

Central Bohemia University (CBU), Czech Republic
Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации Барнаульский филиал
Новосибирский Государственный Технический Университет – Факультет Бизнеса
Национальный исследовательский Томский политехнический университет Институт социально-гуманитарных технологий
Czech Technical University in Prague Faculty of Transportation Sciences Department of Air Transport
Diplomatic Academy, Czech Republic
Shanghai Diacron CPA Co., Ltd, Chinese People's Republic
PricewaterhouseCoopers (PwC),
офис в Новосибирске
Общество с Ограниченной Ответственностью «БС-Консалтинг»

**«МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ: ВЗГЛЯД В
БУДУЩЕЕ»
(MESLF-2018)**

Сборник научных трудов

*Central Bohemia University (CBU), Czech Republic
Financial University under the Government
of the Russian Federation, Barnaul Branch
Novosibirsk State Technical University –
Faculty of Business, Russia
Tomsk Polytechnic University –
Institute of Humanities, Social Sciences and Technologies, Russia
Czech Technical University in Prague Faculty of Transportation Sciences Department of Air
Transport, Czech Republic
Diplomatic Academy, Czech Republic
Shanghai Diacron CPA Co., Ltd, Chinese People's Republic
PricewaterhouseCoopers (PwC),
office in Novosibirsk (Russia)
Limited Liability Company «BS-Consulting»*

**«MODERNIZATION OF ECONOMIC SYSTEMS: LOOKING TO THE
FUTURE»
(MESLF-2018)**

Academic Journal

Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ»
Praha 2018

«Модернизация экономических систем: взгляд в будущее» (MESLF-2018): сборник научных трудов / под ред. П.А. Неверова, Б.А. Аманжоловой – Прага. Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2018. – 140 с.

Редакционная коллегия

Неверов Павел Александрович – кандидат экономических наук, заместитель заведующего кафедрой Учета и информационных технологий в бизнесе по науке, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Аманжолова Бибигуль Ашкеновна – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой Аудита, учета и финансов, Новосибирский государственный технический университет

Организационный комитет

Лесник Алексей – Директор центра международного образования, Университет Центральной Богемии.

Кирил Свобода – Директор Дипломатической академии.

Фрэнк Фэнг – Директор Shanghai Diacron CPA Co., Ltd.

Андрей Лалис, Ph.D. Department of Air Transport Faculty of Transportation Sciences Czech Technical University in Prague Czech Republic

Неверов Павел Александрович – кандидат экономических наук, заместитель заведующего кафедрой УиИТВБ по науке, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации.

Хайруллина Марина Валентиновна – доктор экономических наук, профессор, декан факультета бизнеса, Новосибирский государственный технический университет.

Аманжолова Бибигуль Ашкеновна – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой аудита, учета и финансов, Новосибирский государственный технический университет.

Сурай Наталья Михайловна – кандидат экономических наук, доцент, заместитель директора, Институт государственного администрирования, г. Москва.

Калашникова Татьяна Владимировна – кандидат технических наук, доцент, Национальный исследовательский Томский политехнический университет, Институт социально-гуманитарных технологий.

Черняева Ирина Валерьевна – Кандидат искусствоведения, доцент кафедры истории отечественного и зарубежного искусства, Алтайский государственный университет

Сурай Наталья Михайловна – кандидат технических наук., доцент, зам.директора Института Экономики, менеджмента и права Московский государственный университет технологий и управления им. К.Г. Разумовского

В сборнике научных трудов приводятся основные результаты деятельности ученых, научных коллективов, преподавателей и сотрудников научно-исследовательских и учебных заведений, студентов, магистрантов, аспирантов, по исследованию и внедрению инновационных процессов в различные сферы деятельности, таких как экономика, юриспруденция, педагогика, искусствоведение технические и сельскохозяйственные отрасли рассмотрены проблемы, тенденции, перспективы.

Сборник подготовлен на основе материалов Международной научно-практической конференции «Модернизация экономических систем: взгляд в будущее» (23-24 ноября 2018 г., г. Прага, Чешская Республика в очно-заочном формате) с участием ученых различных стран.

СОДЕРЖАНИЕ

Abakarova Z. H. THE FEATURES OF SWISS BANKING SYSTEM	6
Абдурахимова З. А. SMM КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	8
Агранат А. Р., Калабин К. Ю. СВОБОДНАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ МЕЖДУ БЫВШИМИ НАФТА И НОВОЙ КОРЕЕЙ	11
Акжолова М. Ж. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ Е-ТОРГОВЛИ В КЫРГЫЗСТАНЕ	13
Васильева М.С. УРОЖАЙНОСТЬ ЗЕРНОВОЙ КУЛЬТУРЫ И ВЛИЯНИЕ ПЛОДОРОДИЯ ПОЧВЫ ОТ КОЛИЧЕСТВА ВНЕСЕНИЯ ОРГАНО - МИНЕРАЛЬНЫХ УДОБРЕНИЙ	16
Васильева О. А. ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ И РЕКЛАМНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В B2B-СЕКТОРЕ	20
Гданова В. А. ИННОВАЦИИ В РАЗВИТИИ ПЕРСОНАЛА НА ПРИМЕРЕ ГАЗОВОЙ КОМПАНИИ	26
Дьячук Е. В. КОМПАЕНС - КОНТРОЛЬ: БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОСТО ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ	29
Зубов А.В. ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ КОНТРАКТНОЙ СИСТЕМЫ В СФЕРЕ ЗАКУПОК В СИБИРСКОМ ГЛАВНОМ УПРАВЛЕНИИ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	32
Ермекебаева Ж. Ж., Шакирова Р. Е., Марков А. В. ИССЛЕДОВАНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ МЕТОДОМ ФУНКЦИИ ЛЯПУНОВА СИСТЕМЫ ХИЩНИК-ЖЕРТВА	38
Izhboldin-Kronberg A. R. UNORTHODOX APPROACH TO THE ANALYSIS OF THE PROBLEM OF ECONOMIC POWER	41
Казанцева Е. В. СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ	49
Колесникова Т.Н., Мищенко Н.И., Сакно О.П., Никитченко И.Н. МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ВПУСКА БЕНЗИНОВОГО ДВИГАТЕЛЯ, КОТОРЫЙ РАБОТАЕТ ПО ЦИКЛУ АТКИНСОНА	51
Макаренко Е. Л. ОЦЕНКА ЗЕМЕЛЬ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА	58
Морозова О.О. ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ В ПРОЦЕССЕ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ СЛУЖБ ПОИСКОВОГО И АВАРИЙНО-СПАСАТЕЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПОЛЁТОВ	61
Сурай Н. М., Неверов П. А. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ	62
Оразымбеткызы А. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ГАРАНТИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОХРАННОСТИ ПЕНСИОННЫХ НАКОПЛЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	68
Пастушенко Е.А. ПРИНОСЯЩАЯ ДОХОД ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МУНИЦИПАЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ КАК ПРЕДМЕТ ПРОВЕРКИ КОНТРОЛЬНО-СЧЕТНЫХ ОРГАНОВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ	74
Скимбатору М.И. РОЛЬ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ЭКОНОМИКИ	78
Смирнов В. Ю., Пислегина Н. В. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ	

НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ	85
Строгонова В. О. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ	89
Таубаев У.Б., Какишев М.Г., Дарменова А.Г., Ертлеуова Б.О., Габдуллин Д.Е., Шушаков С.Н. РЕЗУЛЬТАТЫ ГИНЕКОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ БЕСПЛОДНЫХ КОРОВ	94
Титаренко И.Н. МАНИПУЛЯТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ЭЛЕКТОРАТ ВО ВРЕМЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	98
Уржумов Д.В., Кривецкий А.В. АРХИТЕКТУРА МОДУЛЯ СБОРА СТАТИСТИЧЕСКИХ ПРИЗНАКОВ ДЛЯ КЛАССИФИКАЦИИ ГРУПП ТОЧЕЧНЫХ ОБЪЕКТОВ	101
Финская Н. В. ВЫЯВЛЕНИЕ ИСКАЖЕНИЙ В ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ	105
Хорунжин М.Г., Миронова О.П. ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ДЛЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА	109
Хорунжин М.Г., Григорьева А.В. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (НА ПРИМЕРЕ БЛАГОВЕЩЕНСКОГО РАЙОНА)	113
Шустрова Т. Н., Наумчик Т. С. ВОЗМОЖНОСТЬ «УБЕРИЗАЦИИ» РЫНКА АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ	117

**МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ
MODERNIZATION OF ECONOMIC SYSTEMS**

UDC 330

THE FEATURES OF SWISS BANKING SYSTEM

Abakarova Z. H., студент

*Научный руководитель, RezaHanova Z. T.
Дагестанский государственный университет
Россия, Республика Дагестан
E-mail: zarina.abakarova1999@gmail.com*

Abstract: The article deals with the peculiarities of the Swiss banking system, its structure and its role in the country. This article shows the mechanism of the system and its main advantage.

Keywords: the banking system of Switzerland, banks, economy, confidentiality, professionalism, banks performing services, corporate lending.

Swiss banking system has got a long, rich history, ranking the first in confidentiality. Modern Swiss banking provides an abundance of services, starting from the traditional banking operations up to the modern leasing, trust and factoring.

The main advantage of Swiss banking system is confidentiality. The secrecy has been in force since as far back as banker's first performance and officially codified as part of Swiss Laws. Swiss banker are under strict obligation to maintain any information about their client's accounts, with the exceptions whether some inquiring to be made with criminals. This reflects the long-standing tradition of Swiss personal privacy and any violation of banking secrecy is to be prosecuted.

Swiss banking has an outstanding reputation for its professionalism in various economic and political situations. Swiss banks can be counted upon delivering excellent service no matter what the prevailing winas or circumstances the day brings. It provides its clients with stability. Switzerland has politically and socially stable economy, with a reliable legal system and a history of economic prosperity, their bankers offer excellent levels of experience and service. Swiss banker are highly-trained in investing and know how to cram money.

The Swiss banking system is based on the concept of a full service bank, with banks performing services, such as securities, unvestment and portfolio management. Swiss banks provide its clients with a range of services, such as bank accounts, asset management, private banking, venture capital, islamic baking, fund management, family office. trust formalities, asset protection and other.

Swiss banks never guarantee any interest for the deposit. Instead, the Swiss banks supports the client with the management of the resources and operates only in clients favour. The Swiss banking system is characterized by a three-tier

structure. The first level is occupied by the Swiss national Bank with head offices, representative offices and agencies [1].

Cantonal banks are governmental organizations established and controlled by the authorities of one of Switzerland's 26 cantons. They have long and undeniably been the most reliable in the world. In the field of cantonal banks are all industries, but the most they have developed in savings and mortgage lending, as well as in the field of asset management.

Cantonal banks are governmental organizations established and controlled by the authorities of one of Switzerland's 26 cantons. They have long and undeniably been the most reliable in the world and have emerged as a result of the need to develop the cantonal economy through cheap public credit. In the field of cantonal banks are all industries, but the most they have developed in savings and mortgage lending, as well as in the field of asset management. [2].

The second tier of the Swiss banking system is represented by the activities of various types of private commercial banks. The largest are two multinational banks – UBS and Credit Suisse, which account for more than 50% of Swiss deposits, and each of them has an extensive network of branches throughout the country and abroad.

Regional and savings banks in Switzerland provide traditional banking services: mortgage and corporate lending, acceptance of deposits. Stock banks, serve customers both within the country and abroad. Private banking houses are organized in the form of partnership, are the oldest banking cluster in Switzerland, in the sphere of their activities – the management of the investment portfolio of their clients.

Switzerland is a country of banks, so the third level of the banking system is represented by banks of cooperative insurance and loan offices, the traditional sphere of activity of which is currency and interest arbitrage transactions.

Swiss banks rarely lend to third parties, they have the main income from operations with various currencies and securities. The Swiss Bank will never accept money from the client without specifying in advance to what degree of risk it should manage them [3].

