - процесс необратимый и поступательный, она предоставит возможность повысить уровень качества администрирования, гарантирует населению качественные услуги, улучшит безопасность, уменьшит зависимость экономики нашей страны от экспорта и мировых цен на природные ресурсы и, в конечном итоге, определит инновационный характер развития отечественной экономики, создаст новое качество жизни россиян.

Литература

1. Указ Президента РФ от 01.12.2016 №642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации»: [Электронный ресурс]. URL: <http://legalacts.ru/doc/ukaz-prezidenta-rf-ot-01122016-n-642-o-strategii/> (Дата обращения: 30.04.2018).

2. Васильева Л.Ф., Тимошенко Н.В. Тенденции развития мировой экономики в условиях турбулентности / В сборнике статей Международной научно-практической конференции «Приоритеты и механизмы обеспечения экономического роста, финансовой стабильности и социальной сбалансированности». – Краснодар: 2016. – с.28

3. Индикаторы информационного общества. Москва: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2012. - 288 с.

4. ИКТ-компетенции как фактор социально-экономического развития России / под ред. Ю.Е. Хохлова, С.Б. Шапошника. М.: Институт развития информационного общества, 2012. - 70 с.

5. Региональный общественный центр интернет-технологий: РОЦИТ - ваш помощник в интернете: [Электронный ресурс]. URL: <https://rocit.ru/>. (Дата обращения: 24.03.2018).

УДК 004

*Скляр А.Ю.,
Студент 4 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: alla2624@mail.ru*

*Научный руководитель:
Кирий В.А.,
к. ф.-м. н., старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: vladimir@kiry.ru*

ОСОБЕННОСТИ ПОСТРОЕНИЯ ИС ДЛЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ ЭКСПЕРТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: В статье ставится задача исследования построения ИС для работы экспертной организации для совершенствования организационных

процессов. Были разработаны предложения по созданию единого информационного проекта, реализующего единое информационное поле деятельности экспертной организации, автоматизирующего основные функции предприятия, увеличивающие эффективность работы экспертной организации и оптимальное решение возникающих в ходе ее деятельности задач.

Ключевые слова: ИС, экспертная организация, информационный проект, организационные процессы.

*Sklyar A.U.,
student, 4 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: alla2624@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Kiriy V.A.,
Lecturer
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: vladimir@kiriy.ru*

FEATURES OF BUILDING IP FOR WORK WITH CLIENTS OF THE EXPERT ORGANIZATION

Abstract: The article poses the task of studying the construction of IP for the work of an expert organization to improve organizational processes. Proposals have been developed to create a single information project that implements a single information field of the expert organization that automates the main functions of the enterprise, increasing the efficiency of the expert organization and the optimal solution of the problems arising in the course of its activities.

Keywords: IP, expert organization, information project, organizational processes.

Целью данной работы является выделение, анализ и рекомендации, связанные с бизнес-процессами организации, направленные на разработку информационного проекта взаимодействия пользователей и экспертов в области экологии.

Для грамотного построения информационной системы необходимо учитывать сложившуюся организационную структуру работающей экспертной организации.

Подробная структура типовой экспертной организации представлена на рисунке 1.

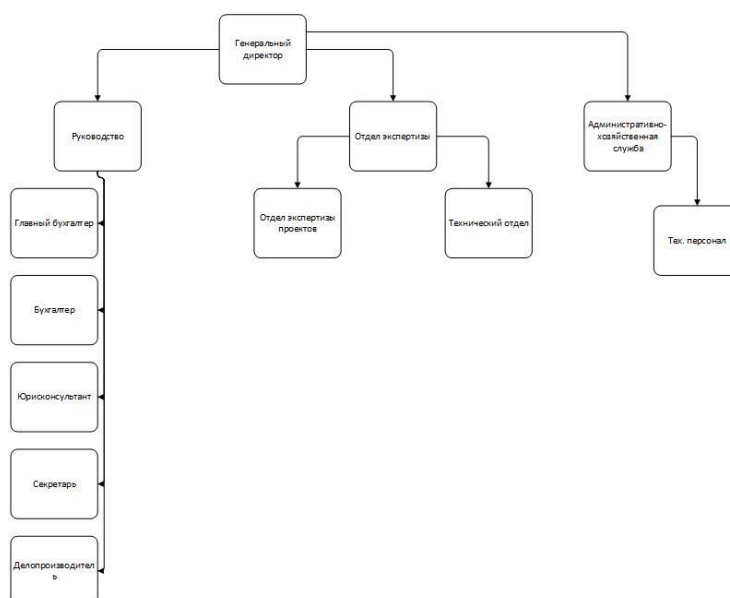


Рисунок 1 – Типовая структура экспертной организации

На сегодняшний день можно заметить, что автоматизация деятельности экспертной организации необходима по причинам:

1. Растет спрос на услуги экспертных организаций. Потому что число клиентов, которым необходимы документы по оценке неумолимо растет благодаря новым введениям в законодательстве. В этом можно убедиться, посмотрев историю показов по фразе «экспертная организация» в поисковой системе Яндекс на рисунке 2.

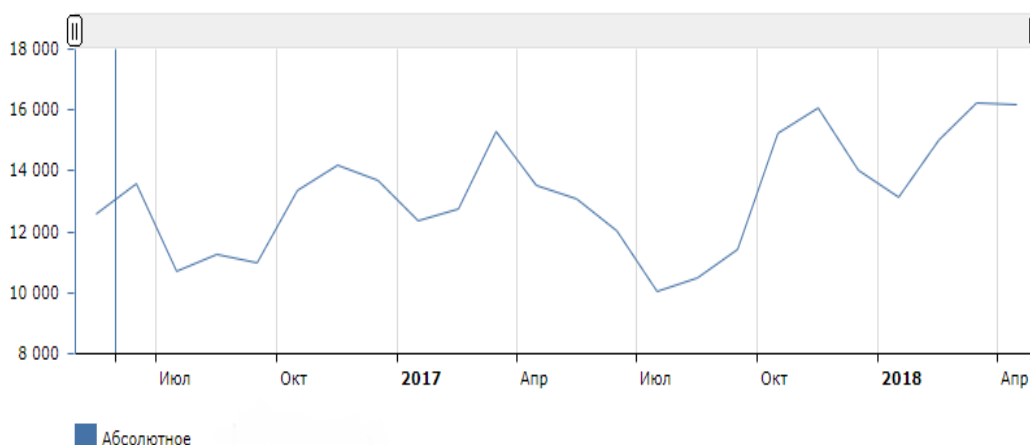


Рисунок 2 – Спрос на услуги экспертных организаций

2. Растет количество предложений на рынке. На данный момент в поисковой системе Яндекс имеется 41 млн результатов по запросу «экспертная организация» и эта цифра со временем только увеличивается, так как растет спрос на услуги экспертов.

3. Увеличить качество обслуживания. Достичь этого можно за счет уменьшения времени клиента, которое он затрачивает на общение с сотрудниками фирмы. Ведь далеко немногие могут позволить себе во время

трудового дня долго и кропотливо рассказывать о нюансах работы своей фирмы, искать необходимые бумажки и исправлять много раз ошибки в документах.

Как отчетность сдается в фирме на данный момент можно увидеть на рисунке 3.

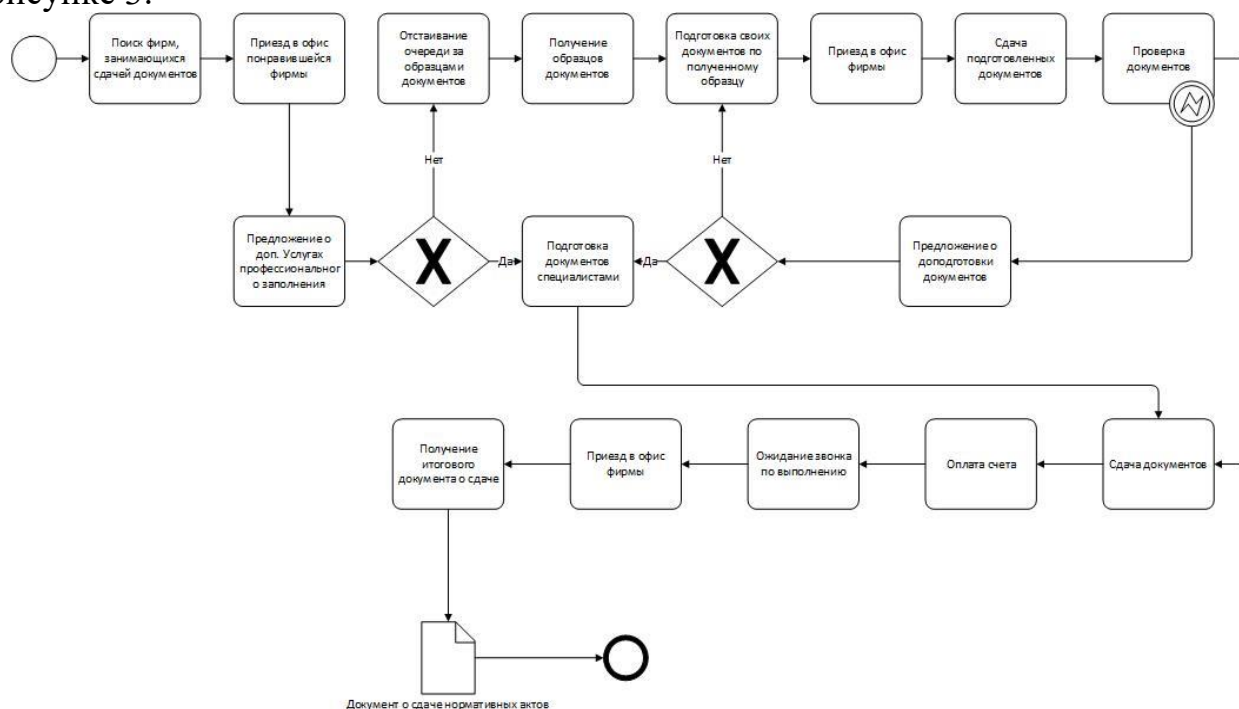


Рисунок 3 – BPMN диаграмма бизнес-процессов экспертной организации

Для организации актуальнее всего выделить бизнес-процесс по отправке заявки клиента фирме для дальнейшего анализа в контексте оптимизации или автоматизации с использованием ИТ, так как его необходимо оптимизировать и автоматизировать полностью.

Сделать это можно путем создания информационной системы в виде сайта, в которой будет предоставлена возможность ознакомления со всеми предлагаемыми услугами компании и электронной сдачи отчетности, что позволит значительно упростить текущую схему деятельности организации. Электронная сдача отчетности будет предусматривать форму на сайте, которую необходимо заполнить для выбранного вида услуги.

Какие процессы изменит создание сайта:

- Клиенты будут тратить меньше времени на поиск нужной фирмы;
- Клиенту не надо будет приезжать в офис и стоять в очереди;
- Все возникающие вопросы можно будет решить в режиме on-line;
- В офис компании клиенту нужно будет приехать только один раз для того чтобы забрать оригинал документа о сдаче нормативных актов;
- Пропадает необходимость в личном контакте;
- Эксперты смогут выполнять минимум в три раза больше работы.

При внедрении в работу компании информационной системы (сайта), схема деятельности для клиента неизбежно поменяется. Она представлена на рисунке 4.

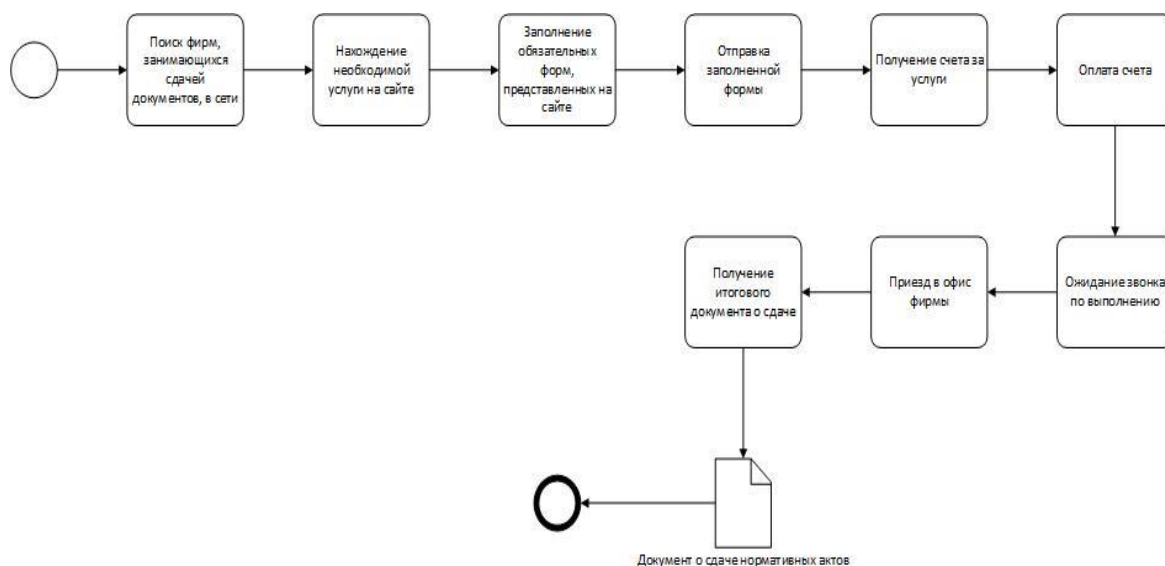


Рисунок 4 – Диаграмма бизнес-процесса по отправке заявки клиента на проведение экспертизы после внедрения информационной системы

Исходя из основных направлений деятельности фирмы и требованию к содержанию и наполнению сайта, сделаем вывод, что по формату необходим сайт «Корпоративный сайт». Так как «Корпоративный сайт» – это сложный сайт, основной задачей которого является привлечение максимального количества заказчиков к услугам компании.

Итоги исследования.

Разработаны предложения по созданию единого информационного проекта, реализующего единое информационное поле деятельности экспертной организации, автоматизирующего основные функции предприятия, увеличивающие эффективность работы экспертной организации и оптимальное решение возникающих в ходе ее деятельности задач.

Литература

1. Елиферов, В.Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление: Учебник / ЭБС ZNANIUM. — Москва: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2015. — 319 с.
2. Информационные системы и технологии управления: Учебник / ВЗФЭИ; Под ред. Г.А. Титоренко. — 3-е изд. / перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ, 2011. — 591с. .
3. Информационный менеджмент. Учебник/ Абдикеев Н.М. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 400 с.
4. Информационные ресурсы и технологии в экономике: Учебное пособие / [Финуниверситет]; Под ред. Б.Е.Одинцова, А.Н.Романова. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013.
5. Корпоративные информационные системы управления/ Абдикеев Н.М.- М. : ИНФРА-М, 2015. Без грифа. ЭБС: знаниум (2011)

Раздел 6

РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО В ТРАНСФОРМИРУЮЩЕМСЯ МИРЕ: ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ

УДК 159.9

*Шуваева А.А.,
студентки 2 курса
Финансовый университет при правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: alena.shuvaeva.1998@mail.ru*

*Научный руководитель:
Лобанова А.В.,
доцент кафедры «Философия, история и право»,
Финансовый университет при правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: annalobanova@bk.ru*

ВЛИЯНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ И ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЙ НА «ЖИВОЕ» ОБЩЕНИЕ

Аннотация: в статье исследуется уровень влияния цифровых технологий и интернет-коммуникаций на жизнь и взаимоотношение современных людей.

Ключевые слова: технологии, интернет, виртуальное общение, коммуникации, невербальное общение.

*Shuvaeva A.A.,
student 2 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation (KF)
Krasnodar, Russia
e-mail: alena.shuvaeva.1998@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Lobanova A.V.,
associate Professor of «Philosophy, history and law chair»,
Financial University under the Government of the Russian Federation (KF)
Krasnodar, Russia
e-mail: annalobanova@bk.ru*

THE IMPACT OF TECHNOLOGY AND INTERNET- COMMUNICATIONS TO «LIVE» COMMUNICATION

Abstract: the article examines the level of influence of digital technologies and Internet communications on the life and relationship of modern people.

Keywords: technology, the Internet, virtual communication, communication, nonverbal communication.

Не так давно в нашей жизни появились такие технологии, как телефон, компьютер, смартфон и другие средства получения и передачи информации, в

том числе и Интернет. На сегодняшний день мы все сильнее стали зависимы от цифровых технологий, которые, несомненно, изменили наш образ жизни и подарили новые способы общения.

Цель данной работы заключается в выяснении уровня влияния цифровых технологий и интернет-коммуникаций на жизнь и отношения современных людей между собой.

Актуальность темы объясняется наличием большого и постепенно возрастающего количества интернет-зависимых людей.

Цифровая техника не только влияет на наш образ мысли, но и заставляет вести нас по-другому; мозгу приходится работать иначе. Пусть мы и не понимаем эти перемены, однако всякий опыт оставляет ощутимый след. Для такого рода эволюции достаточно и одного поколения, что собственно говоря мы и наблюдаем в течение последних 12 лет.

Виртуальные коммуникации значительно упростили нашу жизнь: появилась возможность «бесплатно» общаться с людьми, которые находятся в разных точках планеты, огромный выбор социальных сервисов помогает найти друзей или одноклассников, контакты с которыми были давно потеряны, электронная почта всё в большей степени вытесняет обычную – она мобильнее, быстрее и дешевле [1]. Не осталась без внимания и сфера бизнеса, где скорость коммуникационных процессов сильно возросла: увеличилась оперативность получения информации, появились новые направления и концепции бизнеса, что в свою очередь привело к изменению темпа жизни. Так как подобного способа коммуникации раньше не существовало, интернет-коммуникации породил новую культуру общения: теперь люди, живущие в разных точках мира, имеют возможность полноценно взаимодействовать, а также вступать в деловые и торговые отношения. С появлением Сети человечество вступило в новую фазу развития – фазу информационного общества. Однако за все надо платить!

Одной из основных проблем, с развитием высоких технологий, стала потеря базовых социальных навыков. Нынешнему поколению или, как их называет Смолл Гэри – автор книги «Мозг онлайн. Человек в эпоху Интернета», «цифровым от рождения» все труднее становится считывать чужую мимику или угадывать эмоции по едва заметным жестам. Благодаря исследованию, проведенному в Стэнфордском университете, учёные выяснили, что из-за слишком длительного проведения времени в виртуальном общении ослабевают мозговые механизмы, одним словом мы начинаем ошибочно толковать (или даже не улавливаем вовсе) «негромкие» невербальные сообщения [2].

При использовании технологий и интернет-коммуникаций невербальные средства передачи информации постепенно теряют свое значение, что в свою очередь негативно влияет на повседневную жизнь людей. «Цифровые от рождения» перестают развивать коммуникативные навыки, в особенности способность понимать эмоциональное состояние партнера и проявлять к нему эмпатию, люди, имеющие трудности в сфере общения, выбирают такой способ

коммуникации, где эти навыки практически не нужны, все сильнее увеличивая отгороженность в отношениях с другими людьми.

Погруженные в виртуальную реальность свойственен особый тип межличностных отношений – «независимо-доминирующий». Такому типу отношений свойственно: преобладание тенденции к доминированию, ориентация только на собственное мнение, нетерпимость к критике, настойчивость, низкая способность слушать и слышать собеседника, неспособность внимательно слушать собеседника и давать ему возможность высказать свое мнение, сниженная эмоциональность, обособленность и замкнутость в отношениях с другими людьми, связанные с подозрительностью и обидчивостью.

Столь быстрое развитие технологий изменило не только нашу манеру общения, но и способы влияния на других людей. Теперь нет необходимости тратить кучу времени на разговор с вашим коллегой о его жизни, хобби, семье, работе, выяснять чем он занимался на выходных или как провёл свой отпуск. Достаточно посетить его страничку «Вконтакте» или «Instagram» и узнать всё за считанные секунды.

Широкое использование социальных сетей и форумов не обошло стороной «социофобов». Теперь этим людям нет необходимости пытаться преодолеть фобию, они становятся «безликими пользователями», которые без страха выражают свои мысли. Да, возможно, виртуальное общение и спасает таких людей от полного отсутствия коммуникаций, однако не стоит забывать, что именно невербальное общение составляет 80% всей той информации, которую мы получаем.

Может показаться смешным, что на Земле, где проживает около 7,5 миллиардов людей, человек вообще может испытывать чувство одиночества. Однако, несмотря на это, такое понятие существует и его можно рассмотреть, как фактическое или воспринимаемое отсутствие удовлетворяющих человека социальных связей, другими словами существует социальное одиночество (выражается в глубоком переживании человеком, отсутствия доступного круга общения) и эмоциональное (психологическое) одиночество (выражается в переживании отсутствия тесной эмоциональной привязанности, неспособности найти душевный отклик, встретить понимание со стороны других людей) [3].

В поисках более простого пути решения данной проблемы многие обратились к виртуальной реальности, где человек может легко найти собеседника в любое время суток, в любой точке мира.

Для выявления уровня влияния цифровых технологий и интернет-коммуникаций на жизнь и взаимоотношения людей, был проведён опрос, в котором участвовало 100 человек в возрасте от 14 до 40.

Опрошенным предлагалось дать ответ на ряд вопросов, из чего были получены следующие результаты:

1) Основными пользователями интернет-коммуникаций являются люди от 18 до 27 лет. Они составили 57% от общего числа опрошенных, кто

имеет учётную запись от 2 до 5 социальных сетях, а также 79% этих людей проводят своё время в виртуальном мире, тратя на это более 4 часов в сутки.

2) 68% молодёжи не в состоянии грамотно распределить своё время пребывания в сети, из-за чего, порой, их окружение высказывает недовольство.

3) Несмотря на довольно большое количество времени, которое молодёжь проводит в виртуальном мире, 57% всё равно отдаёт предпочтение реальному общению, порой от которого устают.

4) Люди от 14-27 испытывают постоянное навязчивое желание выйти в интернет, а также проверить входящие сообщения. Как правило, такое поведение может привести к Интернет-зависимости, что крайне опасно, учитывая, что этому подвержена основная работоспособная часть населения.

5) И конечно же, такой гаджет как телефон стал неотъемлемой частью нашей жизни. Кто-то в большей, кто-то в меньшей степени, но теперь практически каждый человек пользуется мобильным Интернетом, для осуществления коммуникаций. А многие даже не в состоянии с ним «растаться».

Подводя итоги, нужно отметить, что с использованием технологий и интернет-коммуникаций:

- круг общения расширяется;
- появляются новые направления и концепции бизнеса;
- появляются возможности установить контакт с разными людьми.

Однако не стоит предавать слишком большое значение такому способу знакомства, ведь виртуальное общение не всегда ведёт к «здоровому» развитию отношений.

Так как основной сегмент российского населения, активно использующий интернет-коммуникации и цифровые технологии, это молодёжь. Такая проблема, как «интернет-зависимое поведение» может стать в дальнейшем одной из причин низкой социальной адаптации, а также привести к низкой активности в социальных отношениях наиболее трудоспособной части населения.

Необходимо помнить, что человек существует в реальной жизни! А этого невозможно заменить никакими человеческими достижениями в области информационных технологий.

Литература

1 Влияние интернета на общение между современными людьми: статья, 2017 - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://lunchonthegrass.livejournal.com/411697.html>

2 Мозг онлайн: книга, 2011 - [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.rulit.me/programRead.php?program_id=351493&page=1

3 Особенности сферы общения Интернет-зависимых пользователей: статья, 2017 - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://vprosvet.ru/biblioteka/rezultaty/>

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

АНКЕТА

Ваш возраст _____

1. Сколько времени в день Вы проводите в социальных сетях и иных интернет коммуникациях (online игры, mail, WhatsApp, vkontakte и т.д.)?
 - a) До 1 часа
 - b) 1 - 4 ч.
 - c) От 4 ч. и более
2. Находитесь ли Вы online больше, чем предполагали (не замечаете времени)?
 - a) Да
 - b) Иногда
 - c) Нет
3. Зарегистрированы ли Вы в социальных сетях?
 - a) Да, в 1 соц. сети
 - b) Да, от 2 до 5
 - c) Да, более 5
 - d) Нет
4. Какое общение Вы предпочитаете?
 - a) Виртуальное
 - b) Реальное
5. Часто ли Вы ощущаете недовольство со стороны окружающих относительно вашей виртуальной жизни?
 - a) Часто
 - b) Никогда
 - c) Иногда
6. Испытываете ли Вы навязчивое желание проверить входящие сообщения (смс, e-mail, icq и т.п.)?
 - a) Да
 - b) Иногда
 - c) Нет
7. Испытываете ли Вы постоянное желание выйти в Интернет?
 - a) Да
 - b) Иногда
 - c) Нет
8. Как часто Вы используете мобильный Интернет?

- a) Не использую
- b) По необходимости
- c) Довольно часто

9. Устаете ли Вы от живого общения?

- a) Да
- b) Иногда
- c) Нет

10. Берете ли Вы с собой телефон, когда уходите в другую комнату?

- a) Всегда
- b) Часто
- c) По необходимости
- d) Никогда

УДК159.99

Воргунова В.Р.,
Студентка 2 курса
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: Vorgunova2013@yandex.ru

Научный руководитель:
Лобанова А.В.,
доцент, к.п.н.
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: annalobanova@bk.ru

ПРОБЛЕМА ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТИ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Аннотация: В статье ставится задача поиска путей решения трудностей, которые появились с возникновением сети интернет. Рассматриваются необходимые рекомендации для устранения интернет-зависимости у молодого поколения. Были представлены результаты анкетирования, показавшие, что интернет занимает значительное место в жизни студентов и большая часть современного общества является интернет-зависимой.