Thus, we can conclude that Switzerland is a country with an interesting and complex banking system. The Swiss banking system, established a century ago, is still functioning as well. The norms of the Federal law "on banking" of 1934 are still in force, which only underlines the fact that modern Swiss banks continue the best traditions. The complexity and hierarchy of the whole system contributes to a clear division of functions and powers between banks and, as a consequence, to a more productive functioning of the banking system.

Bibliography

1. Peter Nobel. *Swiss financial law and international standards: [English]* URL: <https://books.google.ru>.
2. Khrustalev A. A., Berdyshev A.V. *Hedging of the currency risk of the enterprise // Innovation development No. 12 (17) | Dec 2017*
3. Affectionate E. *Banking system of Switzerland // Economics and management in XXI century: tendencies of development. 2014. No. 19-2. P. 66-70*

SMM КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Абдурахимова З. А., магистрант

*Научный руководитель: Калашикова Татьяна Владимировна, кандидат
технических наук, доцент*

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Россия, г. Томск

E-mail: tvkalash@tpu.ru

Аннотация: В статье рассматривается проблема продвижения товаров и услуг в условиях широкого распространения социальных сетей в жизни потенциальных потребителей. Для решения этого вопроса рассматривается актуальность использования SMM. В работе проведена апробация применения SMM и определена эффективность применяемых мер.

Ключевые слова: продвижение, SMM, социальные сети, Instagram, ВКонтакте, YouTube

Ежегодно количество новых пользователей социальных сетей растет. Покупатели большую часть времени проводят находясь в «онлайн». Поэтому, если раньше реклама на телевидении имела успех, теперь настала эпоха Social Media Marketing (далее SMM) – продвижения услуг, товаров, идей посредством социальных сетей. В связи с этим возникает необходимость разбираться и уметь правильно применять инструменты SMM для достижения высоких результатов. Данная задача актуальная для всех отраслей бизнеса. SMM позволяет продвигать товары и услуги, работать над повышением узнаваемости бренда, увеличивать объемы продаж и прибыль.

Стоит понимать, что не существует универсального плана действия для продвижения продукции и услуг, всегда необходимо учитывать особенности продвигаемого объекта. Если услуга и товар очень легки для понимания и восприятия, не влекут больших последствий, то потенциальному потребителю принять решение о покупке легко. Тогда как сложный товар и услуга вызывают сомнения у потребителя, долгий период принятия решения. Поэтому комплекс мероприятий для продвижения в этих случаях будет различаться так же, как и их результативность.

Чтобы проанализировать эффективность SMM-продвижения, было проведено апробирование на томской компании «Центр Развития Мозга» (далее ЦРМ). Продукт компании представляет собой сложную для восприятия и понимания услугу для «прокачки мозгов». Применяемая технология основана на нейробиологической обратной связи: специальная гарнитура считывает информацию об активности головного мозга и в зависимости от полученной информации сопряженная программа на компьютере выполняет необходимые действия. Применяемые средства продвижения не приносили желаемого результата. За полгода деятельности

компании продвижения не обеспечивали необходимый уровень загрузки, что приводило к работе в условиях низкой доходности. Средний чек на услуги ЦРМ составлял 7 000 р. На момент внедрения SMM в испытуемой компании было всего 3 клиента. Для продвижения услуг ЦРМ использовался специально составленный комплекс мер. Эффективность определялась не просмотрами, кликами, а конечным покупателем услуг ЦРМ. Все количественные данные вы можете увидеть в таблице 1.

Таблица 1 – Эффективность проведенных мер

№	Мера	Затраченные средства (р.)	Сроки	Иные показатели	Количество покупателей
1.	Контент-маркетинг	31 000	март –	-	-
2.	Реклама в сторонних пабликах	3 000	апрель – май	5 посещений	2
3.	Работа с томскими блогерами	10 000	март – июнь	24 посещений	11
4.	Участие в совместных розыгрышах и спонсорство на мероприятиях.	3 000	август	-	7
5.	Перехват аудитории у косвенных конкурентов	6 000	октябрь	12	5
6.	Опросы в Stories.	0	июнь -	100 посещений	8
7.	Таргетированная реклама в ВКонтакте	8 000	октябрь	12 312 просмотров 50 переходов	-
8.	Таргетированная реклама в Instagram	16 000	сентябрь - октябрь	34 158 охват пользователей 70 переходов и кликов	-
9.	Реклама на YouTube	32 000	Май	2 200 просмотров	2

По итогам проведенного эксперимента были сделаны следующие выводы:

1. Реклама на YouTube, несмотря на ее высокую стоимость, оказалась неэффективной. Реклама в популярных пабликах тоже не имела успех.

2. Аудитория (в Instagram и ВКонтакте) очень тяжело идет на взаимодействие. Необходимо дополнительное стимулирование ее призами и бонусами.

3. Положительно повлияла реклама у блогеров и лидеров мнений. Это обусловлено тем, что они освящали деятельность компании неоднократно, что позволило потребителям ближе познакомиться с услугами

компании.

4. Таргетированная реклама в Вконтакте и в Instagram оказалась одной из самых эффективных мер по продвижению. Это связано с тем, что воздействие оказывается на целевую аудиторию точно.

5. Большое значение имеет контент и дизайн социальных страниц. Все это влияет на восприятие потребителя. Качество контента влияет на охват публикаций. Правильно подобранный контент позволит показать себя экспертами в необходимой области, повысить лояльность клиентов, донести доступным языком потребительскую ценность услуги или товара. Важно отметить, что наличие реальных отзывов и уникальных видео вызывает больше доверия.

6. Массфоловинг и масслайкинг уже не актуальны в продвижении с внедрением «умных» лент в Вконтакте и Instagram. Наоборот, оказывается негативное влияние.

Применения SMM-продвижения позволило компании расшириться и выйти на новый уровень доходности. Компания стала более известной и ее услуги пользуется успехом. С момента применения движения продано 107 услуг. На последнем месяце - 30. Средний чек составляет 10 000р.

Проведенные опыт и исследования показывают, что при продвижении товаров и услуг необходимо идти в ногу со временем и использовать современные инструменты продвижения, а именно SMM. SMM позволяет компании стать ближе к аудитории и расположить ее к себе. Поэтому, в условиях развивающегося виртуального мира, продвижение в социальных сетях актуально и эффективно.

Библиографический список

1. *Безбедов Г.М. SMM-продвижение футбольного клуба и взаимодействие с целевой аудиторией посредством социальных сетей // Научный журнал КубГАУ. – 2017. - №129 – С. 1271-1281.*
2. *В.В. Евсюков, А.К. Райман - SMM - драйвер повышения эффективности маркетинга в современных условиях // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки – 2018. – №1 – С. 67-73*
3. *Поляков В.А., Фомичева И.В., Юдина О.В. Направления развития современного маркетинга // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2017. Вып.4-1. С. 200-211.*
4. *Герасикова Е.Н., Синицына Ю.А. маркетинг в социальных сетях как площадка продажи товаров и услуг. // Universum: экономика и юриспруденция – 2018. – №6 – С. 43-46.*
5. *Качесова И.Ю., Мартихина Е.В. особенности дискурсивных аспектов взаимодействия автора и читателя (на материале анализа контента социальной сети instagram) // Дискурс-Пи. 2018. №1 (30). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-diskursivnyh-aspektov-vzaimodeystviya-avtora-i-chitatelya-na-materiale-analiza-kontenta-sotsialnoy-seti-instagram> (дата обращения: 10.09.2018).*

СВОБОДНАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ МЕЖДУ БЫВШИМИ НАФТА И НОВОЙ КОРЕЕЙ

*Агранат А. Р., магистрант, 1 курс, напр. Финансовый менеджмент
Калабин К. Ю., магистрант, 1 курс, напр. Финансовый менеджмент*

Научный руководитель: Орехова Е. А., к.э.н., доцент

*Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им.Г.В. Плеханова
Россия, г. Саратов
E-mail: Agranat.alina@mail.ru*

Аннотация: В рассматриваемом вопросе темы исследования статьи рассмотрены и проанализированные данные между бывшими членами НАФТА и будущими членами USMCA, а также проведена оценка сотрудничества США с Южной Кореей.

Ключевые слова: НАФТА, USMCA, Южная Корея, США, Канада, Мексика, Мехико.

Президент США Дональд Трамп и глава Южной Кореи Мун Чже Ин подписали новый договор о свободной торговле между странами.

В рамках соглашения Сеул вдвое (с 25 тыс. до 50 тыс.) увеличивает количество автомобилей американского производства, которые допустят на южнокорейский рынок без дополнительных модификаций, с использованием принятых в США стандартов безопасности. Кроме того, Южная Корея признает установленную в США стандарты по безопасности для окружающей среды и количеству вредных веществ в выхлопных газах. [1]

Южнокорейская стороны также согласилась изменить свою позицию по поддержке внутренних производителей фармацевтической продукции и обеспечить справедливое отношение к товарам из США. Помимо этого Вашингтон и Сеул договорились, что импорт стали из Южной Кореи в США будет ограничен на уровне 70% от объёмов с 2015 по 2017 год.

Как подчёркивает Reuters, после подписания соглашения Трамп заявил, что страны показали редкий «пример дружбы и сотрудничества в торговле».

Договор с Южной Кореей был подписан на фоне сообщений о нежелании Китая вести с США переговоры о торговле. По Данным источников газеты The Wall Street Journal, такое решение китайские чиновники приняли после того, как стороны обменялись введением новых пошлин, где Вашингтон обложил тарифами товары на сумму 200 млрд.долл., а Пекин – 60 млрд.дол. и из-за угроз новых ограничений. [2]

Схожая ситуация наблюдается и в отношениях США и Евросоюза. После того как Вашингтон установил тарифы на ввоз стали и алюминия из ЕС, Канады и Мексики, и в след за ответными мерами Брюсселя еврокомиссар по торговле Сесилия Мальстрём предложила обнулить взимание пошлины на импорт автомобилей. Трамп назвал такие условия недостаточно хорошими.

Другие переговоры США ведут с Мексикой. Речь идёт о модернизации

соглашения о свободной торговле НАФТА. Трамп считает, что вместо этого договора Вашингтону нужна заключить соглашение с Мехико, но мексиканская сторона настаивает на участии в переговорах Оттавы. В начале сентября президент США пригрозил выйти из НАФТА, в случае если конгресс будет вмешиваться в переговоры.

Однако, стороны завершили переговоры по перезаключению соглашения о свободной торговле. Американские производители получили доступ к канадскому молочному рынку, а Канада добилась сохранения механизма разрешения торговых споров.

Представители США, Канады и Мексики договорились о перезаключении Североамериканского соглашения о свободной торговле (НАФТА). Об этом говорится в сообщении на сайте канадского правительства. За несколько часов до официального объявления об итогах переговоров об этом со ссылкой на высокопоставленный источник также сообщил канадский телеканал CBC News.

«Сегодня Канада, Соединённые Штаты и Мексика заключили соглашение о новом, модернизированном торговом соглашении в 21 веке. Оно приведёт к более свободным рыночным отношениям, более справедливой торговле и устойчивому экономическому росту в нашем регионе», - отмечается на сайте правительства Канады. Теперь соглашение, как уточнили в пресс-службе, также изменит своё название. Вместо НАФТА (North American Free Trade Agreement) оно будет называться USMCA (the United States – Mexico – Canada Agreement – соглашение США, Мексики и Канады).

Новая договорённость, как заметили в канадском правительстве, укрепит средний класс, а также создаст хорошие, высокооплачиваемые рабочие места и новые возможности для почти полмиллиарда людей, которые называют Северную Америку домом.

Условия USMCA в сообщении на сайте правительства Канады не указываются. Однако по информации источника CBC News, ключевым пунктом договора является расширенный доступ американских производителей на канадский молочный рынок. С другой стороны, в новом соглашении, как отмечает телеканал, будет сохранена ст. 19 о решении торговых споров, против чего выступали США. Детали договорённости, по данным CBC, будут опубликованы в ближайшее время.