Ключевые слова: интернет-зависимость, социальные сети, молодёжь, современное общество, студенты, общение.

Vorgunova V.R.,
student, 2 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: Vorgunova2013@yandex.ru

Scientific Adviser:
Lobanova A.V.,
docent, candidate of psychological sciences
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: annalobanova@bk.ru

THE PROBLEM OF INTERNET ADDICTION AMONG YOUNG PEOPLE IN MODERN SOCIETY

Abstract: The article is aimed at finding solutions to the difficulties encountered with the advent of the Internet. The necessary recommendations to eliminate Internet addiction in the younger generation are considered. The results of the survey showed that the Internet occupies a significant place in the life of students and the majority of modern society is Internet addiction.

Keywords: Internet addiction, social networks, youth, modern society, students, communication.

Сейчас XXI век – это время компьютерных информационных технологий. И многое подавляющее число молодежи даже боятся представить свою жизнь без компьютера, планшета, телефона или любого другого устройства, которое позволяет находиться в сети.

Компьютерные сети, как вид телекоммуникации являются принципиально новым пластом социальной реальности. Статистика показывает, что каждый человек хотя бы раз в день заходит в интернет и проводит в нем немалое количество времени. С его появлением больше не нужно ходить в кинотеатр, на концерты, засиживаться в библиотеке, потому что всю самую необходимую информацию можно получить, не выходя из дома. Следовательно, возник новый вид психологического расстройства - интернет-зависимость.

Актуальность данной темы исследования определена возрастающим многообразием социальных сетей, что и привлекает нынешних подростков, а в частности студентов. Согласно мировой статистике, примерно 60% населения состоят в какой-либо социальной сети, и около 40% в нескольких одновременно. Стоит отметить, что постоянное времяпрепровождение в них приводит к деградации личности. И с каждым годом эта проблема является наиболее актуальной и значимой.

Новизна темы заключается в том, что в настоящее время, интернет приобрел более широкие функции и возможности для пользователей. Он стал работать не только по проводам, но и через такие каналы связи как 3G/4G и технологию беспроводной локальной сети Wi-Fi. Теперь абсолютно любая из последних новинок в области техники имеет возможность для выхода в интернет в любое время и в любом месте. Таким образом, для современного человека становится все сложнее не попасть в "сеть" и не приобрести интернет-зависимость. В частности это носится к молодым людям, так как они являются более общительной частью общества, а именно к студентам. Постоянная потребность в информации, высокая социальная активность и недостаток

времени – это основные факторы, которые формируют из студентов ключевых пользователей интернета.

Целью данного исследования заключается в выявлении специфики индивидуальных особенностей и более важных личностных трудностей у студентов с разной степенью выраженности интернет-аддикции и депривации. Итоги исследования будут положены в основу разработки рекомендаций и советов по профилактике и устранения интернет-зависимости у учащихся высших заведений.

Безусловно, если сравнивать интернет-зависимость с зависимостями от алкоголя и наркотиков, то можно сказать, что интернет-зависимость в меньшей степени вредит здоровью человека, потому что она никак не разрушает его мозг. Но если рассматривать это с другой стороны, то данная зависимость является довольно опасной, так как она снижает трудоспособность и эффективность функционирования любого человека в реальном мире современного общества.

Рассматривая данную тему, стоит сосредоточить своё внимание на понятие интернет-аддикция. Интернет-аддикция – это явление эмоциональной связи и психологической зависимости от сети интернет, которое проявляется в очень своеобразном уходе от реальности, при котором процесс навигации по сети затягивает субъекта до такой степени, что он оказывается не в состоянии полноценно действовать и совершать работу в реальном мире. В последний период времени она выходит на первый план на равных условиях с большинством других зависимостей, которые значительно захватывают большие массы людей в современности и все более беспокоят специалистов по психологии, а также медицинских работников.

Немаловажным является тот факт, что компоненты аддиктивного поведения присущи любому человеку. Для такого человека в основном характерны изменения, которые считаются уходящими от действительности через изменения своего психического состояния. Проблема аддикций у большинства людей начинается в тот момент, когда стремление ухода от реальности, связанное с изменением психического состояния, начинает доминировать в сознании, становясь центральной идеей, вторгающейся в жизнь человека, приводя к отрыву от действительности.

С целью извлечения наиболее объективного представления о степени интернет-зависимости было проведено анкетирование среди студентов очного отделения Краснодарского филиала Финансового Университета при Правительстве РФ. Целевая аудитория 100 студентов. Возраст респондентов 18-20 лет – студенты 1, 2, 3 курсов.

Опрос затрагивал пять признаков, связываемых с интернет-зависимостью:

1. Количество часов, проводимых в сети.
2. Раздражение в случае, если что-то или кто-то мешает пользованию интернетом.
3. Ощущение стыда из-за времени, проведенного в сети.

4. Отчужденность по отношению к семье и друзьям из-за чрезмерного увлечения интернетом.

5. Чувство эйфории при пользовании сетью и паника при невозможности.

Одним из первых респондентам был предложен вопрос: «Являетесь ли Вы пользователем социальных сетей?». На этот вопрос все студенты без исключения ответили положительно. Это говорит о том, что социальные сети с их безграничными возможностями прочно вошли в жизнь современного человека.

В связи с этим возникает следующий вопрос: «Сколько времени вы проводите в сети?». Мнения отвечавших разделились: 50 человек проводят в сети Интернет около 4-5 часов в день, 30 человек примерно 1-3 часа в день, а оставшиеся 20 человек находятся целый день в сети.

Данные показатели говорят о зависимости и о желании всегда быть на связи, ведь в наше время в интернет выходят не только с компьютеров, но и с телефонов и других гаджетов.

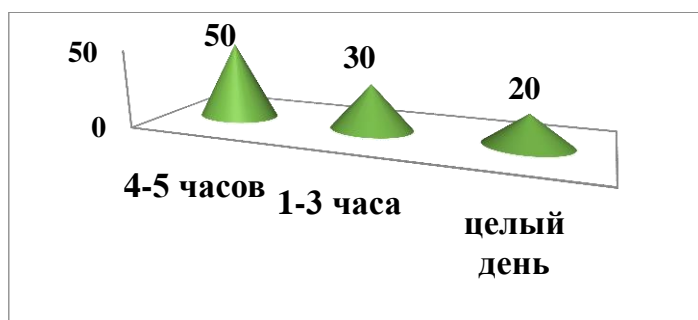


Рисунок 1 – Показатели, характеризующие время, проводимое в сети

Затем респондентам был задан следующий вопрос: «Часто ли Вы замечаете, что провели в сети больше времени, чем собирались?». Ответы на этот вопрос оказались шокирующими. Выяснилось, что 60 опрошенных постоянно замечают, что провели в сети гораздо большее время, чем рассчитывали. Около 30 студентов редко за собой замечают подобное, и всего 10 никогда такого не наблюдали.

Данные цифры отчетливо дают понять, что большинство опрошенных студентов не могут или слабо контролируют продолжительность своего пребывания в интернете, что уже прямым образом говорит нам о зависимости.

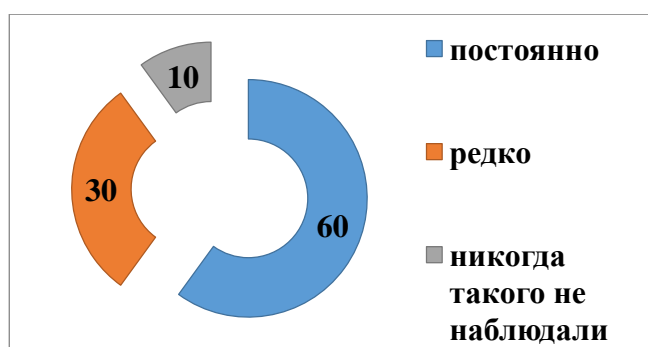


Рисунок 2 – Показатели зависимости молодежи от сети Интернет

В ходе анкетирования необходимо было выяснить, что именно студенты делают в Интернете и на что тратят большую часть своего времени. Оказалось, что 55 человек в сети ищут интересную для себя информацию и используют интернет для учебы, 35 человек еще и активно пользуются социальными сетями, а остальные 10 человек в интернете играют в игры, смотрят фильмы и просто коротают время.

Эти ответы дают понять, что учащиеся постоянно находятся в сети, так как даже в свободное время они не отступают от монитора компьютера. Они пользуются каждой свободной минуткой с целью зайти в социальную сеть, посмотреть фильм или просто найти какую-либо интересную информацию. Это, безусловно, делает современное поколение интернет-зависимым.

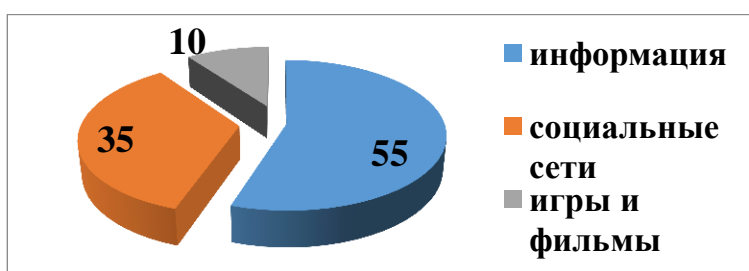


Рисунок 3 – Количественные показатели, иллюстрирующие цель использования социальных сетей

Из предыдущего вопроса сразу вытекает следующий: «Как Вы считаете, использование социальных сетей помогает в учёбе?». Ответы студентов распределились следующим образом: 67 студентов согласились с тем, что интернет даёт огромнейший плюс в учебе и облегчает выполнение домашних заданий в разы, 18 человек сообщили о том, что интернет никак не помогает им в учебном процессе и 15 человек просто затруднились ответить.

Среди ответивших «Другое» прозвучали такие варианты как: «В жизни очень даже помогает», «Не всегда», «Смотря, что там ищешь». Ответы студентов просто не могут не вызывать сомнения о том, что довольно долгое пребывание в социальных сетях способствует учебе.

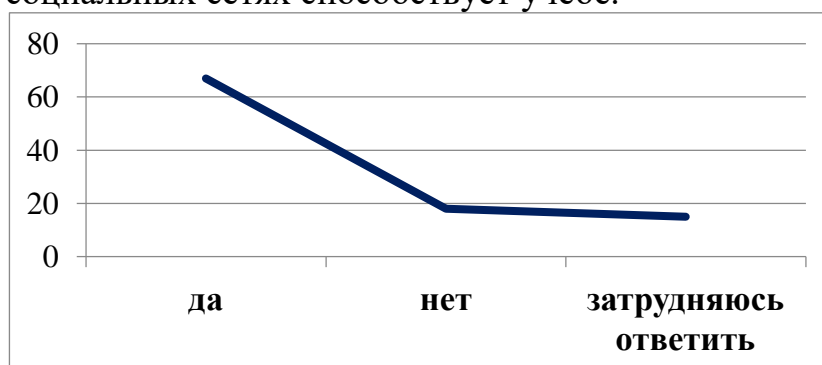


Рисунок 4 – Показатель влияния интернета на подготовку к домашним заданиям

Следующим немаловажным вопросом является: «Пренебрегаете ли Вы сном, засиживаясь в Интернете допоздна?». И 20 студентов ответили, что

постоянно пренебрегают сном, 32 это делают часто. У 37 человек это случается редко, а 10 ложатся спать, когда захотят, а не когда отключат интернет.

Очень жаль, что современный человек все чаще и чаще пренебрегает полноценным сном в пользу удовольствий, воспринимая его как досадную необходимость, отнимающую уйму времени. Поэтому стоит призадуматься об интернет-зависимости.

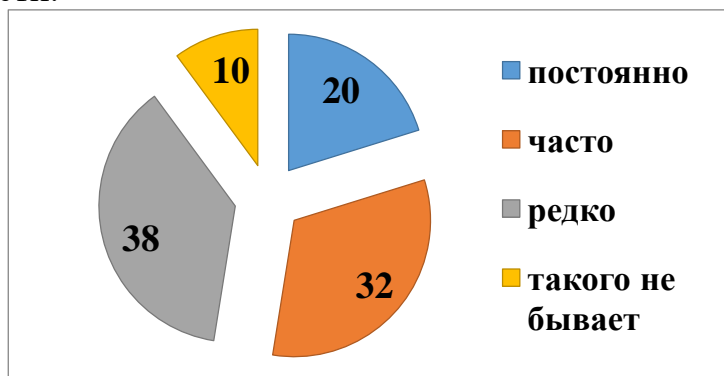


Рисунок 5 – Показатели, иллюстрирующие превосходство интернета над сном

В ходе анкетирования респондентам было предложено ответить на вопрос: «Часто ли Вы предпочитаете провести время в Интернете, вместо того, чтобы выбраться куда-либо с друзьями?».

20 человек постоянно и достаточно часто предпочитают посидеть в интернете вместо того что бы выбраться куда-либо с друзьями. 45 студентов редко когда променяют друзей на интернет, а 35 этим вообще не страдают. Это является серьёзным звонком, когда интернет заменяет студентам находящуюся вокруг них реальность.

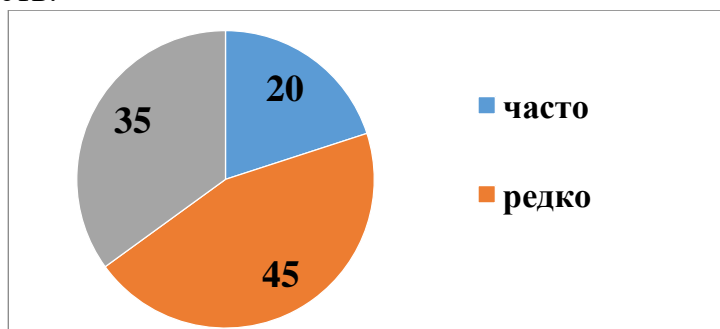


Рисунок 6 – Показатели влияния интернета на времяпрепровождения с друзьями

Следующий вопрос в анкете звучал так: «Что Вы испытываете, не имея возможности выйти в социальные сети: скуку и раздражение, желание найти способ выхода или спокойно занимаетесь другим делом?». 21 человек, из числа опрошенных, ответили, что испытывают скуку и раздражение, 43 человека имеют желание найти способ выхода в интернет, а 36 студентов просто занимаются другим делом даже не думая о выходе в режим он-лайн.

Ответы респондентов точно говорят о привязанности к интернет ресурсу. И он отрицательно сказывается не только на семейных и рабочих обязанностях,

но и на общественной жизни, научной деятельности и состоянии собственного здоровья.

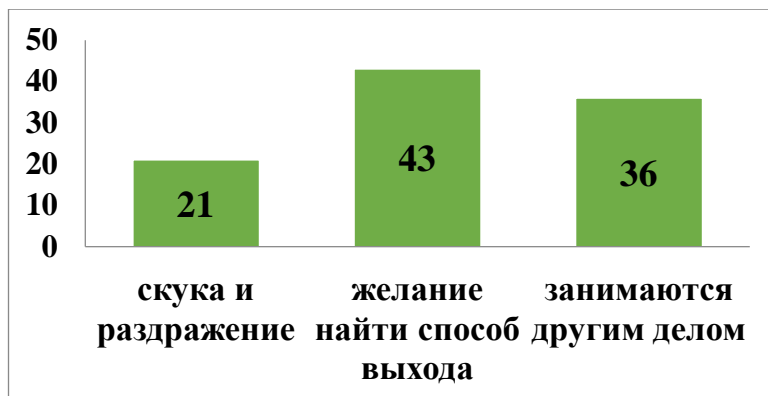


Рисунок 7—Показатели состояния студентов, находящихся без доступа к сети

Затем респондентам было предложено выяснить нужно ли вообще бороться с интернет-зависимостью. На диаграмме отчетливо видно, что наибольшее количество опрошенных ответили положительно, 24 человек считают, что бороться с интернет-зависимостью нет необходимости, 6 человека затруднились ответить на данный вопрос.

Исходя из этого, следует отметить, что в настоящее время современная молодежь, безусловно, считает важным тот факт, что бороться с интернет-зависимостью нужно и это крайне необходимо, поскольку не нормально ложиться спать за 3 часа до рассвета, в то время когда хотел лечь по раньше. Также совершенно не актуально переписываться с большим количеством людей, которых учащиеся никогда не видели и вряд ли уже увидят, а тем более заменять им реальную жизнь на виртуальную.

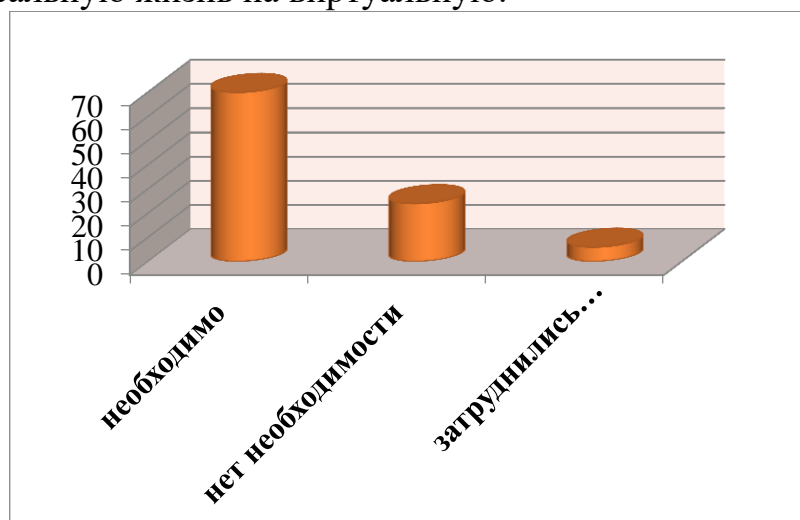


Рисунок 8—Количественные показатели борьбы с интернет-зависимостью

Подводя итоги опроса можно утверждать, что количество интернет-зависимых с каждым годом возрастает. Учащимся Финансового университета характерна низкая степень самооценки, высокая степень общительности и тревожности.

Данное исследование показало, что проблема виртуальной зависимости стоит очень остро и набирает высокие обороты каждый год. Эта проблема является наиболее серьезной и значимой. Интернет зависимость приводит к аддикции и депривации. Для того чтобы избежать этого, необходимо в обязательном порядке проводить своевременные профилактические работы.

Результаты исследования показали необходимость выработки рекомендаций по устранению интернет-зависимости среди студентов. Перечислим самые главные из них:

1. Нужно попытаться ограничить время пребывания в сети, то есть составить список дел, которые студенты должны выполнять каждый день.
2. Необходимо увеличить время живого общения. Нужно больше общаться с родителями, братьями, сестрами и друзьями.
3. В свободное время следует ходить на прогулки, заниматься спортом, читать книги и просто больше времени проводить на свежем воздухе.
4. Нужно найдите любимое занятие, увлечение, хобби в реальной жизни.
5. Необходимо не употреблять пищу за компьютером, так вы сможете отвлечься от онлайн режима.
6. Следовало бы прислушиваться к советам родителей, если они говорят, что вы слишком много времени проводите за компьютером.

Применение таких мер, как распространение информационных продуктов и проведение профилактических бесед для студентов, которые имеют начальный уровень интернет-зависимости, будет, конечно же, недостаточно. Для того чтобы избежать эту зависимость нужно заниматься воспитанием и самовоспитанием компьютерной культуры пользователей сети интернет. Только после этого использование информационных технологий будет во благо.

Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать вывод, что интернет значительно облегчает нам жизнь, однако нужно пользоваться им рационально и не забывать о делах, которые происходят в реальном мире. Не нужно превращать времяпрепровождение в интернете в привычку, оно должно оставаться увлечением и следует извлекать из него пользу, — тогда это станет благом, а не злом.

Литература

1. Бабаева, Ю. Д. Психологические последствия информатизации / Ю. Д. Бабаева, А. Е. Войскунский // Психологический журнал. – 2010. – №1.
2. Лисовский, В. Т. Социология молодежи: учеб, пособие / В. Т. Лисовский. – СПб., 2006.
3. Пользование интернетом: вчера и сегодня – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fom.ru/SMI-i-internet/11481>

Раздел 7

ЭКОНОМИКА КАК НАУКА ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОМ РОСТЕ И СТАБИЛЬНОСТИ (ECONOMICS: THE SCIENCE OF ECONOMIC GROWTH AND STABILITY)

УДК 339.72.015

*Батори Г.А.,
Студент 2 курса
Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации
г. Краснодар, Россия
e-mail: hermanbathory@gmail.ru*

*Научный руководители:
Плаксин В. А.,
кандидат филологических наук, доцент
Финансовый университет
при Правительстве РФ
г. Краснодар, Россия
e-mail: vladimirplaxin@rambler.ru*

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ: ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ

Аннотация. В статье исследованы проблемы формирования инвестиционной привлекательности российской экономики. Рассмотрено содержание понятия «инвестиционная привлекательность», выделены факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность страны. Сформулированы предложения, включающие ряд мер, направленных на улучшение инвестиционной привлекательности российской экономики.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, факторы, инвестиции в основной капитал, иностранные инвестиции

*Bathory H.A.,
studentt, 2d course
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: hermanbathory@gmail.com*

*Scientific Advisers:
Plaksin V.A.,
candidate of philological Sciences, docent
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: vladimirplaxin@rambler.ru*

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE RUSSIAN ECONOMY: FACTORS OF INFLUENCE

Abstract: The article deals with the problems of formation of investment attractiveness of the Russian economy. The article considers the content of the concept of "investment attractiveness", highlights the factors that affect the investment attractiveness of the country. The proposals, including a number of measures aimed at improving the investment attractiveness of the Russian economy, are formulated.

Keywords: investment attractiveness, factors, investments in fixed assets, foreign investments.

The implementation of the priority goals of sustainable growth and structural adjustment of the domestic economy in the conditions of preservation of external financial constraints makes the theoretical understanding and finding practical solutions for the problem of growth of the investment attractiveness of the Russian economy especially relevant.

The implementation of the economic policy goals of the Russian Federation – achieving financial stability and ensuring economic growth in the medium and long term - is due to the action of many factors, among which ensuring the investment attractiveness of the domestic economy is one of the main priorities. The success in this area, achieving stability and real economic growth, largely depends on management measures, decisions and actions of the state.

The statements above determine the relevance of this article, the purpose of which is to analyse the situation and develop practical recommendations, aimed at improving the investment attractiveness of the Russian economy.

Investment attractiveness is considered in the economic literature as a generalized characteristic of the totality of social, economic, organizational, legal, political, socio-cultural prerequisites that determine the attractiveness and feasibility of investing in a particular economic system [1-4]. Traditionally, the concept of "investment attractiveness" means the presence of such investment conditions that affect the preferences of investors in choosing a particular investment object.

Investment attractiveness of the country is formed under the influence of a set of factors. According to the system principle [2] there are four groups of interrelated factors that determine the investment image of the country: political, social, economic and financial.

Any shift in each factor leads to changes in the investment climate for the better or for the worse, warning potential investors about opportunities and risks.

We propose to investigate development trends and the current state of the investment attractiveness of the Russian economy considering the influence of the main existing factors.

In 2000-2008, the high growth rates of the Russian economy were supported by the corresponding dynamics of investments in fixed assets (Figure 1). In the future, the investment attractiveness of the domestic economy has a crisis. Under the

influence of the global financial crisis, the growth rate of investments in fixed assets decreased, then their physical volumes. The subsequent increase in investments in 2010-2011 turned out to be short-term, weak and unstable, since 2012 there has been a regressive trend. Initially, the investment pause was caused by the negative changes in the world situation and the cessation of the growth in oil prices, later, starting in 2012, its main factor was the deepening of internal structural problems.

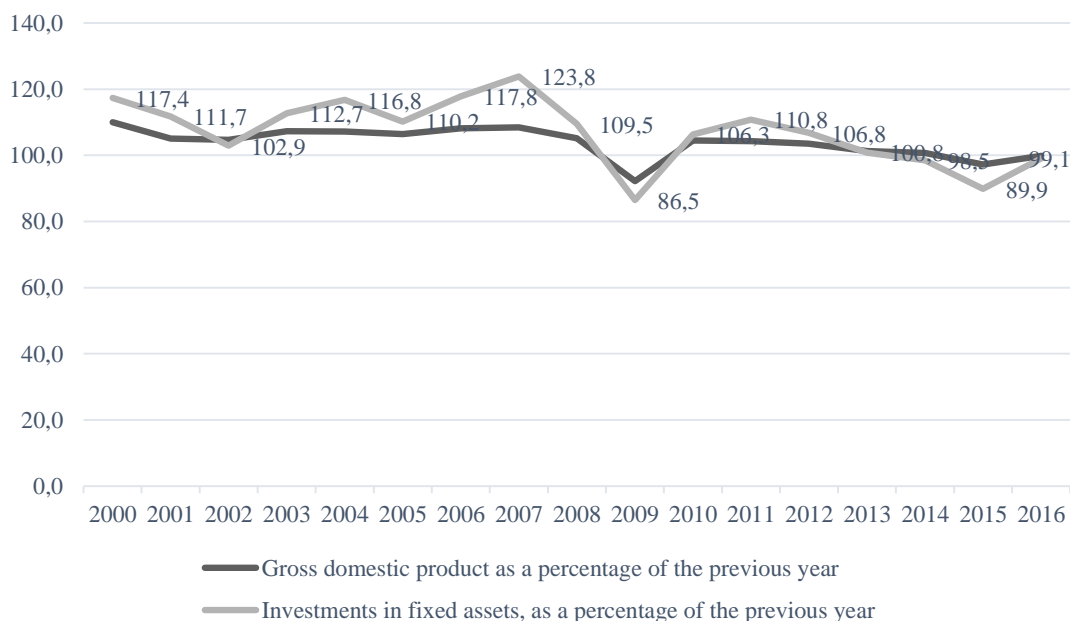


Figure 1 - dynamics of gross domestic product and investment in fixed assets in 2000-2016, % [7]

The deterioration of the foreign policy environment hasn't led to extremely negative consequences. The country has started implementing an import substitution program, which initiates the improvement of the positions of the food sector enterprises, monetary policy aimed at strengthening the national currency has been carried out, work on creating favourable investment conditions has intensified.