Тремя днями ранее президент США Дональд Трамп отказал канадскому премьеру Джастину Трюдо в личной встрече на полях Генассамблеи ООН в Нью-Йорке. Отказ он объяснил плохими переговорами с Канадой по НАФТА.

Пересмотр НАФТА был одним из предвыборных обещаний Трампа. Он утверждал, что создание зоны свободной торговли привело к потере рабочих мест сотнями тысяч американцев, и лучше вовсе её отменить, чем оставлять в нынешнем виде. Обсуждался вопрос двух отдельных соглашений с каждой из стран вместо общего НАФТА, в особенности после введения американской стороной пошлин на ввоз стали и алюминия.

Спорными вопросам для Вашингтона и Мехико были пошлины, собираемые в Мексике автомобили, а также контроль за нелегальной миграцией в США. В конце августа Трамп заявил, что с Мехико удалось достичь неких договорённостей, однако их суть не раскрыл. Для сведения договор о НАФТА был подписан США, Канадой и Мексикой в 1994 году.

В начале октября 2018 года, американский президент Дональд Трамп сообщил в своём Twitter, что США, Канада и Мексика заключили историческую сделку USMCA.

Трамп поздравил своих мексиканских и канадских коллег с заключением нового, «прекрасного» соглашения, которое «Решает многие недостатки и ошибки в НАФТА, значительно открывает рынки для наших фермеров и производителей, уменьшает торговые барьеры в США».

Стороны заключили новое соглашение в ночь на 1 октября 2018 года. В Канаде подчеркнули, что договор укрепит средний класс, а также создаст хорошие, высокооплачиваемые рабочие места и новые возможности для почти полмиллиарда людей, которые называют Северную Америку домом.

Пересмотр НАФТА, подписанного ещё в 1994 году, был одним из предвыборных обещаний Трампа. В июне 2018 года американский президент допускал подписание отдельных соглашений с Оттавой и Мехико, а в августе Трамп говорил, что смог договориться с мексиканцами по соглашению, но не привёл никаких деталей. В сентябре Трамп угрожал конгрессу США разорвать НАФТА, если орган будет вмешиваться в переговорный процесс.

Библиографический список

1. Митяева, Н.В., Орехова Е.А., Бобкова А.Д. ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ В ОБЛАСТИ ФИНАНСОВОЙ КУЛЬТУРЫ / Н.В. Митяева, Е.А. Орехова, А.Д. Бобкова. - Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2017. No 3 (67). С. 136-140.

2. Орехова Е.А., Ларина Е.Б. ИНСТИТУТЫ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА КАК ФАКТОР ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ / Е.А. Орехова, Е.Б. Ларина. - Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2018. No 2 (71). С. 23-27.

УДК 330

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ Е-ТОРГОВЛИ В КЫРГЫЗСТАНЕ

Акжолова М. Ж., Соискатель PhD

Жалал-Абадский государственный университет

Кыргызская Республика, г.Жалал-Абад

E-mail.ru: meimanby@bk.ru

Аннотация: В статье анализируются особенности методов торговли через интернет в виртуальной среде, преимущества и проблемы по сравнению с традиционным способом продаж. И автором делается вывод, что в Кыргызстане торговля через интернет станет одним из перспективных видов торговли.

Ключевые слова: интернет торговля, виртуальная среда, интернет пользователь,

Интернет-торговля стала неотъемлемой частью экономики любого государства и рассматривается как бизнес-среда для продвижения товаров и услуг.

В Кыргызстане интернет торговля стала появляться в начале 2000-х годов. Сегодня уже в Кыргызстане количество интернет-магазинов, мобильных кошельков и банковских карточек растет, расширяется сеть платежных терминалов. [2]. Но самая важная миссия по развитию интернет торговли возложена на интернет-магазины. Им следует налаживать контакт с клиентами таким образом, чтобы угодить во всем, начиная с дизайна сайта и заканчивая качеством услуг.

В основном, самой проблематичной остается ситуация с развитием логистики. В этом плане Кыргызстану следует брать пример со стран Европы и Китая, где эта отрасль развивается быстрыми темпами.

Что касается государственной поддержки, то первый шаг уже сделан: рынок интернет торговли признан официально. Принят закон о платежной системе и положение об электронных деньгах.[1]

По данным Государственного агентства связи Кыргызской Республики,[2] число интернет-пользователей на конец 2014 года достигло 4 млн., или около 70% населения. Исследование одной из консалтинговых компаний показало, что около 70% бишкекчан являются интернет-пользователями. В любом случае можно сказать, что большое количество людей достаточно много времени проводит в Интернете. Всех их можно рассматривать в качестве потенциальных клиентов. Объем рекламного рынка Кыргызстана оценивается примерно в \$2 млн. в год. Более половины приходится на телевидение, далее следуют наружная реклама, радио, газеты и журналы. Но они постепенно сдают свои позиции. Факт в том, что коммерческие сайты начали попадать в рейтинг самых популярных сайтов, это говорит о повышении интереса аудитории к покупкам через Интернет. Растет число мобильных приложений, корпоративных аккаунтов в социальных сетях.

Сегодня создаются сайты, занимающиеся продажей только сотовых телефонов — «Мой телефон», «Мостовой»; продуктов питания — Onlineshop.kg, одежды – Fashion.kg. Запускаются все больше магазинов, продающих бытовую технику – Best.kg, Qwerty, подающий надежды интернет-магазин Compic, который осваивает низкодоходный сегмент. Помимо вышеуказанных ниш в Кыргызстане растет торговля цветами, лекарствами, посудой, мебелью, различными гаджетами, сувенирами и многим другим.[4]

Всплеск интернет-предпринимательства сказался на усилении конкуренции, параллельно растут требования к качеству обслуживания со стороны потребителей. Каждый год порог входа в этот сектор повышается, за счет увеличения маркетинговых затрат. В качестве ответа на эту проблему возникла новейшая волна торговли через интернет - онлайн

торговые площадки: aMart, Mag и другие. Их отличие от предыдущих поколений интернет-магазинов в Кыргызстане в том, что покупатель имеет возможность приобрести товар не у одного продавца, а сразу у многих. Если сравнить с обычными базарами интернет-магазины - это «контейнеры», а он-лайн торговые площадки — это, своего рода, рынок на пример «Кара-Суу». Они предоставляют предпринимателям готовое решение в виде онлайн-витрины для осуществления торговли.

Чтобы повысить качество торговли через интернет, необходимо решить как минимум две проблемы:

Первая и самая важная — это вопрос доставки, т.е. логистика, так как в организацию доставок необходимы серьезные инвестиции. В условиях Бишкека, при хорошей организации доставку товара можно организовать в день заказа, что и делают некоторые интернет магазины.

Развитие торговли прямо пропорционально уровню проникновения интернета. Чем выше уровень, тем больше охват населения торговлей через интернет.

Вторая проблема — это низкий уровень внедрения электронной оплаты. Возможности уже есть, но опять же существуют объективные факторы, которые тормозят их широкое внедрения — отсутствие подобной культуры у большей части населения, т.е. боязнь, слабое распространение электронных денег, низкий уровень использования банковских карт. Эти специфические проблемы дополняются низким уровнем проникновения интернета в регионах республики, перебоями с электроэнергией, ненадежной почтой и т.д.

Но решение в совокупности двух главных из вышеперечисленных проблем приведет к эффекту и росту e- торговли.

Следует подчеркнуть, что кыргызстанские пользователи чаще делают покупки в Интернете на зарубежных сайтах. Значит, спрос и интерес имеются, поэтому открывать проекты нужно здесь и сейчас. Нужно внедрять то, что уже пользуется популярностью. Торговля через интернет помогают сделать процесс сбыта более простым и улучшают эффективность взаимодействия продавца с покупателями и достаточно действенный способ привлечения новых клиентов. А также интернет торговля – это удобно и быстро для обоих участников процесса купли-продажи. В конечном итоге, круглосуточная доступность, отсутствие очередей, широкий ассортимент товаров, возможность ознакомиться с техническими характеристиками и воспользоваться системой сопоставления цен, не вставая с кресла — все это приведет к росту интернет торговли.[5] Таким образом, торговля товарами через интернет в Кыргызстане - перспективный бизнес, способный создать новые рабочие места и доходы. Фактором успеха таких продаж является экономия на операционных издержках.

Нет необходимости открывать магазины, филиалы, то есть нет огромных затрат на аренду, охрану, коммунальные услуги. Поэтому торговля через интернет является одним из наиболее привлекательных средств продвижения товаров, и необходимо определить перспективы её

развития, учитывая членства Кыргызстана в ЕАЭС. Так как, 29 мая 2014 года в Астане (Казахстан) подписан договор о создании Евразийского экономического союза. С 1 января 2015 года ЕАЭС начал функционировать в составе России, Белоруссии и Казахстана. Со 2 января 2015 года членом ЕАЭС стала Армения, Кыргызстан стал полноправным членом союза 12 августа 2015 года.

Отмечу в заключение, что торговля через интернет только внедряется, поэтому нам нужна поддержка по части налогов. К примеру, ввести специальный патент на интернет-магазин, т.е. упрощенную форму налогообложения или отменить НДС на определенный срок, тогда каждый интернет-магазин платил бы налоги и подключался к эквайрингу. Это повлияло бы на развитие интернет торговли и увеличило бы налоговые поступления. Кроме того, настоящее время интернет торговля является фактором, способствующим успешному ведению предпринимательской деятельности и толчком к повышению темпов экономического роста страны. Интернет технологии становятся эффективным инструментом совершенствования любого вида предпринимательства и обеспечивающим его перспективы. Интернет-торговля является достаточно привлекательным не только для отечественных предпринимателей, но и для зарубежных инвесторов, так как на сегодняшний день сфера сельского хозяйства остро нуждается в притоке инвестиций. Учитывая вышеизложенное, рекомендуем предпринимателям разработать маркетинговые мероприятия совершенствования предпринимательства с использованием интернет-технологий, способствующих повышению его конкурентоспособности.

Библиографический список

1. *Обзор СМИ Киргизии за период с 01.06.2015 по 15.06.2015 г* (1/3)
<http://ved.gov.ru>
2. URL: <http://www.vb.kg/314858>, Конференция по электронной коммерции 01 июня 2015 года.
3. <http://kant.kg /2015-06-01/v-bishkeke-proshla-pervaya-konferentsiya-po-elektronnoy-kommertsii/>
4. Мартынюк А.В. *Электронная коммерция: основные понятия, классификация и сущность* – М.: 2013
5. www.fabricsaitov.ru/articles-virtsale.html, Кобелев О.А. *Электронная коммерция: Учебное пособие / О. А. Кобелев; Под ред. С.В. Пирогова. - 4- изд. - М.: Дашков и К, 2013.*

УДК 631

УРОЖАЙНОСТЬ ЗЕРНОВОЙ КУЛЬТУРЫ И ВЛИЯНИЕ ПЛОДОРОДИЯ ПОЧВЫ ОТ КОЛИЧЕСТВА ВНЕСЕНИЯ ОРГАНО - МИНЕРАЛЬНЫХ УДОБРЕНИЙ

Васильева М.С., научный сотрудник
Всероссийский исследовательский институт агрохимии
Россия, г. Москва.

Анотация: Окультуренность почвы, и, связанная с ней научно обоснованная система удобрений, под которой понимается рациональное применение как минеральных, так и органических удобрений, являются одним из составляющих факторов плодородия земель. Сохранение и улучшение состояния плодородия почв, является одной из основополагающих задач современного отечественного земледелия.

Ключевые слова: Органические удобрения, повышение качества продукции, состояния плодородия почв.

В данной работе рассматривается урожайность овса сорта Скакун в зависимости от доз и сочетаний органических и минеральных удобрений на дерново-подзолистой легкосуглинистой почве. Опытные данные получены с ключевых вариантов длительного, заложенного в 1978 году опыта в смоленской области в поселке Ольша. Также как и данные об урожайности, рассматриваются изменения агрохимических показателей почвы на базе 11 ключевых вариантов длительного полевого опыта (таблица 1).

Таблица 1-Ключевые варианты опыта, рассматриваемые в данной работе, минеральные удобрения указаны в д.в., навоз в т/га

1	Контроль(N0P0K0 - Навоз – 0)	0000
2	N90P0K0- Навоз - 0	3000
3	N0P90K0- Навоз - 0	0300
4	N0P0K90 Навоз - 0	0030
5	N90P90K90 Навоз – 0	3330
6	N0P0K0 – Навоз 9	0003
7	N90P90K90 – Навоз - 9	3333
8	N30P30K30 – Навоз - 3	1111
9	N60P60K60 – Навоз – 6	2222
10	N120P120K120 – Навоз – 12	4444
11	N150P150K150 – Навоз - 15	5555

Как видно из таблицы 1, были выбраны варианты по принципу основных факторов, изучаемых в опыте – изучение минеральной системы удобрения, в рекомендованных для данной зоны дозах, органическая система удобрения, органо - минеральная система удобрения, минеральные удобрения в рекомендуемых для данной зоны дозах взятые в отдельности: контроль (0000), минеральная система удобрений (3330), органическая система удобрений (0003). Вносимые в отдельности: азотные (3000), фосфорные (0300), калийные (0030) удобрения, а также органо - минеральная система, представленная в возрастающих дозах (1111), (2222), (3333), (4444), (5555). Таким образом, указанные варианты использованы как ключевые в нашей работе, так как они позволяют проследить изменение урожайности овса на разных изучаемых вариантах: Контроль, на минеральной системе, органо - минеральной системе, при внесении средних доз удобрений, рекомендуемых в этой зоне (азотных, фосфорных и калийных по отдельности) под овес.

Нашей задачей являлось выявление закономерностей между факторами

опыта, то есть системами и дозами вносимых удобрений, агрохимическими показателями почвы и урожайностью культуры овса.

В изучаемой 5ой ротации культуры возделываются по последдействию вносимых удобрений, то есть дается только поддерживающая (стартовая) доза азотных удобрений на все варианты в дозе 30 кг д.в/га.

В результате исследования были получены данные по урожайности овса сорта Скакун со 2 поля данного опыта, являющегося замыкающей культурой в ротации севооборота. Эти данные представлены в таблице 2. Таблица 2 - Содержание азота различных форм, фосфора и калия в используемом органическом удобрении

№общ	№аммонийн.	P ₂ O ₅	K ₂ O
%			
0,46	0,08	0,21	0,66

Таблица 3 - Агрохимические показатели почвы опытного участка по ключевым вариантам

Расшифровка цифрового значения варианта опыта (минеральные удобрения – кг д.в/га, Навоз КРС – т/га)	Номер варианта	C _{общ} %	pH _{кс} ¹	P ₂ O ₅	Обеспеченность почвы подвижными формами элемента	K ₂ O	Обеспеченность почвы подвижными формами элемента
				(по Кирсанову) Мг/Кг			
Контроль(N0P0K0 - Навоз – 0)	0000	1,0	5,3	34	низкая	72	средняя
N90P0K0- Навоз - 0	3000	1,1	5,3	68	низкая	55	низкая
N0P90K0- Навоз - 0	0300	1,0	5,2	140	средняя	73	средняя
N0P0K90 Навоз - 0	0030	1,2	5,5	80	низкая	126	повышенная
N0P0K0 – Навоз 9	0003	1,1	5,5	85	средняя	65	низкая
N90P90K90 – Навоз 0т/га	3330	1,0	5,2	173	повышенная	130	повышенная
N30P30K30 – Навоз 3т/га	1111	1,1	5,8	130	средняя	82	средняя
N60P60K60 – Навоз 6т/га	2222	1,1	5,9	230	высокая	116	повышенная
N90P90K90 – Навоз 9т/га	3333	1,2	5,2	140	средняя	98	средняя
N120P120K120 – Навоз 12т/га	4444	1,2	5,7	225	высокая	142	повышенная
N150P150K150 – Навоз 15т/га	5555	1,3	5,6	410	очень высокая	252	очень высокая

При сравнении с исходными почвенными данными, полученными при закладке опыта (см. таблицу 4) по вариантам изменения были следующие.

В целом, по органо - минеральной системе, в 4 остальных вариантах наблюдается закономерное, согласно росту дозы внесенного ранее удобрения достоверное увеличение урожайности:

1) В варианте 1111 - N30P30K30 – Навоз – 3т/га – прибавка к урожайности составила 1,6 ц/га

2) В варианте 3333 - N90P90K90 – Навоз – 9т/га – прибавка к урожайности составила 2,3 ц/га

3) В варианте 4444 N120P120K120 – Навоз – 12т/га – прибавка к урожайности составила 7,5 ц/га

4) В варианте 5555 N150P150K150 – Навоз – 15т/га – прибавка составила 8,1 ц

Наиболее существенные прибавки к урожайности были получены в вариантах с наибольшими дозами удобрений в органо-минеральной системе и составили 49,67% и 53,64% соответственно для вариантов 4444 и 5555. Это 7,5 ц зерна и 8,1 ц зерна соответственно. Также достоверные, но менее значительные прибавки к урожайности отмечены в вариантах с внесением азотного удобрения 3000, калийного удобрения 0030 и варианте с минеральной системой удобрения 3330 и составили соответственно: 13,25%, 16,56% и 17,22%.

При рассмотрении содержания подвижного калия и фосфора в вариантах опыта наблюдается та же тенденция, что и с урожайностью. Повышение содержания этих элементов наблюдается в вариантах, где они вносились в отдельности, несколько больше в полной минеральной системе и максимальные значения наблюдались в вариантах с четырехкратной 4444 и пятикратной 5555т дозой удобрений органо-минеральной системы.

Полученные данные говорят о том, что при ведении хозяйства для получения высокой прибавки к урожайности овса и улучшения агрохимических показателей почв в длительном опыте наиболее эффективна органо-минеральная система удобрений в высоких дозах.

Наличие выключки в одном из вариантов мешает установить оптимальную с экономической точки зрения дозу удобрений как органо-минеральной системы в отдельности, так и всех изученных в представленной работе вариантов систем удобрения и отдельного внесения минеральных удобрений.

Библиографический список

1) Державин Л.М., Мерзлая Г.Е., Козлова А.В., интегрированное применение средств химизации в ресурсосберегающих агротехнологиях производства зерна / Державин Л.М., Мерзлая Г.Е., Козлова А.В. – М.: ВНИИА, - 456 с.

2) Козлова А.В. Эффективность длительного применения органических и минеральных удобрений в различных дозах и сочетаниях при возделывании овса в полевом севообороте на дерново-подзолистой легкосуглинистой почве Козлова А.В. – Дисс. канд. биол. наук. М.: - ВГБНУ ВНИИА имени Прянишникова Д.Н..

3) Мерзлая Г.Е., Зябкина Г.А., Фомкина Т.П. Длительное применение органических и минеральных удобрений при оптимизации их доз и сочетаний на легкосуглинистой почве // *Агрохимия*. 2006. № 10. С. 33–40.

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ И РЕКЛАМНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В B2B-СЕКТОРЕ

*Васильева О. А., ст. преподаватель кафедры рекламы
и связей с общественностью
Государственный университет управления
Россия, г. Москва
E-mail: oa_vasilyeva@guu.ru*

Аннотация: В статье представлены ключевые характеристики B2B рынка, типологизация потребителя, особенности и способы взаимодействия с ним. Рассмотрены основные маркетинговые стратегии продвижения на данном рынке. Изучены тенденции в области дигитализации рекламных коммуникаций в сегменте B2B. Предложены направления совершенствования стратегий продвижения.

Ключевые слова: рынок B2B, маркетинговые стратегии, коммуникации с потребителем, способы продвижения, рекламные коммуникации.

Современная рыночная среда развивается динамично и непредсказуемо. Взаимоотношения производителя и потребителя становятся всё более персонализированными, что влияет на выживаемость и конкурентоспособность компаний. Особенно остро данная тенденция прослеживается в сегменте B2B. На сегодняшний день маркетинг B2B рынка характеризуется возрастающим количеством бизнес-моделей, которые направлены либо на реализацию товаров или услуг компаниям, либо на формирование дилерской сети. Он является звеном системы обеспечения жизнедеятельности компаний-продавцов и имеет следующие особенности: [1]

- ограниченный и постоянный круг потребителей, что усложняет процесс повышения конкурентоспособности товаров и услуг;
- низкая эффективность традиционной рекламы в сравнении с потребительским маркетингом;
- высокая роль сети Интернет для продвижения товаров и услуг;
- необходимость адаптации рекламных сообщений для потребителей;
- организация сервисного обслуживания продаваемых товаров в зависимости от отраслевого рынка и др.

Маркетологи выделяют ряд особенностей B2B-сегмента, которые влияют на эффективность взаимодействия и определяют систему взаимоотношений продавец-потребитель. К ним относятся:



Рис.1. Особенности маркетинга в B2B сегменте

Стоит отметить, что на рынке В2В мотивы совершения покупок и формирование взаимоотношений отличаются, в сравнении потребительским рынком. При создании стратегии продвижения нужно решить ряд задач, учитывающих важные для организации внешние и внутренние параметры, начиная с экономических и заканчивая юридическими. Детально продуманная стратегия продвижения товара или услуги в В2В-сегменте позволяет спрогнозировать результаты продвижения, а также управлять спросом на предлагаемый товар/услугу.

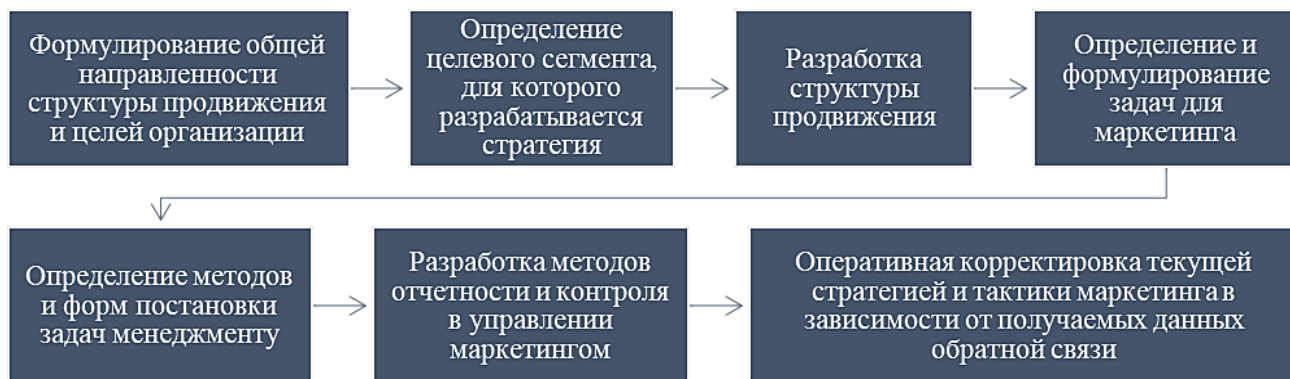


Рис. 2. Общая методология стратегии продвижения

Для продвижения товара на рынок существует две основных стратегии продвижения: стратегия «PUSH» – толкай и стратегия «PULL» – тяни. Обе стратегии предполагают продажу, но применяются в зависимости от жизненного цикла товара. [11]

PUSH-стратегия предполагает продвижение товара на рынок с момента его создания и предполагает начало рекламной деятельности до того, как товар поступит на рынок. Компания-производитель направляет свои рекламные усилия на привлечение оптовых и розничных агентов, выстраивая дилерскую сеть продаж. Для них разрабатываются специальные предложения с льготными условиями закупки товаров (программы лояльности), с расчетом на долгосрочные взаимоотношения. Проходя через всю цепочку распределения, товар «вталкивается» на рынок. Такая стратегия характеризуется узконаправленностью рекламных сообщений и высокой стоимостью. [4] При этом одной из статей расходов при внедрении PUSH-стратегии является активный, вовлеченный в продвижение персонал, обладающий полной информацией о «вталкиваемом» товаре и системе предоставляемых скидок.