It should be noted that in 2016 the growth of foreign direct investment resumed, while their volume significantly exceeded the indicators of the previous period (Figure 2).

Changes in the country structure of foreign investments in the Russian economy are observed below.

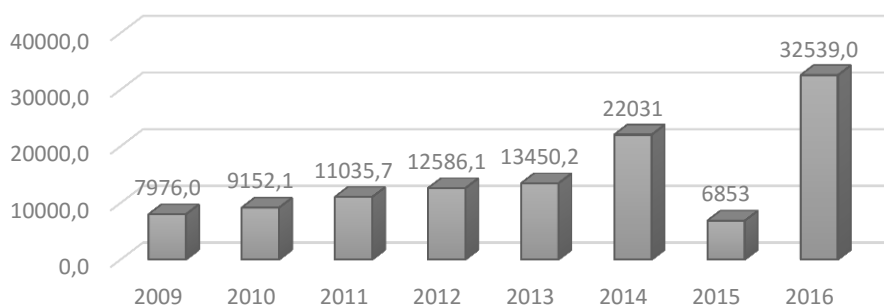


Figure 2-Dynamics of foreign direct investments in 2009-2016, millions [7]

The main partners of the Russia Federation in Europe (France and Germany) do not stop their economic cooperation despite the new geopolitical situation, anyway they also do not increase their investment volumes. At the same time, the Eastern countries have begun to significantly increase their foreign direct investment in the domestic economy. The largest volume of investment in the Russian economy is currently typical for countries such as Japan, China, Singapore (Fig. 3).

According to data for December 2017, China, India and Japan increased their direct investments in Russia by 25% at once [8].

This is largely due to the successful implementation of the task that was named "turning the country to the East." The main partner of Russia in APEC is China. Over the past few years, many successful projects have been implemented, such as investment cooperation between China and Russia in the "Yamal-LNG" project, direct investments by China in "Metals of the Eastern Siberia", the acquisition by the China Construction Bank of VTB shares, and investment by RUSAL of \$ 15 million. in 2 enterprises for the production of blocks for aluminium plants, Rosneft's investments into the oil refinery, amount of more than 5 billion rubbles.

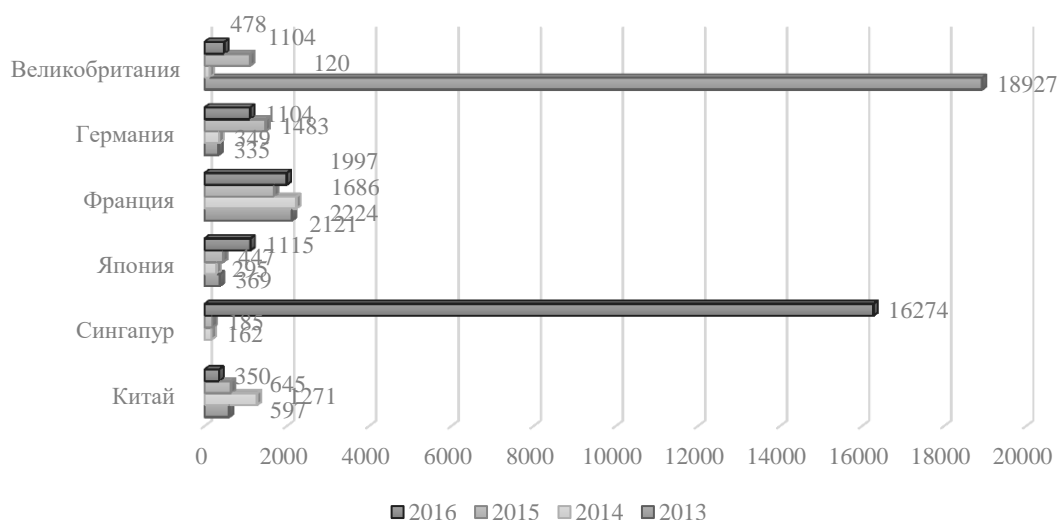


Figure 3 - volumes of foreign direct investments in Russia by countries in 2013-2016, millions. [7]

These projects bring profit and develop the economies of both countries. Analysing the country structure of direct investments from China in the Russian Federation, it can be seen that for both countries, the main partners in investment activities are offshore countries such as the Virgin Islands, the Cayman Islands, the Bahamas, Hong Kong, Singapore, the Netherlands. This impedes the transparency of the processes and also makes it impossible to monitor in detail the movement of financial flows and the final volume of investments, as official statistical services cannot take this fact into account. Singapore's data is made conditional upon the fact, that private investors of China and other Eastern countries use this country as a buffer, spending their money through it in the Russian Federation.

The current geopolitical situation demonstrates the need for balanced changes in investment policy affecting both domestic and foreign investors.

According to the principle of four groups of interrelated factors affecting the investment attractiveness of the country, the following main limiting factors can be identified in relation to the Russian Federation (Figure 4).

High investment risks are associated with the level of corruption in Russia, the lack of transparent business conditions, and the bias of the courts. It should be noted that the country is actively fighting corruption. The number of corruption cases brought to trial is on the rise, and the Government and the Federal Assembly are taking the necessary measures to toughen penalties for corruption. Based on the statistics of the Ministry of internal Affairs, we can talk about an increase in the number of corruption cases sent to court: in 2014, the number of such cases was 13037, in 2015-13774, in 2016. - 13996.

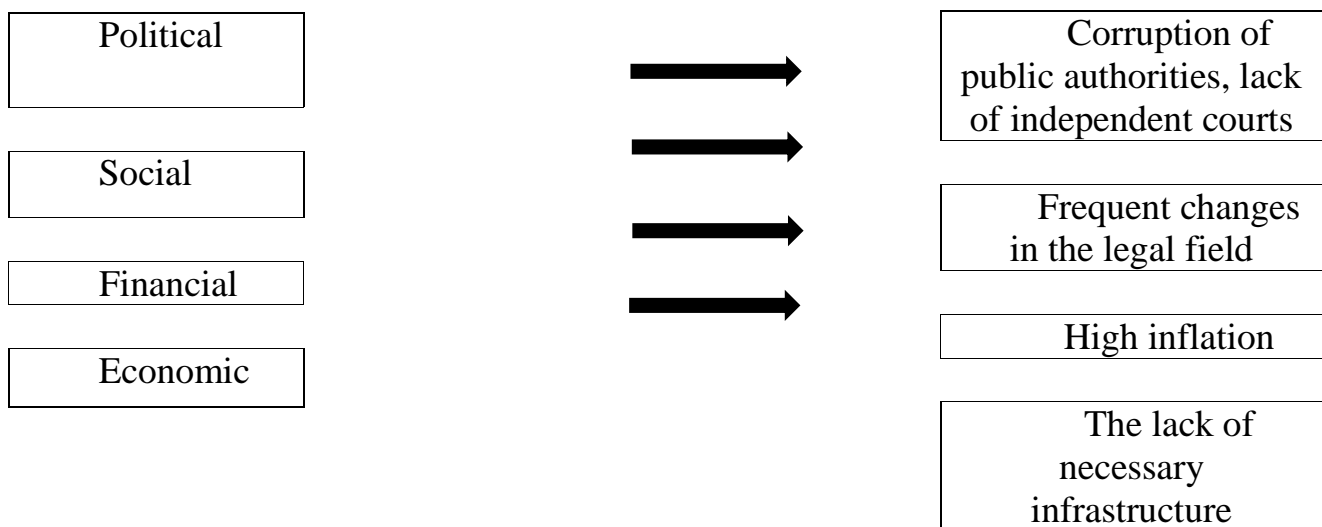


Figure 4-factors having a negative impact on the investment attractiveness of the Russian economy

According to the survey of the analytical centre "EY" [5], which conducted a survey among foreign entrepreneurs engaged in investment activities, one of the main obstacles for them is the frequent changes in the legal framework. According to "RUSPERT" [6] since 2012, the Russian Federation was at least 2244 of the law (the sixth convocation of the state Duma of the laws of 1817, the seventh – 427). This situation raises doubts among potential investors who want to be sure of the stability of the regulatory field and the availability of certain guarantees.

FSSS data show a decline in inflation to a record low of 2.5%. However, commodity dependence of the national currency is still considered an important issue. The result of 2.5% was achieved due to the stringent measures of the Central Bank, the depreciation of the dollar against the ruble, the process of demand recovery. According to public opinion polls, citizens say that the prices of food and other commodities continue to rise. There is still a threat of a sharp increase in inflation that can happen because of the changes in energy prices, tightening the policy of the US Federal reserve, which can lead to a decrease in the attractiveness of Russian assets and instability of the national currency.

Weak developed infrastructure is a major obstacle to the creation and implementation of investment projects. Potential investors are faced with the need to invest in the development of social infrastructure and housing construction before the immediate implementation of the production phase of the project, which significantly increases the amount of costs. Underdeveloped infrastructure slows down economic development, which affects all sectors of the economy, affects its investment attractiveness.

Based on the analysis of factors that have a negative impact on the image of the Russian Federation, its attractiveness, we have formed proposals affecting the legal, economic and social spheres, the purpose of which is to improve the investment attractiveness of Russia:

- improvement of the activities of law enforcement and judicial systems; ensuring transparency of their work by monitoring the legality of the execution of their work; constant evaluation of the activities of judicial, law enforcement and other state organisation;

- development of a more effective and tough anti-corruption policy by tightening legislation;

- improvement of the system of insurance of risks of investors related to the loss of property and capital by simplifying the insurance system itself, improving its efficiency (more thorough pre-insurance inspection of property);

- providing a number of benefits to foreign investors, depending on the amount of capital they want to use in the territory of the Russian Federation, as well as the industry in which it is expected to be completely invested, this can be expressed by customs privileges, tax benefits, etc.;

- simplification of the procedure for coordination with state institutions of projects involving foreign organizations in the field of infrastructure with experience in implementing similar projects;

- co-financing of regional infrastructure projects on the basis of public-private partnership principles.

The improvement of the investment attractiveness of the Russian Federation implies the activation of the state policy in the sphere of attracting foreign and domestic direct investments. The unresolved issues greatly increase the risks of potential investors, which in turn affects the dynamics of investments in the Russian economy. The priority now is to ensure a favourable environment for both domestic and foreign investors by developing a comprehensive mechanism for regulating the economic, political and social spheres.

Литература:

1. Инвестиционно-финансовый потенциал устойчивого социально-экономического развития краснодарского края» под ред. Л.Л. Игониной. – М.: РУСАЙНС, 2017. — 260 с.

2. Игониная Л.Л. Анализ внутреннего инвестиционного спроса в российской экономике: индикаторы, факторы, тенденции // Экономический анализ: теория и практика, 2017, т. 16, вып. 12, стр. 2270–2289.

3. Игони́на Л.Л. Инвестиции. – М.: Магистр, 2014. –752 с.
4. Иностранные инвестиции / под ред. А.П. Косинцева. – М.: КНОРУС, 2014. – 209 с.
5. ЕУ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.eu.com>. - (Дата обращения: 28.01.2018).
6. РУКСПЕРТ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ruxpert.ru>. - (Дата обращения: 28.01.2018).
7. Федеральная служба статистики РФ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/investment/nonfinancial/#; (Дата обращения: 28.01.2018).
8. ИЗВЕСТИЯ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://iz.ru>. - (Дата обращения: 28.01.2018).

УДК 67.155.9

Брылев А.А., Хапсирокова Б.Н.

студенты 3 курса

ФГОБУ ВО Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

(Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: bryliov.andrey@yandex.ru;

bellakhaps@gmail.com

Научный руководитель:

Гучетль С.К.,

преподаватель

ФГОБУ ВО Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

(Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: sof-guchetl@yandex.ru

СТЕРЕОТИПЫ В РЕКЛАМЕ. ПОИСК БАЛАНСА

Аннотация: в статье рассматриваются стереотипы в рекламе и их влияние на потребителей. Особое внимание уделяется гендерным стереотипам как мощным факторам социализации современного мира. Выявлены положительные и отрицательные последствия гендерной рекламы на общество.