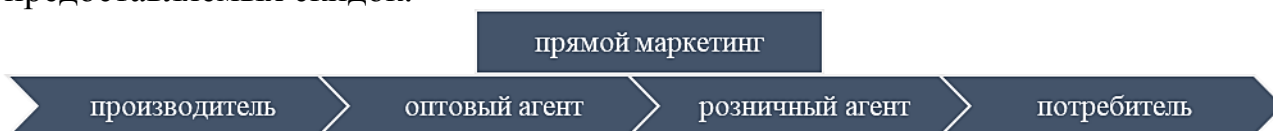


Рис.3. Стратегия продвижения «PUSH»

При PULL-стратегии товар находится на последней стадии создания, ему придают привлекательный образ в умах потребителей через рекламные коммуникации. В дальнейшем распространение товара происходит по

инициативе конечного потребителя. Цепочка закупки получается обратной: потребитель активно запрашивает товар у розницы, розница у оптовика, а последний у производителя. В PULL-стратегии привлечение потребителя через СМИ. Потребителя знакомят с товаром «подталкивают» дополнительного промо-товара (пробника), купона на следующую покупку, специального сезонного предложения, удовлетворяющего его потребность. При построении стратегии продвижения, особое внимание уделяют отчетам и коммуникации, также выделяют наиболее важные целевые аудитории, с которыми компания планирует работать и создавать долгосрочные взаимоотношения.

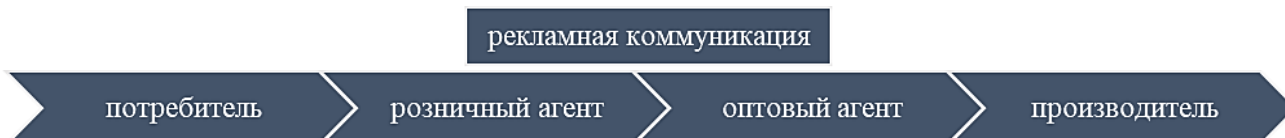


Рис. 4 Стратегия продвижения «PULL»

Для определения способов продвижения и коммуникации с потребителем компании-производителю необходимо проводить маркетинговые исследования, направленные на решение задач: [9]

- диагностика сегментированных целевых аудиторий, изучение возможностей дополнительных вариантов сегментирования;
- определение величины спроса на производимый товар;
- исследование количества и характеристик конкурентов;
- анализ планируемых финансовых показателей;
- выявление наиболее выгодных каналов СМИ для рекламных коммуникаций;
- оценка системы сбыта и каналов продвижения или же возможностей ее построения;
- анализ уровня затрат на промышленную или потребительскую рекламу.

Ниже представлены процентные соотношения затрат на рекламу при стратегиях «PUSH» и «PULL». Потребительская реклама лидирует в затратах PUSH-стратегии и эффективна в обоих направлениях взаимодействия, работа же с торговыми агентами наиболее результативна при PULL-стратегии. Несмотря на то, что рынок B2B, это рынок компаний, продвижение на нем более персонализированное и межличностное, чем продвижение на потребительском рынке. [3] Это обстоятельство делает качественную и результативную коммуникацию основным фактором в продвижении. Отдельно стоит подчеркнуть, что характер, количество, стоимость контактов зависят от уровня персонализации коммуникаций.



Рис. 5,6. Соотношение затрат на рекламу при стратегиях «PUSH», «PULL»

Основной целью маркетинговой коммуникации является переводение организации-покупателя из состояния потенциального клиента в состояние реального. Разработка программы маркетинговых коммуникаций на рынке «B2B» включает в себя шесть базовых элементов, представленных ниже: [8]



Рис. 7. Этапы разработки маркетинговых коммуникации на B2B рынке

Потребителей данного рынка условно можно разделить на три группы: промышленные клиенты (отраслевые компании), институциональные клиенты (система здравоохранения, образования и пр.), государственные структуры. [2] Взаимоотношения с этими группами клиентов представляют собой систему личных и безличных контактов. Они включают в себя промоакции, торговые выставки, личные продажи, директ-мейл, подарки и т.п. Эффективность применения любого из выбранных инструментов зависит от сочетания с другими элементами стимулирования сбыта [5]. Несмотря на то, что цифровые технологии в современном мире стремительно завоевывают рынки, маркетинг B2B сегмента до сих пор не активно использует Интернет, как канал продвижения. Безусловно, существуют компании, использующие Интернет в маркетинговых целях и достигающие желаемых KPI, но это явление все еще недостаточно массовое. Однако тренд положительный. По данным исследования CMO Survey, 10-12% бюджета крупных B2B-компаний идет на маркетинг; от 7,5 до 9%

продаж в B2B сегменте приходят из интернета, а каждая вторая из таких компаний оценивает результаты своего присутствия в интернет-сети как «крайне положительное». [6]

Выбор канала определяется тем, как часто покупатель приобретал товары у того или иного поставщика. Так, 76% покупателей на рынке B2B считают необходимым лично контактировать с продавцом при первой покупке. При повторных покупках аналогичного товара или услуги с некоторыми изменениями, необходимость непосредственного контакта снижается и составляет около 52%. При этом только 15% считают нужным взаимодействовать с продавцом при приобретении точно такого же товара или услуги. Важно отметить, когда дело касается фактической покупки, 46% покупателей считают удобным использование веб-сайта поставщика, если он доступен и эффективен с точки зрения качества обслуживания. Постоянно используют Интернет для онлайн-закупок 10% потребителей. [10]

По результатам исследования «The State of B2B Lead Generation in 2018» наиболее эффективными способами привлечения потребителей, заинтересованных в предложении или подходящих под нужный сегмент целевой аудитории для B2B-сегмента, являются сайт компании, E-mail маркетинг, рекламные баннеры в Интернете, вебинары, SMM. [7]



Рис.8. Источники лидогенерации для B2B компаний

Для эффективной работы сайта компании-поставщика важно использовать такие инструменты, как онлайн-консультант, форма подписки на новости, форма обратной связи, виджеты. Также важно выстраивание информационного поля вокруг компании для формирования и повышения уровня доверия среди имеющих и потенциальных клиентов. В этом ключе эффективным инструментом является контент-маркетинг. При этом

необходимо оценивать всю систему продвижения в целом.

В заключении стоит отметить, что специфика B2B рынка определяет формат использования маркетинговых инструментов. Факторы, которые следует учитывать при построении коммуникаций на рынке B2B:

- информационный посыл о преимуществах товара или услуги нужно адресовать агенту, реализующему закупки;
- рациональные выгоды являются для компании-клиента основным ориентиром совершения покупки / заключения сделки;
- программы лояльности способствуют формированию взаимовыгодных и долгосрочных отношений.

Развитие рекламных стратегий на B2B рынке в соответствии с глобальными тенденциями, такими как цифровизация, интернет-технологии, инновационные технологии, способны обеспечить быструю персонафицированную связь с потребителем. Системная работа по совершенствованию маркетинговых коммуникаций позволит повысить качественные и количественные характеристики компании, что напрямую будет влиять на ее конкурентоспособность.

Библиографический список

1. Мартыненко О.В. Концепция промышленного маркетинга, ориентированная на конкурентоспособность 2014, № 12 - [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_22628480_40382363.pdf
2. Назарова В.А., Сиротина М.А. Особенности использования рекламы на рынке B2B 2015, №9 - [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_24304019_27158944.pdf
3. Самбунова М.М. Маркетинговые коммуникации (теория, управление, практика): учебное пособие – 2-е изд., Ульяновск: УлГТУ, 2017. – 192 с.
4. Дик Е. Особенности интернет-маркетинга на рынке B2B, 2018 - [Электронный ресурс] - Режим доступа: blog.callibri.ru
5. Гавриков А. Почему B2B-компании сложно продвигать в интернете? - [Электронный ресурс] - Режим доступа: blog.completo.ru
6. Pick T. Three Things Smart B2B Marketers Will be Doing in 2016 [Электронный ресурс] - Режим доступа: webbiquity.com
7. Durant J. The State of B2B Lead Generation in 2018 [Электронный ресурс] - Режим доступа: www.business2community.com
8. Входящий и исходящий маркетинг: что выбрать для продвижения бизнеса в 2017-2018гг. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://geniusmarketing.me>
9. Персонализированный B2B маркетинг - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://ledigital.ru/digitalmarketing/marketing-b2b>
10. How B2B digital leaders drive five times more revenue growth than their peers - [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://www.mckinsey.com>
11. Интернет-энциклопедия маркетинга - [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/pull_push.htm

ИННОВАЦИИ В РАЗВИТИИ ПЕРСОНАЛА НА ПРИМЕРЕ ГАЗОВОЙ КОМПАНИИ

Гданова В. А., магистрант

*Научный руководитель: Леонтьева Е. Г., кандидат философских наук
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
Россия, г. Томск
E-mail: leoeg@mail.ru*

Аннотация: В данной статье рассмотрены организационно – управленческие инновации (ОУИ) на примере одного из крупнейших дочерних предприятий ПАО «Газпром». В качестве корпоративной ОУИ рассмотрен опыт подготовки внешнего потенциального кадрового резерва компании на базе Газпром – классов и обоснована актуальность данного направления деятельности. Авторами проанализирована корпоративная система «школа-вуз-предприятие» и разработаны рекомендации для совершенствования данной системы.

Ключевые слова: развитие персонала, инновационные технологии в обучении, перспективный кадровый резерв, образовательный комплекс «Школа-ВУЗ-Предприятие», Газпром-класс.

В настоящее время общество вступает в новую эпоху постиндустриального развития. Новая экономика, основанная на знаниях, резко меняет соотношение между физическим и человеческим капиталом. В XXI веке человеческий капитал, а именно его способность превращать информацию в знания, становится основополагающим фактором процветания предприятия. В связи с этим дефицит высококвалифицированных кадров, отвечающих требованиям и стандартам конкретного предприятия становится одной из проблем на рынке труда.

Новое поколение – поколение Z, отличается индивидуализмом, особым интересом к результатам личного труда, низкой способностью работать в команде. В связи с этими особенностями, научиться работать с молодыми работниками поколения Z и привить им корпоративную культуру предприятия – сложная задача. Поэтому долгосрочные инвестиции в управление персоналом, а именно раннее формирование потенциального резерва кадров, может решить проблему дефицита кадров и адаптации молодых специалистов на предприятии.

В данной работе мы рассмотрели опыт одного из крупнейших дочерних предприятий ОАО «Газпром», которое выстроило эффективную траекторию в сфере развития персонала компании.

Для обеспечения внешнего потенциального кадрового резерва компании ПАО «Газпром» с 2012 года практикует создание «Газпром-классов» – специализированных профильных классов на базе школ. В 2014 году, после совещания дочерних обществ, была выстроена модель функционирования классов, дан старт широкомасштабному проекту. Проект осуществляется дочерними обществами и предприятиями компании в регионах их деятельности совместно с ВУЗами и общеобразовательными

учреждениями.

Первый в Томске «Газпром-класс» дочернего общества ПАО «Газпром» в составе 27 человек был основан на базе Лицея при ТПУ в партнерстве с Национальным исследовательским Томским политехническим университетом (ТПУ) в 2015 году.

Учебный процесс с углубленным изучением профильных предметов обеспечивается Лицеом с использованием материальной и учебно-методической базы ТПУ. В ТПУ разработан и реализован специальный курс, в который входят такие профильные дисциплины, как «Основы нефтегазового дела», «Сварочные технологии в нефтегазовой отрасли», «Устройство и обслуживание оборудования ГРС», «Автоматизация технологических процессов нефтегазовых производств». Данный курс реализуется один раз в неделю в формате лекций, практических и лабораторных работ, мастер классов, экскурсий в лаборатории и музеи ТПУ.

Совместно с ТПУ и компанией, лицеем организована научно-исследовательская деятельность школьников. На данный момент 12 учеников «Газпром-класса» совместно с преподавателями ТПУ, в том числе на базе лабораторий ТПУ, разрабатывают свои двухгодичные исследовательские проекты. Результаты исследований ученики представляют на научно-практических мероприятиях.

За два года обучения ученики «Газпром-классов» показали высокие результаты: средний балл «Газпром-класса» по всем учебным дисциплинам – 4,53 (по пятибалльной шкале), что значительно превышает средний балл успеваемости лицеистов – 4 балла, ученики участвовали в 11 олимпиадах различного уровня по физике, химии, экономике, выявлены достижения в научно-исследовательской работе.

По итогам учебного 2016-2017 года проведено анкетирование учеников «Газпром-класса». В анкетировании приняли участие 100% учеников Газпром-класса (27 человек), из них 9 девочек и 18 мальчиков. Результаты анкетирования следующие:

1. 100% учеников считают инженерное, техническое образование перспективным для трудоустройства.

2. Ученики проявляют интерес к научно-исследовательской деятельности, для них востребованным является участие в научно-исследовательских мероприятиях. Так, 77,7% учеников занимается исследовательской работой, 19 70,3% участвуют в научно-исследовательских мероприятиях.

3. Только 55% учеников регулярно посещают спецкурс ТПУ, 41,3% - периодически, 3,7% не посещают вообще.

4. Оценивая специальный курс ТПУ по 5-балльной шкале, школьники дали следующие ответы по четырем критериям: информативность – 4,3; полезность информации – 4; доступность изложения – 4; интересные форматы занятий - 3,5.

5. Наиболее интересными форматами занятий для учеников являются мастер-классы (67%), практические работы и деловые игры (50%).

6. 81,5% учеников ориентированы на последующее поступление в ТПУ, 18,5% еще не определились с ВУЗом. Среди указанных альтернативных вариантов школьники отмечали ВУЗы Москвы и Санкт-Петербурга.

7. На вопрос «Планируете ли Вы поступать на инженерные специальности, связанные с газовой отраслью?» 33,3% ответили положительно, 51,9% затруднились ответить, 14,8% ответили отрицательно.

8. 40,7% учеников изъявили желание поступить на целевые места компании, 52 % затруднились ответить на этот вопрос, 7,3% ответили отрицательно.

Таким образом, по результатам анализа деятельности Газпром-класса разработаны следующие рекомендации:

1. Организовать практическую работу школьников под руководством профильных специалистов на базе учебного полигона компании. Такой формат взаимодействия не только дополнит исследования, но и внесет дополнительный вклад в профориентацию школьников и развитие у них научно-технических и инженерных навыков.

2. В связи с высокой учебной нагрузкой и подготовкой лицеистов к ЕГЭ, необходимо сократить периодичность проведения спецкурса ТПУ, но оставить прежний объем материала, интенсифицируя его за счет использования активных образовательных технологий. Таким образом можно будет повысить посещаемость спецкурса и повысить качество усвоения знаний школьниками.

3. Ученики отмечают не интересные форматы проведения занятий спецкурса ТПУ, в связи с этим в курс необходимо активно внедрять занятия с применением интерактивных форм обучения, таких как деловые и ролевые игры, мозговые штурмы, кейс-стади, лабораторные и практические работы на тренажерах.

4. Только менее половины учеников желают поступить на целевые места ООО «Газпром трансгаз Томск». Отсутствие у большинства школьников осознанного намерения поступать на целевые места указывает на необходимость более детального разъяснения порядка получения целевого места и всех условий дальнейшего обучения не только для учеников, но и для родителей, а также более качественного отбора в Газпром – классы. Для этой цели рекомендуется использовать онлайн - игру «Агенты будущего».

Игра «Агенты будущего» - сетевая образовательная игра, построенная на технологии игрового моделирования, геймификации и многопользовательского обучения, разработанная Томским политехническим университетом. Цель игры — заинтересовать школьников в инженерном образовании и разных сферах науки и техники, помочь в выборе будущей специальности, начать раннюю подготовку к инженерным профессиям.

Внедрение игры на этапе отбора позволит анализировать способности школьников и прогнозировать их сильные профессиональные компетенции.

На основании выявленных компетенций возможно сформировать рекомендации по выбору направления обучения для ученика. Также, предложенная игра может вызвать интерес к учебной деятельности по программе «Газпром-классов» со стороны учеников и повысит престиж «Газпром-класса»

Таким образом, в ходе исследования проведен анализ системы подготовки перспективного кадрового резерва одного из дочерних предприятий ОАО «Газпром» и разработаны рекомендации для совершенствования вышеуказанной системы.

Библиографический список

1. Национальный доклад «Организационно-управленческие инновации: развитие экономики, основанной на знаниях» / Под ред. С.Е. Литовченко. -М.: Ассоциация Менеджеров. -2008
2. Положение о Системе непрерывного фирменного профессионального образования персонала ПАО «Газпром» от 29.01.2016 №42
3. Данакин Н. С. и др. Транс дисциплинарная научно-образовательная система подготовки кадров «школа-вуз-предприятие»: концепция и практическое внедрение //Вестник Воронежского государственного университета. Серия: История. Политология. Социология. – 2016. – №. 4. – С. 32-37.
4. Кинжагулова, А. И. Анализ организационно-управленческих инноваций в системе подбора и отбора персонала в ООО "Газпром трансгаз Томск" / А. И. Кинжагулова, Е. Г. Леонтьева // Вестник науки Сибири : электронный научный журнал / Томский политехнический университет (ТПУ). — 2017. — № 2 (25). — [С. 8-16].
5. Кудрякова Н. В., Жагалкович П. С. Подготовка отраслевых специалистов по программе «Школа-вуз-предприятие» //Современные наукоемкие технологии. – 2014. – №. 7-3.
6. Новиков Александр Михайлович Образовательный процесс в постиндустриальном обществе // Муниципальное образование: инновации и эксперимент. 2009. №4.
7. Ягубов Э. З., Дубиковский С. Ю. Профильные классы как инструмент развития образовательной среды в целях подготовки рабочих и инженерных кадров //Высшее образование в России. – 2017. – №. 4.

УДК: 378.146

КОМПЛАЕНС - КОНТРОЛЬ: БОЛЬШЕ, ЧЕМ ПРОСТО ВНУТРЕННИЙ КОНТРОЛЬ

Дьячук Е. В., магистрант

*Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал
Россия, г. Барнаул*

E-mail: Diachuke93@gmail.com

Аннотация: В статье раскрывается основная цель комплаенс - контроля, которая направлена на продвижение требований по соответствию внутренним нормативам предприятия и общепринятым социальным ценностям, а так же принципы комплаенс-контроля, эффективная реализация которых, напрямую влияет на успех организации и эффективность бизнеса.

Ключевые слова: внутренний аудит, внутренний контроль, экономическая безопасность, эффективность, управление предприятием, экономическая

устойчивость, риски, проверки, оптимальные решения, комплаенс - контроль.

В современном мире, в условиях, когда значение все больше придается точной и прозрачной финансовой отчетности, а так же, созданию мощной внутренней основы для роста финансового благосостояния компании, руководители компаний, на удивление, как никогда полны решимости максимально усовершенствовать существующую систему внутреннего контроля, систему управления рисками и настроены получить максимальную отдачу от функций внутреннего аудита.

Возникает необходимость применения комплексного подхода к улучшению уже существующих практик в компаниях, при которых критически важно не только использовать внешние факторы роста, но и максимально эффективно использовать внутренний потенциал, создавая новые и активизируя ресурсы компании, которые находились в «спящем режиме». Поэтому с приходом на российский рынок крупных иностранных компаний автоматически приносятся в учетно-контрольную и аналитическую практику отечественных корпораций современные методы учета и контроля. Один из них – комплаенс контроль, который активно внедряется в практику ведения современного бизнеса, особенно в крупных предприятиях с участием иностранного капитала.

Комплаенс - контроль, как корпоративная идеология, выступает в качестве средства пропаганды, которая направлена на продвижение требований по соответствию внутренним нормативам предприятия и общепринятым социальным ценностям. Реализация такой комплаенс идеологии предполагает формирование условий для того, чтобы представители компании при совершении определенных действий руководствовались стандартами, которые включает в себя и предполагает комплаенс контроль.

Если в нашей стране идеология комплаенс - контроля находится на этапе зарождения, то в большинстве развитых государств различные его направления прочно вошли во все отрасли бизнеса и хозяйственно-экономической деятельности.

Практика использования комплаенс-контроля в нашей стране - новшество. Она появилась, когда на Российском рынке начали появляться крупные иностранные компании, для которых данная функция – неотъемлемая часть деятельности, как, например, сдача налоговой отчетности и баланса. Приведем простой пример: сегодня, когда у нас возникает потребность в использовании услуг той или иной компании, мы ищем отзывы о ней в Интернете. Для западных компаний комплаенс – это набор критериев, по которым они судят, насколько безопасны партнерские отношения с тем или иным юридическим лицом. Предпочтение при этом отдается сотрудничеству с теми, кто придерживается общепринятых в международной бизнес-среде ценностей.

Основными субъектами внедрения комплаенс-контроля в России служат участники финансового рынка, а также корпорации и предприятия,

которые ориентированы на международный рынок.

Целью комплаенса является минимизация риска компаний. Минимизации процессов, которые могут обернуться для нее не только финансовыми потерями, но и потерей доверия со стороны общества в лице которых выступают: регулирующие органы, инвесторы, партнеры, акционеры, клиенты и т.д. Ведь помимо финансового ущерба существуют и иные последствия: правовые и/или репутационные, которые играют не последнюю роль в дальнейшей деятельности организации и ее устойчивом развитии. В формирование положительной репутации вкладываются существенные средства, и все усилия могут быть сведены «к нулю» одним неблагоприятным событием. В этой связи можно обозначить три основных риска, составляющих основу комплаенс - рисков:

- репутационный: характеризуется, как опубликование негативной информации об организации или ее работниках, акционерах, членах органов управления, аффилированных лицах в средствах массовой информации;
- правовой: несоблюдение законодательства, влекущее за собой санкции со стороны надзорных органов;
- операционный: нарушение внутренних правил и документов организации, повлекших за собой убытки; несоблюдение аффилированными лицами и акционерами законодательства, учредительных и внутренних документов экономического субъекта.

Верное и оптимальное решение, принятое руководством компаний с учетом рисков, уменьшенных комплаенс – контролем, дает компании возможность быть намного привлекательнее по отношению как к акционерам и инвесторам, так и к партнерам, контрагентам, и всем заинтересованным лицам. Такая компания приносит доход акционерам и клиентам, сотрудникам — бонусы и карьерный рост, инвесторам — процент, а контрагентам — вознаграждение.

Внедрение комплаенс- контроля открывает новые возможности для развития бизнеса, а так же для устранения и/или уменьшения рисков, улучшения качества управления компанией в целом.

В таблице 1 представлены преимущества комплаенс - контроля в деятельности корпораций и последствия отказа от внедрения комплаенса.