Ключевые слова: стереотипы, стереотипы в рекламе, гендерные стереотипы, последствия гендерной рекламы.

Bryliov A. A., Khapsirokova B. N.,

students, 3d courses

FGIBU VO Financial University under the Government of the Russian Federation

(Krasnodar branch)

Krasnodar, Russia

e-mail: bryliov.andrey@yandex.ru;

bellakhaps@gmail.com

Scientific Adviser:
Guchet S. K.,
Teacher
FGIBU VO Financial University under the Government of the Russian Federation
(Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: sof-guchetl@yandex.ru

STEREOTYPES IN ADVERTISING. FIND THE BALANCE

Abstract: in the article stereotypes in advertising and their influence on consumers are considered. Particular attention is paid to gender stereotypes as powerful factors of socialization of the modern world. Revealed the positive and negative consequences of gender advertising on society.

Keywords: stereotypes, stereotypes in advertising, gender stereotypes, consequences of gender advertising.

Nowadays advertising has a huge impact on our life, moreover, it has become a powerful factor in socialization, including gender. This can have positive and negative consequences, both for an individual and for society as a whole.

Firstly and furthermore - all consumers are individuals. Not all the retirees are interested in gardening, not all women are interested in buying shoes, and not all men are sport-crazy. These are examples of stereotyping groups of people that can lead to disastrous results in advertising.

Many researches in last years report that using mass stereotyping groups of people do not work in ads anymore. Although many corporations still try to make money on stereotypes. The main thing that must be taught by present companies is very simple: the more you see and treat your customers as individuals, the more loyal they will be to your business.

So, what is exactly a stereotype?

A stereotype is an oversimplified, generally over-exaggerated belief that all members of a certain group act and think in the same way (fashion) [1].

To understand the problem we are talking about, it's necessary to describe the concept of «gender stereotypes». There are many different definitions, but most complete one can be seen in the Sociological Encyclopedia: gender stereotypes are simplified, schematized, emotionally clearly colored persistent images of men and women, usually distributed to all members of a particular gender group no matter what they like.

In advertising stereotypes can help people and companies get along. When potential consumer sees a woman in a white bathrobe with a stethoscope on her neck, he immediately understands: that woman is a doctor. When buyer looks at a young man in a suit with a folder and a phone in his hand, he thinks that this is most likely a successful businessman or manager.

Stereotypes in advertising can be not only people, their relationship and their manner of dressing, but also life situations, human habits, interiors of houses and even the time of day in which this or that action is being performed. Coffee is drunk

in the morning, cleaning is done ten minutes before the arrival of parents, pleasure is associated with the smell of flowers and tactile sensations from touching silk - you can enumerate endlessly!

The world in advertising is not only stereotyped, but also idealized. Such an image, which is detached from reality, more and more often does not attract, but irritates the consumer. At best, seeing another woman (middle-aged, attractive, but not beautiful, Slavic appearance, with a healthy skin color), which again and again with a light movement of her hand with a smile on her face, washes windows, cleans the stove or launches clothes, the potential buyer loses interest to advertising. At worst - begins to resent either a bored stereotype, or unnatural advertising.

More and more people are unhappy with such clichés. Women recognize hi-tech advertising, where attention is drawn to the simplicity of the proposed systems, offensive, because it ignores women managers who have long mastered the most complex software, and expose consumers stupid and limited.

It is necessary to give a realistic portrait of a woman in various spheres of life. They should not be ideal housewives who won men the right to independent earnings, but intellectually mature individuals with diverse interests and abilities. However, the image of a man in advertising is also relevant [2].

In Europe, there is another group, dissatisfied with their representation in advertising - these are older people. Critics unanimously declare that the image of ridiculous, helpless, capricious and inert old people repels most of the consumers. However, Russia with advertising aimed at pensioners, was lucky. In advertising, they all, although they take this or that medicine, look cheerful, speak clearly and have a well-groomed look, and advertising of banks is even pleased with purposeful, hobby-minded elderly people.

The most important question is: should we break stereotypes or not?

This is a very controversial issue, and, of course, in this step there are advantages and disadvantages.

Disadvantages:

- stereotypical advertising less and less attracts the attention of consumers;
- sometimes stereotypes irritate people, they need a new approach.

Advantages:

- stereotypical advertising - the easiest way to create connection between corporations and consumers;
- stereotypes advertising designed for a large audience.

Most likely, there is no right answer and there is no single system of action. But it's obvious, that in advertising stereotypes should existed as much as new, revolutionary trends.

A lot of things in marketing are achieved by personal courage and non-standard thinking, but it is not enough just to use the opposite marketing and always act contrary to the generally accepted practice.

Only a flexible mind and delicate approach, with humor, with pleasant surprises and style, can give birth to a masterpiece. The breakdown of stereotypes in

advertising should not go from the opposite or become a shocking advertisement, in which there are also many clichés [3].

It is necessary to improve the Russian Law «On Advertising», introduce appropriate amendments restricting the use of traditional gender stereotypes.

Fortunately, the number of gender neutral an advertisement is increasing, advertising images and stories appear that contradict traditional stereotypes, most of such advertising is oriented, as a rule, to young people.

As an example of beautiful representation of non-stereotyped advertising can be stunning large-scale work of the agency Pereira & O'Dell from San Francisco for Toshiba laptops with an Intel processor. The audience rated computers only in appearance, and Toshiba and Intel decided to focus on what's inside. The agency has invented an incredible campaign: the network has a touching series of 6 episodes, the main character wakes up every day in a new body. Alex tries to figure out what's going on with him, and writes down the calls to himself via a webcam. It was this form of video diaries that allowed the inclusion in the series of a huge number of viewers who wrote down and laid out on Facebook appeals on behalf of the hero.

The work collected an incredible number of awards at advertising festivals, it can be found on resources dedicated exclusively to cinema, as a self-contained series, and Alex played over 50 spectators. The strongest idea of «The beauty inside» («Beauty inside») frees us from any stereotypes and returns faith in ourselves. Absolutely not important is your gender, nationality, eye color, hair length, height and age - it's important what kind of person you are and what you have inside.

Литература

1 URL: <https://studytiger.com/essay-gender-stereotypes-in-advertising/>.

2 URL: <https://netology.ru/blog/gendernye-stereotipy-v-reklame>.

3 URL: <https://kontur.ru/articles/274>.

УДК 659.443

Гаспарян М.С., Николишина В.В.,

студенты 3 курса

Финансовый университет при Правительстве РФ

(Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: mariam_gasparyan_1997@mail.ru, nikolishina-98@mail.ru

Научный руководитель:

Гучетль С.К.,

Старший преподаватель,

Мамонова И.В.,

К.э.н., доцент

Финансовый университет при Правительстве РФ

(Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: SKGuchetl@fa.ru, i-tamonova@mail.ru

ФОРМЫ И МЕТОДЫ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ, ПУТИ ИХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Аннотация: В статье рассматриваются теоретические аспекты налогового контроля, раскрыты формы, методы налогового контроля и произведен сравнительный анализ результатов контрольной работы УФНС России по Краснодарскому краю и результаты контрольной работы налоговых органов по России по итогам 2015-2017 гг. Целью данной работы является изучение экономического содержания, а также определение направлений совершенствования налогового контроля. Отдельное внимание уделяется путям решения проблем, возникающих при осуществлении налогового контроля.

Ключевые слова: налоговый контроль, выездная налоговая проверка, камеральная налоговая проверка, эффективность работы налоговых органов, показатели эффективности налоговых органов.

Gasparyan M.S., Nikolishina V.V.,

Students, 3 courses

Financial University

Under the Government of the Russian Federation

(Krasnodar branch)

Krasnodar, Russia

e-mail: mariam_gasparyan_1997@mail.ru, nikolishina-98@mail.ru

Scientific adviser:

Guchetl S.K.,

Senior lecturer

Mamonova I.V.,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Financial University

Under the Government of the Russian Federation

(Krasnodar branch)

Krasnodar, Russia

e-mail: SKGuchetl@fa.ru, i-mamonova@mail.ru

FORMS AND METHODS OF TAX CONTROL, WAYS TO IMPROVE THEM

Abstract: in the article, theoretical aspects of tax control are examined, forms and types, methods of tax control are disclosed, and a comparative analysis of the results of the control work of the Federal Tax Service of Russia for the Krasnodar Territory and the results of the audit work of the tax authorities in Russia for the years 2015-2017. The purpose of this work is to study the economic content, as well as identify areas for improving tax control. Special attention is paid to ways of solving problems arising in the course of tax control.

Keywords: tax control, on-site tax audit, cameral tax audit, efficiency of tax authorities, efficiency indicators of tax authorities.

Tax control is an activity of tax officials to control the accuracy and timeliness

of payment legally established in the Russian Federation of taxes and duties carried out within its competence. Forms of tax control are provided para. 1, Art. 82 of the Tax Code and include:

- verification of the data of accounting and reporting;
- receiving an explanation of taxpayers, tax agents and payers;
- tax inspections;
- other forms stipulated by the Tax Code.

Tax laws are not formalized forms of tax control. In practice, they are grouped depending on various factors such as:

- on the territory, where they are examined: a desk (in the territory of the IRS), an exit (on the territory of the taxpayer);
- on the order of priority: primary and repeated;
- according to sources: actual (based on testimony, inspection, etc.), documentary (based on documentary information);
- according to the degree of planning: sudden (carried out unscheduled), planned (according to the schedule);
- mandatory for the taxpayer: mandatory (for the liquidation of a legal entity and in other cases), initiative;

Methods of tax control are methods used to verify the legality of economic transactions, the correctness of their reflection in documents and tax registers, the completeness of charging and paying tax revenues to the budget and the presence of signs of taxpayer offenses. They include their checking and revision. They are most in demand as a system of controlling actions of tax authorities, they are most often used. Based on the importance of these methods, let us dwell on their characteristics in more detail.

One of the main tasks facing the tax authorities is to increase the efficiency of work in the main areas of their activities and consolidate efforts to reduce appointments. To make informed management decisions at various levels of management, a comprehensive assessment of the effectiveness of the audit work of tax authorities is required.

Methodology for assessing the effectiveness of the control work of the departments of the Federal Tax Service of Russia, finding redundancy supervision of the organization of control work and methods of conducting it. Information on the effectiveness of the tax authorities on the complex and objectively evaluated activities of the Federal Tax Service of Russia for the Krasnodar Territory on the basic parameters of the control work.

The indicators of the methodology are chosen in such a way as to direct the efforts of the tax authorities to solve problems for raising funds to budgets of all levels, to carry out successful work, to reduce arrears.

Practical application of the methodology is based on the data of the Federal Tax Service of Russia for the Krasnodar Territory. To calculate the coefficients obtained, we used data on the results of the control work of the Federal Tax Service of Russia for the Krasnodar Territory for 2015-2017(Table1).

Table 1 - Results of the control work of the Federal Tax Service of Russia for the Krasnodar Territory for 2015-2017.

Index	2015	2016	2017	Growth rate, % 2017 by 2015
Number of tax audits of organizations, units.	992630	1126065	1557050	156,9
Number of field checks, total	906	796	611	67,4
Number of field audits of organizations	897	789	607	67,7
Number of field inspections that revealed violations, total	904	791	603	66,7
Number of on-site inspections of organizations that found violations, total	895	784	601	67,2
Number of desk checks, total	991724	1125269	1556439	160,0
The number of desk checks that revealed violations	51078	59941	89929	176,1
The amount of payments additionally accrued as a result of tax audits, thousand rubles. Including:	6382844	5388263	7069808	110,8
- during the desk audits	1038917	1509957	1578562	151,9
- during the on-site inspections	5343927	3878306	5491246	102,8

Thus, the specific weight of desk inspections, which revealed offenses for 2015-2017 are 5.15%, 5.33% and 5.78% respectively, the share of on-site inspections that revealed violations during the same period amounted to 99.8%, 99.4% and 98.7%, respectively.

The comparative characteristic of the Federal Territory of Russia for 2015-2017 years with the results of the control of the tax authorities in Russia for the same period. For this purpose will reflect similar indicators in the Russian Federation in Table2.

Table 2 - Results of the control of the tax authorities of Russia for 2015-2017.

Index	2015	2016	2017	Growth rate, % 2017 to 2015
Number of tax audits organizations	25142372	29029537	41033975	163.2
The number of field audits, all	23219	20110	15552	67.0
The number of field audits of organizations	22243	19138	14884	66.9
The number of field inspections, which revealed violations in all	23013	19944	15288	66.4
The number of field audits of organizations that identify violations, all	22063	19003	14739	66.8
The number of off-site inspections, all	25119153	29009427	41018423	163.3
The number of desk checks that revealed violations	1369528	1509649	2147780	156,8
The amount of payments additionally accrued as a result of tax audits, thousand rubles.	26735199	342991818	284453601	106,4
Including:	9			
- during the desk audits	49900043	83418187	45071760	90,3
- during the on-site inspections	21745195	259573631	239381841	110,1
	6			

In Russia as a whole, the number of tax inspections of organizations increased by 63.2%, the number of on-site inspections, all decreased by 33.0%, and the number of desk checks increased by 63.3%.