Таблица 1 - Преимущества и последствия отсутствия комплаенс – контроля

Основные преимущества комплаенс - контроля	Последствия отсутствие комплаенс - контроля
Предотвращение и минимизация финансовых потерь, банкротства и санкций применительно к компаниям со стороны российских и зарубежных регуляторов	Санкции регуляторов/налоговых органов
Отлаженная система обнаружения и предотвращения явлений мошенничества, коррупции и другого рода угроз бизнесу	Расходы на консультации и приостановление деятельности компании при проведении расследования
Сохранение и развитие деловой репутации компаний	Репутационные риски
Повышение эффективности деятельности, увеличение конкурентоспособности, инвестиционной привлекательности и стоимости корпорации	Снижение капитализации компании, банкротство

К сожалению, в Российском законодательстве нет четкого определения комплаенса и его роли в деятельности компаний. Однако постепенно у менеджмента российских корпораций начинает возникать понимание того, что комплаенс – это неотъемлемый элемент системы внутреннего корпоративного контроля и управления. Правильное и верное соблюдение основных принципов комплаенс - контроля и их эффективная реализация сведут к минимуму правовые и репутационные риски, а также будут напрямую влиять на результаты деятельности организации, рыночную капитализацию и эффективность бизнеса.

Комплаенс служит основой для совершенного процесса принятия руководством принципиальных решений, а значит, содействует достижению установленных стратегических и тактических целей компании.

Библиографический список

1. *Алешина Е.И., Алешин М.М. Управление интегрированными бизнес-группами в строительном комплексе в условиях реструктуризации: монография.- Ростов н/Д: Рост. Гос. строит. ун-т, 2013. - 163 с.*
2. *Исследование текущего состояния и тенденций развития внутреннего аудита в России. Институт внутренних аудиторов. Компания Эрнст энд Янг. 2010.*
3. *Терехова А.Г. Трансформация комплаенса и риск-менеджмента в системе внутреннего контроля // Внутренний контроль в кредитной организации, 2011, №1.*
4. *Compliance and Compliance Function in Banks, April 2005. Enhancing Corporate Governance for Banking organization/2005, July. 10. Snell R. An alternative to adding more rules, laws and regulations for preventing serious economic crime // Serious Economic Crime. A boardroom guide to prevention and compliance. Published in association with the Serious Fraud Office. White Page Ltd, 2011. P. 77 – 83.*

УДК 658.727

ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ КОНТРАКТНОЙ СИСТЕМЫ В СФЕРЕ ЗАКУПОК В СИБИРСКОМ ГЛАВНОМ УПРАВЛЕНИИ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Зубов А.В., магистрант

Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал

Россия, г. Барнаул

E-mail: zubovv@list.ru

Аннотация: В статье рассмотрены актуальные вопросы, касающиеся практики применения контрактной системы в сфере закупок в Центральном Банке России и его структурных подразделениях. Проанализированы конкурентные способы закупок, применяемые в исследуемом периоде, а также структура закупок.

Ключевые слова: контрактная система закупок, Центральный Банк России, комиссия по закупкам, способ закупки, форма закупки, электронная торговая площадка.

Контрактная система в сфере закупок товаров, работ, услуг целенаправленно формируется в России с конца 20 века.

Определяющими подходами и принципами контрактной системы в сфере закупок товаров, работ, услуг является повышение эффективности и

результативности осуществления закупок, предотвращение коррупции и злоупотреблений на каждом этапе закупки.

Эта комплексная система применяется как в государственной и муниципальной сфере, так и в Центральном банке Российской Федерации.

В соответствии со статьей 7 Федерального закона от 10 июля 2002 года № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» утверждено Положение от 01 марта 2018 года №632-П «О закупках Центрального банка Российской Федерации (Банка России)». Настоящее Положение определяет порядок осуществления закупок в Банке России.

Основной целью закупочной деятельности Банка России является эффективное обеспечение функционирования Банка России в процессе достижения им целей и выполнения функций, определенных Федеральным законом от 10 июля 2002 года № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)».

Закупки Банка России не регулируются Федеральными законами №44-ФЗ «О контрактной системе» и №223-ФЗ «О закупках госкомпаний». Закупки Банка России определяются внутренним «Положением о закупках Банка России», Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным Законом №135-ФЗ «О защите конкуренции».

В «Положении о закупках Банка России» использованы:

- новые подходы из системы государственных и муниципальных закупок;
- лучшие отечественные и мировые практики.

Способ закупки, форма ее проведения и применение дополнительных элементов закупки определяются в соответствии с требованиями настоящего Положения и рассматриваются и утверждаются Комиссией по закупкам в соответствии с нормативным актом Банка России, регламентирующим порядок создания и функционирования комиссий по закупкам. При этом конкурентные способы закупок являются предпочтительными.

С целью повышения эффективности управления закупками и взаимодействия с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в рамках отдельных категорий товаров (работ, услуг) в Банке России разрабатываются и реализуются специальные планы мероприятий – категорийные стратегии.

В процессе осуществления закупок Банк России руководствуется принципами информационной открытости и прозрачности закупок; недопущения ограничений конкуренции и предотвращения коррупции и других злоупотреблений в сфере закупок, эффективного использования денежных средств на закупку товаров (работ, услуг).

Постоянно действующим коллегиальным органом Банка России, принимающим решения в процессе закупок, является Комиссия по закупкам, действующая в рамках полномочий, определенных нормативным актом Банка России, регламентирующим порядок создания и функционирования комиссий по закупкам.

Заявка на участие в закупке подготавливается участником закупки по форме и в порядке, установленном в документации о закупке, и представляет собой комплект документов, содержащий в том числе функциональные и коммерческие предложения участника закупки и представленный по адресу и в срок, указанные в документации о закупке.

Закупки Банка России осуществляются в соответствии с годовым планом закупок, размещаемым на официальном сайте Банка России и электронной торговой площадке «СБЕРБАНК-АСТ».

The screenshot displays the Sberbank AST procurement portal interface. At the top, there is a navigation bar with a search function and menu items: Главная, Закупки, Продажи, Сервисы, and Обучение. Below this is a header with the Sberbank AST logo and the text 'Закупки Центрального банка Российской Федерации'. A search bar is present with the placeholder text 'Введите ключевые слова или номер процедуры'. Below the search bar, there are filters for 'Регион: Алтайский край' and a 'К реестру лотов' button. The main content area shows search results: 'Найдено процедур 67', 'На сумму 148.27 Млн. руб.', and 'От 3 организаторов'. A table of results is visible, with the first entry being a request for quotations for diesel fuel.

Запрос котировок	№ SBR031-1810310001 № в ЕИС 62-00098-01	Закупки Центрального банка Российской Федерации	Опубликовано	31.10.2018 07:22
RUB Рассмотрение заявок	Сибирское ГУ Банка России		Подача заявок с	01.11.2018 00:00
	Поставка дизельного топлива		Подача заявок по	09.11.2018 06:00
			Дата и время начала торгов	

С целью информирования поставщиков (подрядчиков, исполнителей) о проведении конкурентной закупки и ее основных условиях подготавливается комплект документов:

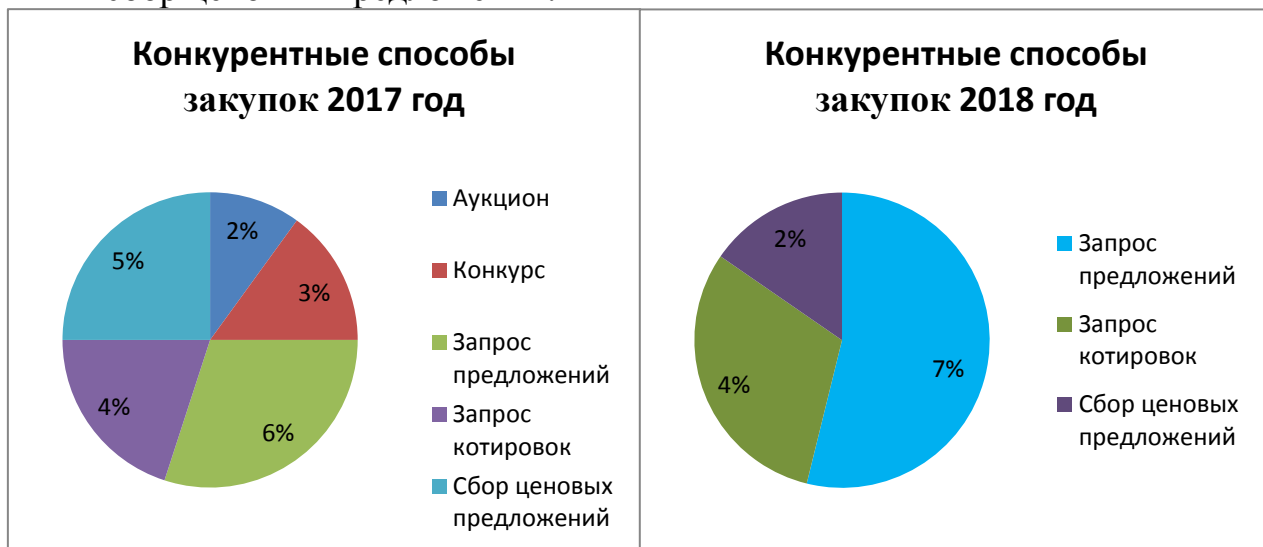
- извещение о проведении закупки – в случае проведения закупки в открытой форме;
- приглашение к участию в закупке – в случае проведения закупки в закрытой форме;
- документация о закупке;
- проект договора.

В документации о закупке, которая подлежит размещению на электронной торговой площадке (далее – ЭТП), в обязательном порядке указывается, что участники закупки самостоятельно отслеживают размещаемую на ЭТП информацию о закупках Банка России.

При осуществлении закупок используются следующие конкурентные способы:

- конкурс;
- аукцион;
- запрос котировок;

- запрос предложений;
- сбор ценовых предложений.



Конкурс проводится в случае, когда предмет закупки требует многофакторной оценки свойств в дополнение к стоимостной оценке и для выбора победителя требуется оценка дополнительных требований к поставщику (подрядчику, исполнителю) для оценки его способности с надлежащим качеством удовлетворить потребность Банка России.

Аукцион проводится в случае, когда предмет закупки требует исключительно стоимостной оценки, количество ценовых предложений на открытом рынке достаточно для конкурирования участников, и такие ценовые предложения имеют потенциал к снижению.

Запрос предложений проводится в случае, если Банку России в рамках преддоговорной работы необходимо осуществить процедуру поиска наиболее предпочтительных предложений на рынке для удовлетворения потребности и возможного заключения договора. При этом оценка предпочтительности предложений проводится на основании многофакторной оценки как свойств товаров (работ, услуг), так и квалификации поставщика (подрядчика, исполнителя).

Запрос котировок проводится в случае, если Банку России в рамках преддоговорной работы необходимо осуществить процедуру поиска наиболее предпочтительных по стоимостному критерию предложений на рынке для удовлетворения потребности в товарах (работах, услугах) и возможного заключения договора.

Сбор ценовых предложений проводится в случае, если Банку России в рамках преддоговорной работы необходимо осуществить процедуру поиска наиболее предпочтительных по стоимостному критерию предложений при наличии достаточного для конкурирования количества таких предложений на открытом рынке. При этом отбор наиболее предпочтительных для Банка России и соответствующих установленным дополнительным требованиям к участникам предложений осуществляется среди ранжированных ценовых предложений участников закупки.

Неконкурентные способы закупки предполагают заключение договора без рассмотрения заявок на участие в закупке нескольких участников закупки и оформления извещения о проведении закупки (приглашения к участию в закупке) и документации о закупке при наличии достаточных оснований.

При осуществлении закупок используют следующие неконкурентные способы:

- закупка у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя);
- безальтернативная закупка;
- закупка малого объема.

Удельный вес конкурентных способов закупок в 2017 году возглавили - запрос котировок, запрос предложений, сбор ценовых предложений. Аукцион и конкурс были востребованы лишь на 10% и 15% соответственно.

Основные потребности в 2018 году по отраслям в Сибирском главном управлении Центрального банка Российской Федерации составили:

- прочие расходы 23%;
- компьютерное и офисное оборудование 20%;
- строительные работы 19 %;
- услуги в непроизводственной сфере 14%.



На практике осуществление закупок в Банке России по настоящему Положению показало себя как эффективный механизм управления начиная от подготовки документации о закупке до заключения договора с поставщиками. Освоение в течение года выделенных сметных ассигнований выполняется без нарушений и срыва сроков. На конец 2018 года фактов коррупции и злоупотреблений в Сибирском главном управлении Центрального банка Российской Федерации выявлено не было.