Improving tax control is the most important task of the tax authorities. First of all, it is necessary to eliminate existing problems that arise during the course of tax control.

It is necessary to create outsourcing firms that will deal with the calculation of tax liabilities, but some of these firms should be public or be under state control. Taxpayers who conclude an agreement with such firms should receive tax incentives, since the activities of such firms will not be oriented to tax planning. A taxpayer using telecommunication channels will transfer the necessary data to the FTS (staff list, data of the time-keeping records and other necessary information), and the tax authorities, or rather computer programs, will calculate payments and withdraw the amounts from the current account, that is, act as tax agents. Accordingly, such taxpayers are automatically exempted from submitting accounts: forms of 6-NDFL and ERSV (reporting on contributions), which will reduce administrative costs for businesses. In addition, it is possible to give functions on the calculation of fiscal payments related to wages (personal income tax and insurance premiums) to tax authorities. The next step is to calculate the property tax of organizations, and then the profit tax. Even easier this process is automated in special tax regimes, especially those where calculating the tax base does not need to take into account the costs. This process, of course, will develop against the backdrop of the expansion of computer technology.

As a result, it should be noted that it is necessary to look for further ways of improving the control of the tax authorities, at the same time mobilizing efforts in the above areas.

Литература:

1 Valov MA Thus, the exit tax review // is due Taxes and payments / Arbitration penalties tax necessity practice - 2015 comparative - No. 2.

2 Guseva T. Perfection of territory and carrying out of their results // the decision the Right debts and the economy. - 2014. Results - No. 10. - P.34-40.

3 Official site of the Federal Tax Service of Russia -URL: <http://www.nalog.ru> (reference date: 22.03.2018)

*Копылова Д.В.,
студент 2 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: german.daria@mail.ru*

*Научный руководитель:
Плаксин В.А.,
доцент, к.ф.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: vladimirplaxin@rambler.ru*

ГАЙДШОПЫ: НОВОЕ ПОНИМАНИЕ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Аннотация: В статье рассмотрен новый тип отношений компаний на рынке товаров и услуг. Автор определил основные преимущества и особенности гайдшопов.

Ключевые слова: менеджмент, маркетинг, бизнес, партнерство.

*Kopylova D.V.,
student, 2 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: german.daria@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Plaxin V.A.,
Docent
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: vladimirplaxin@rambler.ru*

GUIDE-SHOPS: A NEW UNDERSTANDING OF PARTNERSHIPS

Annotation: The article deals with a new type of relations between companies in the market of goods and services . The author has identified the main advantages and features of a guide-shops.

Keywords: management, marketing, business, partnership.

In modern economic conditions the use of innovative management methods is a necessary component of successful development of market entities and their economically beneficial interactions with each other. In addition to competition a new phenomenon such as “guide-shop” has recently emerged on the basis of a new understanding of cooperation. We consider it topical to analyze this type of cooperation of firms and companies due to the novelty of the application of this term in Russia. The aim of this study is to identify possible advantages and peculiarities of introducing guide-shops to our country.

For the first time a model of such partnerships and joint projects in the form of a "guide-shop" was introduced and tested by Bonobos a couple of years ago. How is it applied? For example, when you go to a store of this company to buy a shirt or trousers, you are provided with free coffee or tea from such a famous company as "Starbucks".

Of course, this partnership cooperation can acquire a different character of interaction. For example, there may be a cafe on the territory of a clothing store where you will be offered a rest and snacks at a discount price as for the customer of this store. There are many options for implementing and offering services. However, it should be noted that these companies or their branches do not have one and the same owner, a group of shareholders, etc. This model is solely based on the trust of the partners and the desire to increase their profits by attracting the clients of another partner firm.

What advantages does this cooperation give to the firms? Let's define the main ones:

- reduction of renting costs, electricity bills, water bills, etc. through sharing;

- reducing the costs of paying wages by cutting the number of staff, for example, a security guard and a cleaner;

- saving on advertising through joint activities to promote the services of their firms. For example, placing the appeal to come to the store to purchase a dress and in addition to drink a cup of coffee with a new kind of cookie on one banner;

- improving the quality of service and the provision of services. The attention should be paid to the open visual representation of the enterprise to the consumer as self-promotion. For example, when a client receives a hairdressing service, he can assess the work of the cafe staff. And a person can decide whether he wants to go to this cafe on the basis of his observations. Therefore, a high level of service and organization of work in this place will always be maintained in order to form the client's positive opinion;

- the opportunity to improve your reputation at the expense of the partner company. For example, if a customer constantly uses the services of a hairdresser in the favorite salon, then once he sees a new cafe on the territory of this beauty salon, a person will potentially have a positive attitude towards it without even tasting the products;

- it is also necessary to allocate an increase in the client flow and expand the audience of the provision of services or the sale of goods by attracting the customers of the partner firm.

However, it is necessary to highlight the peculiarity of this model of cooperation, which can be both an advantage and a disadvantage. It is the influence of the client's opinion about the firm on the impression of his partner in the market. The enterprise can receive a positive response or, conversely, an unjustifiably poor assessment of the activity only because of the dissatisfaction of the client with the services of the partner firm.

In the current trend of time-management around the world, this concept of organization of cooperation is beneficial not only for firms and companies, but also for the clients. What can attract the consumer's attention in the location on the territory of the sale of some goods and services the presence of another store or cafe, etc.?

Firstly, if the customer is initially interested in additionally offered goods and services, this certainly can save time for finding an alternative place to do shopping. And if there was no need, then this need to be made to arise. For example, a cafe can be made of an open type, so that the sounds of cooking and the smell of food and drinks come to the store's visitors.

Secondly, there is saving money. Of course, this situation is not always the case. From the economic point of view, the purchase of goods or the acquisition of services that were not originally part of a person's plans and are not vital, is not a saving. But if you evaluate from the point of view of the client, it is worth saying that often a person develops a false idea of his benefits, for example, with the word "discount", "gift", "promo". Accordingly, consumers can be assured of saving their own funds, but this in fact will not be so.

Thirdly, double satisfaction. The client complements good mood and positive attitude, for example, by resting in a cafe, in addition to getting pleasure from the perfect purchase or consumption of the service.

There are a great number of examples of how the model of partnership on the basis of guide-shops can appeal to the consumer, but in many respects they will be determined by the industry of partner companies and the nature of their interaction between each other.

Thus, summarizing all of the above, we can conclude that for the modern Russian market the use of such a partnership model is promising and profitable. Of course, the process of management and marketing in these conditions has some peculiarities. However, the potential for obtaining benefits from cooperation is greater than the existing risks.

Литература

1. Bonobos [Электронный ресурс: <https://bonobos.com/> (дата обращения: 10.04.2018)]

*Прищепина А.С., Гончарова Н.Э.,
студенты 3 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ
(Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: ana.prishepa@mail.ru natali-990@mail.ru*

*Научный руководитель:
Гучетль С.К.,
Старший преподаватель,
Финансовый университет при Правительстве РФ
(Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: SKGuchetl@fa.ru*

БИЗНЕС БЛОГ КАК НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЕ КЛИЕНТОВ

Аннотация: В данной статье поднимается проблема привлечение клиентов при помощи ведения бизнес блога. В работе представлен ряд шагов по успешному развитию блога и его влияние на расширение бизнеса, усиление бренда компании на рынке.

Ключевые слова: бизнес, блог, реклама, клиент, маркетинг, вебсайт.

*Prishchepa A.S., Goncharova N.E.,
Students, 3d courses
Financial University
under the Government of the Russian Federation
(Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: ana.prishepa@mail.ru natali-990@mail.ru*

*Scientific adviser:
Guchetl S.K.,
Senior lecturer
Financial University
under the Government of the Russian Federation
(Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: SKGuchetl@fa.ru*

HOW BLOGGING HELPS A BUSINESS GET MORE CUSTOMERS

Abstract: This article discusses the problem of attracting customers by running a business blog. In this work the steps of creating a successful blog, its influence on the development of business were presented and analyzed.

Keywords: advertising, blogging, business, customer, marketing, website.

If you have a small business, for example, you need a blog because it helps you get more customers. Blogging for your small business increases and enhances

engagements with people most in need of your service.

Business blogging is a marketing tactic that uses blogging to get your business more online visibility. A business blog is a marketing channel (just like social media, direct mail, email marketing, etc.) that helps support business growth.

Blogging Strengthens Your Brand. Your business website is an essential tool for providing information to your current and potential customers: where you are located, what services you provide, how you can be contacted. However, you don't only want to provide information to visitors; you want to provide an experience for visitors. With so much logistical information to provide and so little space on your homepage, it can be hard for your business's personality and voice to shine through.

Blogging helps a business to get more customers by helping to provide the experience that you want visitors to your website to have—the experience that sets your business apart from competitors and makes an impression on people. By using a consistent tone and voice—a business blogging basic—you can develop your brand identity and make clear to your customers the personality and values of your company. The more that people can feel personally connected to your business, the more likely they are to become customers.

Blogging Increases Your Online Visibility. A greater online presence affords your business more opportunities to express its personality, and also more eyes on your brand. The more people are exposed to your business, and the more familiar they become with your business, the more likely they are to become customers.

Blogging helps a business to get more customers by increasing its online presence. First of all, your business website has a limited number of pages, such as the homepage, an “about” page, a products/services/pricing page, and a contact page. However, with a blog, every post counts as a page. The more pages you have, the greater the chances you have of being discovered by potential customers searching online.

Second, if another blogger, local media outlet or larger organization finds one of your blog posts to be helpful, they may include a link to your post in their content. This is called «backlinking», and it now puts you in front of their target audience as well. Expanding your reach to a relevant audience greatly increases your chances of obtaining more customers.

Third, blogging yields content that can be shared. By sharing your blog through social media posts and via email, you can greatly amplify the number of people who see your post. Each new person who reads your post is another introduction made to your business—and another potential customer.

A Blog Helps Establish Your Business as an Industry Leader. Establishing your expertise within your industry is a great way to attract more customers to your business. Providing useful information to your target audience will earn their trust while at the same time showing your value. However, you only have so much space on your business website to show how much you know and prove that you can be trusted.

The blog, on the other hand, provides a platform to continuously showcase your knowledge and show visitors that you are there to help. Through it you can become a

trusted go-to resource for people in need of your service. They may use one of your blog posts to do something on their own, but when it comes to a greater task that they aren't able to do, they already have a trusted resource in their head that they will turn to. If you've helped them in the past, they are more likely to turn to you in the future. Blogging helps you to get more customers by establishing trust and keeping you top of mind with your target audience.

Blogging Boosts SEO. Blogging does not get you more customers through informative content alone. You need the people who are searching for the information to find it in the first place; and if your website shows up on 7th page of Google search results, let alone the 2nd, it is unlikely to get seen.

A blog can help your business to improve its rank on search engine results pages. First because search engines like websites that have a strong online presence and produce fresh content—two things that a blog can provide. Second because search engines also place high value on relevancy. Blogging gives you more opportunities to put keywords into your content, which will help Google to serve up your content to people searching for it.

Blogging Increases Website Traffic. Increasing traffic to your website can bring in more leads and potential customers. People can go to your site by typing your address into the search bar, but that requires them to know you exist, and to know your website address.

Each blog post is an additional channel by which people can arrive at your website and discover your business—not because they knew to look for your business specifically, but because they were searching for information that your blog post provided. Blogging helps your business to get more customers because it not only brings more people to your website, it brings in people who are interested in your products or services. By sharing your blog posts on social media and with your email list, you can further increase website traffic.

Using your online presence and expertise, you can strengthen your brand messaging and familiarize people with your business. Blogging is like the glue that binds these efforts together, ultimately connecting your business to more people who are looking for it. So do your business and your customers a favor, and start blogging.

Литература

1. How to Make Money with Your Blog in 2018// BLOGGING BASICS 101 URL: <https://www.bloggingbasics101.com/how-can-i-make-money-from-my-blog/> (date of the application: 10.05.2018).
2. How Blogs Help Business, Even If No One's Reading Yours// Blogmutt URL: <https://www.blogmutt.com/blog/5-reasons-why-business-blogs-work> (date of the application: 10.05.2018).
3. What Advertisers Want: 6 steps to Attract Advertisers to Your Blog// Problogger URL: <https://problogger.com/what-advertisers-want-6-steps-to-attract-advertisers-to-your-blog/> (date of the application: 10.05.2018).

*Симоненко О. С.,
Студент 2 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: simonenko.olga9@mail.ru*

*Научный руководитель:
Плаксин В. А.,
доцент, к. ф. н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: vladimirplaxin@rambler.ru*

КРАУДСОРСИНГ, КАК МЕТОД ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ БИЗНЕС-ИДЕЙ В ПРОЕКТНОЙ КОМАНДЕ

Аннотация. В данной статье будет рассмотрена авторская модель функционирования виртуальной проектной команды на основе краудсорсинговой платформы, которая будет направлена на реализацию бизнес-проектов и развитие предпринимательской сферы государства.

Ключевые слова: краудсорсинговая платформа, проектная команда, бизнес-идеи, экономическое развитие.

*Simonenko O. S.,
Student, 2d courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: simonenko.olga9@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Plaxin V. A.,
Docent
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: vladimirplaxin@rambler.ru*

CROWDSOURCING, AS A METHOD OF FORMATION AND DEVELOPING BUSINESS IDEAS IN THE PROJECT TEAM

Annotation: This article will consider the author's model of the functioning of the virtual project team based on the crowdsourcing platform, which will be aimed at the implementation of business projects and the development of the state's entrepreneurial sphere.

Keywords: crowdsourcing platform, project team, business ideas, economic development.

The modern stage of the evolutionary process implies the formation of a "new economic reality" through the development of small and medium-sized businesses, the active implementation of business ideas and innovative projects. The

development of business ideas and start-ups happens due to the activation of the business environment. Despite of the fact that for a long time the state paid insufficient attention to these subjects of the economy, small and medium-sized businesses still have a significant impact on the structure and quality of GDP and on the rates of economic growth of states [1, p. 225].

In addition, the use of information technology is an important direction in the development of the country's entrepreneurial potential. These technologies allow to significantly expand the opportunities for creating and managing business projects, help to create virtual teams that serve as a tool for implementing business ideas [2, p. 278]. One of the alternative technologies for introducing innovations in Russia, in particular, the development of business projects, business innovation and the creation of virtual project teams can be the use of crowdsourcing.

In this article, an attempt is made to consider the author's model for the functioning of a virtual project team based on the crowdsourcing platform, which will be aimed at implementing business projects and developing the entrepreneurial sphere of the state.

Crowdsourcing, or as it is also called "people's use of resources," is designed to involve a wide range of people in solving various problems of innovative activity for the realization of their creative abilities, knowledge and experience as a subcontracted work on a voluntary basis with the use of infocommunication technologies. Crowdsourcing is used as an effective tool for implementing original projects, developing business, creating innovative products.

Thus, this system, actively working in the West, is suffering a number of difficulties in Russia.

In our country, insufficient attention has been paid to the creation of a crowdsourcing model aimed at the successful development of business projects and, thereby, the expansion of the state's entrepreneurial potential. Having analyzed the main crowdsourcing platforms of the country, it would be expedient to offer its own model of crowdsourcing. This model can also become the most budgetary tool for state programs to develop the country's economic potential.

This model should not imply the organization of a forum, where participants formulate their questions, comments and suggestions unregulated, but an organizationally and methodically ordered model of the organization's interaction with initiative Internet users, figure 1.

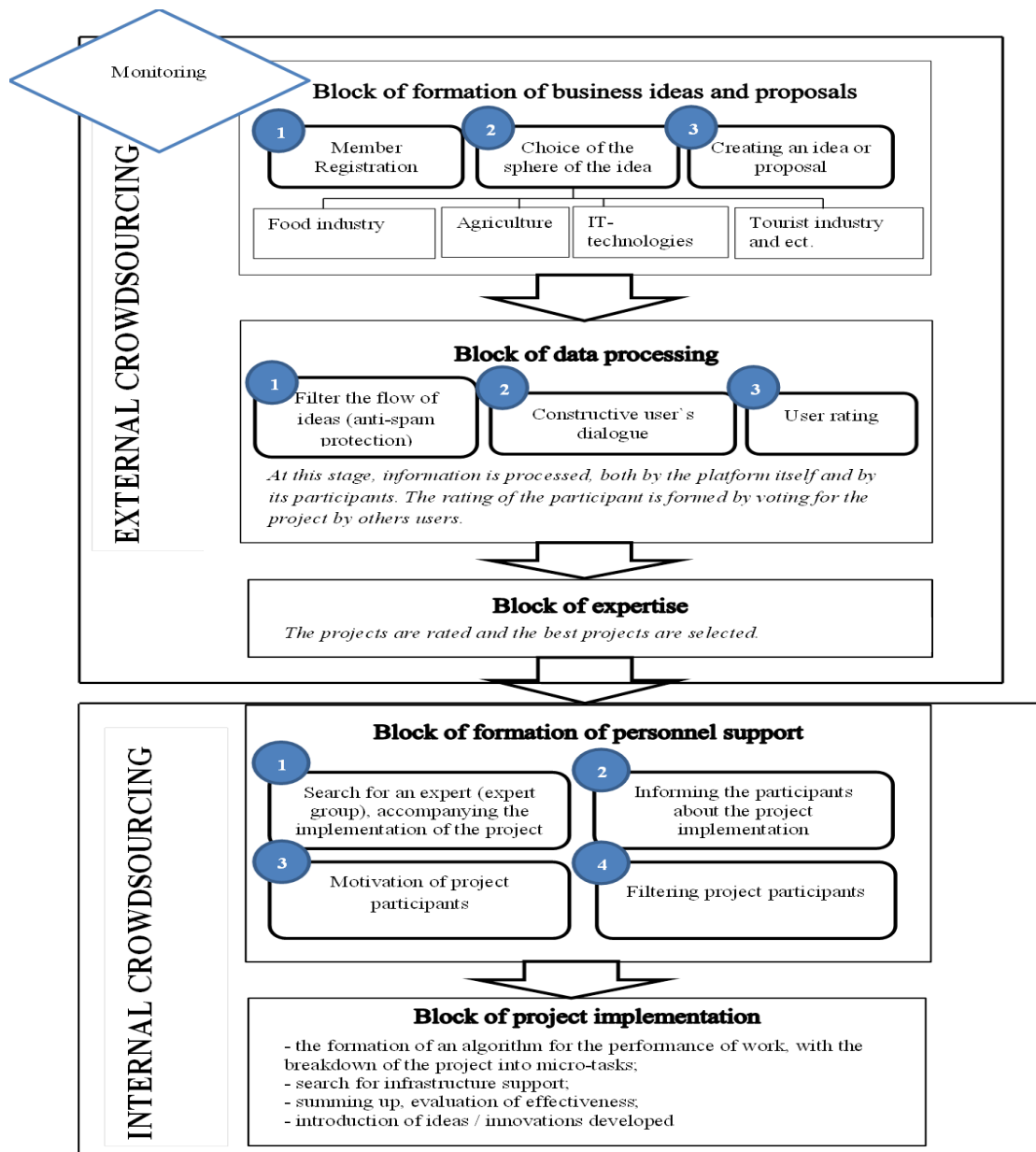


Figure 1 - Author's model of formation of a virtual project team on the basis of crowdsourcing platform

This platform should be aimed at forming a group of people ready to further develop and implement a business project. This crowdsourcing model, presented above, is of a mixed type (and includes external and internal crowdsourcing). At the outer stage, information is collected and processed. It is available to any user. It includes three blocks, each of which has several stages forming this block.

In the block of formation of business ideas and proposals there is registration of participants with the indication of contact data, so that in future experts could contact them to implement the project. Next, the user is offered to choose the scope of the project in order to easily form expert groups for each direction. According to the law "On Copyright", each initiator of the idea will be assigned its copyright to own a business idea, in order to exclude plagiarism in the business sphere [6].

In the information processing block, an idea flow filter is implemented. At the first stage, this is done through various programs, anti-spam tools, and then checked by public opinion, through discussion and constructive dialogue.

In the block of expertise, the best business projects are selected by voting. External crowdsourcing involves monitoring of incoming proposals every day.

Moreover, the crowdsourcing platform becomes internal and accessible only mainly to the organization or community of experts. At this point the virtual project team starts to be constructed (the block of staffing formation). The analysis and selection of submitted projects are carried out, after which the initiator of the best idea starts forming the team. This formation is mainly determined by selecting of the creator of the idea of the project expert group using feedback and a selection of interested persons in the implementation of the project through interviewing.

The head of the project team is a future businessman or company that wants to expand its production, and has proposed the project, the expert (expert group) actively cooperating with the initiator takes the position of the deputy project manager. Based on the survey, groups of stakeholders are formed, performing specific micro-tasks. The following tools will be used to filter participants:

- visualization of user activity;
- calculations of the reputational level and weighing the votes of users on the basis of their past merits.

The necessary part of the project team is the motivation of its participants. In the framework of the crowdsourcing system, it is possible to offer participants, who help in the implementation of the business idea, in case of successful implementation of the project, a monetary reward or status of the best user of the platform, which gives advantages in using it and an opportunity to become an expert. As a motivational factor of this mechanism the obtained experience of doing business, participation in the management of business projects of various levels can also be mentioned. Motivation of experts will consist of the monetary compensation paid by the future businessman or the company in case of successful development of business. In order to punish the participants for failing to fulfill their duties, the user's rating will decrease with a negative feedback. For the expert - deprivation of monetary compensation.

The block of realization of the business project is its final stage. Here algorithms of work execution are formed, as well as introduction of new business ideas, expansion of the business segment. Assistance is provided in the search for financial, technical and other resources. In the process of implementation of the algorithm, it is necessary to provide a constant iterative link between the blocks, an evaluation of the effectiveness of the project. In virtual project teams, unlike conventional ones, the problem of an effective way of exchanging information is also acute. This platform has all the tools to solve this problem. The possibility of holding conferences online, a program that allows participants to receive the latest information on the progress of the business project. To regulate the activities of each participant, schedules are provided, where the schedule of each worker will be fixed. The presence of a facilitator on the platform will ensure successful group communication.

For the successful functioning of the crowdsourcing platform, a regulatory factor is also needed. Indicators of platform effectiveness will depend on the number

of successfully implemented projects saved by companies or the future entrepreneur as a result of the virtual team, reducing the amount of time spent for data collection and implementation of the business project, the size of the first received profit of the initiator ideas and feedback platform participants. This information will be available to users who will subsequently decide to cooperate with this crowdsourcing company.

Thus, the use of this model of crowdsourcing will ensure:

- positive managerial image and image of the company through the introduction of modern management technologies;
- the growth in the number of entrepreneurs and persons interested in the development of business;
- optimization of the terms of search for new business solutions and the preparation of documents that have fundamental state and professional importance;
- involving of a huge number of people in the development of the country's economy;
- solving problems associated with managing a virtual team;
- formation of a data-bank of business ideas and projects;
- effective use of human resources for the development of information technology and business;
- improving of the efficiency of budget expenditures by replacing costly professionals with collective minds;
- this model can be used in any industry and business of any size and so on.

This model, built on the basis of crowdsourcing, can also be used both with small businesses, helping it competently implement the idea, as well as with a large enterprises, helping them to expand their business. It will become one of the tools to combat unemployment, and propose budgetary means of building up economic potential. Also, it can make a significant contribution to the field of management knowledge and to organize work and management in a virtual team.

Литература

1. Гражданский Кодекс РФ N 230-ФЗ | глава 70 ГК РФ «Авторское право» [Электронный ресурс] - <https://www.zakonrf.info/gk/gl70/>
2. Портал крауд-сервисов «Crowdsourcing.ru» [Электронный ресурс] - <http://crowdsourcing.ru/crowdmap>
3. Краудсорсинг: основные площадки в России и их аналоги на Западе [Электронный ресурс] - <http://www.towave.ru/pub/kraudsorsing-osnovnye-ploshchadki-v-rossii-i-ikh-analogi-na-zapade.html>
4. Симоненко О.С., Радченко М.В. Проблемы и направления развития малого и среднего бизнеса в Краснодарском крае [Текст]: Сборник научных работ VII Международной молодежной конкурса/ – Липецк: Научное партнерство «Аргумент», 2017
5. Воробьева М.А., Рубин А.Г. Инновационный подход в организационном проектировании: теория и практика. Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2018. № 1 (60). С. 278-280
6. Вагнер А. Краудсорсинг – новое слово в менеджменте. 2015.

Все права защищены. Никакая часть данного издания не может переиздаваться или распространяться в любой форме и любыми средствами, электронными или механическими, включая фотокопирование, звукозапись, любые запоминающие устройства и системы поиска информации, без письменного разрешения правообладателя.

**Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России:
императивы устойчивости**

**Материалы региональной
научно-практической конференции
студентов и молодых учёных
г. Краснодар, 25 мая 2018 г.**

Текстовое электронное издание

Минимальные системные требования:

**Компьютер: процессор x86 с тактовой частотой 500 МГц и выше; ОЗУ 512 Мб; 5 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA 1280x1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM
Операционная система: Windows XP/7/8
Программное обеспечение: Adobe Acrobat Reader версии 6 и старше.**

ISBN 978-5-91221-385-4



**Издательство: Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго
России
350058, г. Краснодар, ул. Старокубанская 116а**