Дальнейшее развитие закупочной деятельности в Банке России

планируется по следующим направлениям:

- Расширение зоны взаимодействия:
 - а) совместное участие в конференциях поставщиков;
 - б) «круглые столы», обмен опытом в «сообществе закупщиков»;
 - в) развитие электронных инструментов для взаимодействия.
- Реинжиниринг договорной работы:
 - а) сокращение сроков согласования;
 - б) унификация требований к договорам, к структуре, составу, оформлению, приложениям;
 - в) переход к электронному документообороту при взаимодействии с контрагентом.
- Использование практик с высоким потенциалом эффективности:
 - а) стратегическое партнерство с поставщиками, что делает отношения более прогнозируемыми и позволяет минимизировать риски в процессе закупок;
 - б) консолидация объемов, что дает возможность сократить затраты и увеличить эффективность процесса;
 - в) контракты с поставщиками под ключ с закупкой не только техники, но и услуг.

УДК: 28.17.19

ИССЛЕДОВАНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ МЕТОДОМ ФУНКЦИИ ЛЯПУНОВА СИСТЕМЫ ХИЩНИК-ЖЕРТВА

¹Ермекбаева Ж. Ж., ²Шакирова Р. Е., ³Марков А. В

¹PhD доктор, доцент, ²докторант 2 курса,

³к.т.н., доцент, заведующий кафедры

^{1,2}Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилева, Астана Казахстан

³Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники г.

Республика Беларусь, г. Минск

E-mail: { [erjanar, sh.raushan.91](mailto:erjanar.sh.raushan.91@mail.ru) }@mail.ru, markov@bsuir.by

Аннотация: В работе рассматривается модификация модели системы хищник-жертва, в которой реализуется эффект «коллективной защиты». Предполагается, что при достижении определенной численности жертв снижаются интенсивность хищничества и прирост численности хищников. Изучаются динамические режимы модели при различных значениях параметров и, в частности, показываются, что в рамках модели реализуются различные модификации режима фиксированных вспышек и режим реверсивной вспышки. Описывается динамика взаимодействия видов. В данной работе предложен подход к исследованию устойчивости развития экосистемы на базе функции Ляпунова.

Ключевые слова: функция Ляпунова, модель хищник-жертва, экосистема, математическая модель, устойчивость, стационарное значение, теория катастроф, теорема Морса, коллективная защита, численность жертв.

На сегодняшний день во многих литературах по-разному исследуют управление популяциями. Одним из вариантов является построение информационно – математических моделей экосистем. В основном в

экологических системах различают три группы управления: во-первых, естественное внутреннее управление (саморегуляция или самооптимизация) [1]; во-вторых, естественное внешнее управление через возмущающие переменные окружающей среды; в-третьих, внешнее управление, предполагающее воздействие человека на экосистему и охрану окружающей среды.

В данной работе предложен подход к исследованию устойчивости развития экосистемы на базе функции Ляпунова [4-6].

В качестве базовой для изучения механизмов управления взята модель хищник-жертва с насыщением:

$$\begin{aligned} \frac{dx}{dt} &= px(1 - \beta x - \frac{z}{1+x^2}) \\ \frac{dz}{dt} &= cz(-\alpha - z + \frac{\gamma x^2}{1+x^2}) \end{aligned} \quad (2)$$

где $x(t), z(t)$ – численности соответственно жертв и хищников в системе в момент времени t , $\alpha, \beta, \gamma, p, c = const \geq 0$;

px – скорость роста популяции жертв;

$p\beta x^2$ – скорость гибели жертв, вызванная действием внутривидовых саморегуляторных механизмов;

$\frac{pxz}{1+x^2}$ – скорость уничтожения жертв хищниками при достаточном малом значении x ;

αcz – скорость естественной смертности хищников;

cz^2 – скорость смертности популяции хищников, вызванная действием внутривидовой конкуренции;

$\frac{c\gamma x^2}{1+x^2}$ – скорость прироста численности хищников за счет поедания жертв

При заданных параметрах: $p = 1; \alpha = 0.39; \beta = 0.1; \gamma = 15.538; c = 1$ – система (1) имеет следующие стационарные решения

$$(x_1, z_1) = (0, 0); (x_2, z_2) = (\frac{1}{\beta}, 0); (x_3, z_3) = (\sqrt{\frac{\alpha}{\gamma - \alpha}}, 0); (x_4, z_4) = (0, 1);$$

Чтобы доказать устойчивость системы воспользуемся системой уравнений в отклонениях от стационарных значений. Исследуем устойчивость стационарных состоянием на основе метода функций Ляпунова.

Исследование устойчивости стационарных состоянием базируется на основе метода функций Ляпунова [2-3]. Для этого на основе некоторого формализма уравнение (1) представляется в отклонениях относительно стационарных состояний. Уравнение (1) необходимо разложить в ряд Тейлора, т.е. правую часть вблизи стационарного состояния. В нашем случае разложение имеет вид полинома. Это приводит к конечному числу членов. Через A заменим коэффициенты полинома для первого

уравнения системы (1).

$$A_0 = F_1(X_s); A_1 = \left[p - 2\beta px_1 - \frac{px_2(1-x_1^2)}{(1+x_1^2)^2} \right]_{X_s}; A_2 = - \left[\frac{px_1}{1+x_1^2} \right]_{X_s}; A_3 = \frac{p(x_1^2-1)}{(1+x_1^2)^2} \Big|_{X_s}$$

$$A_4 = \left[\frac{px_1x_2}{(1+x_1^2)^2} \left(3 - \frac{4x_1^2}{1+x_1^2} \right) - \beta p \right]_{X_s}; A_5 = \frac{2}{3} \left[\frac{px_1}{(1+x_1^2)^2} \left(3 - \frac{4x_1^2}{1+x_1^2} \right) \right]_{X_s}$$

$$A_6 = \left[\frac{px_1x_2}{(1+x_1^2)^2} \left(1 - \frac{8x_1}{1+x_1^2} + \frac{8x_1^3}{(1+x_1^2)^2} \right) \right]_{X_s}$$

Через B заменим коэффициенты полинома для второго уравнения системы (1).

$$B_0 = F_2(X_s); B_1 = \left[\frac{2c\gamma x_1x_2}{(1+x_1^2)^2} \right]_{X_s}; B_2 = \left[\frac{c\gamma x_1^2}{1+x_1^2} - 2cx_2 - \alpha c \right]_{X_s}; B_3 = - \left[\frac{c\gamma x_2(3x_1^2-1)}{(1+x_1^2)^3} \right]_{X_s}$$

$$B_4 = \left[\frac{2c\gamma x_1}{(1+x_1^2)^2} \right]_{X_s}; B_6 = \left[\frac{2c\gamma x_1x_2}{(1+x_1^2)^3} \left(\frac{3x_1^2-1}{1+x_1^2} - 1 \right) \right]_{X_s}; B_5 = \frac{1}{3} \left[\frac{2c\gamma}{(1+x_1^2)^2} \left(1 - \frac{4x_1^2}{1+x_1^2} \right) \right]_{X_s}$$

Таким образом, получаем систему в отклонениях от стационарных состояний:

$$\frac{dx_1}{dt} = A_0 + A_1x_1 + A_2x_2 + A_3x_1x_2 + A_4x_1^2 + A_5x_1^2x_2 + A_6x_1^3$$

$$\frac{dx_2}{dt} = B_0 + B_1x_1 + B_2x_2 + B_3x_1^2 + B_4x_1x_2 + B_5x_1^2x_2 + B_6x_1^3$$

В качестве инструмента исследования устойчивости системы (2) используем некоторые специальные функции $V(x_1, x_2)$, называемые функциями Ляпунова. Как известно, если существует положительно-определенная функция Ляпунова $V(x)$, такая что ее полная производная по времени $V'(x) = -W(x)$ вдоль решения дифференциального уравнения состояния системы (1) будет отрицательно-определенной функцией, то состояние равновесия системы асимптотически устойчиво. Построим функцию Ляпунова таким образом, чтобы ее градиент был вектором $gradV = -\frac{dx}{dt}$, противоположным вектору скорости системы (1). Тогда полная производная по времени от функции Ляпунова с учетом уравнения движения (2) будет равна:

$$W(x_1, x_2, \dots, x_n) = \frac{dV}{dt} = -gradV \cdot \frac{dx}{dt}.$$

Таким образом, полная производная по времени от функции Ляпунова $W(x_1, x_2, \dots, x_n) \leq 0$. Для устойчивости системы (1) достаточно, чтобы сама функция Ляпунова была знакоположительной. При указанных условиях построения функции Ляпунова и использованные теоремы Морса из теории катастроф гарантирует существование гладкой замены переменных, такой что функция [7] Ляпунова локально может быть

представлена квадратичной формой $V = \sum_{i=1}^n \lambda_i y_i^2$, где λ_i -собственные значения матрицы устойчивости V_{ij} , $\|V_{ij}\| = \left\| \frac{\partial^2 V}{\partial x_i \partial x_j} \right\|_{x_s}$ – гессиан функции

Ляпунова, вычисленные для состояния равновесия. Так как функция Ляпунова зависит от параметров системы и управления, то гессиан и его собственные значения также зависят от этих параметров. потребовав выполнение условий $\lambda_i > 0$ можно определить область устойчивости системы.

Для этого находим полную производную от функции Ляпунова

$$\frac{dV}{dt} = \frac{\partial V(x)}{\partial x} \frac{dx}{dt} = -[A_0 + A_1 x_1 + A_2 x_2 + A_3 x_1 x_2 + A_4 x_1^2 + A_5 x_1^2 x_2 + A_6 x_1^3]^2 - [B_0 + B_1 x_1 + B_2 x_2 + B_3 x_1^2 + B_4 x_1 x_2 + B_5 x_1^2 x_2 + B_6 x_1^3]^2$$

Потенциальная функция имеет следующий вид:

$$V(x) = A_0 x_1 + \frac{A_1 x_1^2}{2} + \frac{A_4 x_1^3}{3} + \frac{A_6 x_1^4}{4} + \frac{A_2 x_2^2}{2} + \frac{A_3 x_1 x_2^2}{2} + \frac{A_5 x_1^2 x_2^2}{2} + B_0 x_1 + \frac{B_1 x_1^2}{2} + \frac{B_3 x_1^3}{3} + \frac{B_6 x_1^4}{4} + \frac{B_2 x_2^2}{2} + \frac{B_4 x_1 x_2^2}{2} + \frac{B_5 x_1^2 x_2^2}{2} \quad (3)$$

По потенциальной функции (3) используя лемму Морса из теорий катастроф, функцию Ляпунова представим в виде квадратичной формы:

$$V(x) = (A_1 + 2A_4 x_1 + 3A_6 x_1^2 + B_1 + 2B_3 x_1 + 3B_6 x_1^2)_{x_s} x_1^2 + (A_2 + A_3 x_1 + A_5 x_1^2 + B_2 + B_4 x_1 + B_5 x_1^2)_{x_s} x_2^2 \quad (4)$$

Из (4) положительная определенность функции Ляпунова, определяется условиями:

$$\begin{cases} (A_1 + 2A_4 x_1 + 3A_6 x_1^2 + B_1 + 2B_3 x_1 + 3B_6 x_1^2)_{x_s} > 0 \\ (A_2 + A_3 x_1 + A_5 x_1^2 + B_2 + B_4 x_1 + B_5 x_1^2)_{x_s} > 0 \end{cases} \quad (5)$$

Подробно исследуем устойчивость стационарной точки $(x_4, z_4) = (0, 1)$.

Уравнения вокруг отклонения для точки $(x_4, z_4) = (0, 1)$ имеет вид:

$$F_1(X_s + x) = -px_1 x_2 - \beta p x_1^2$$

$$F_2(X_s + x) = -c(2 + \alpha)x_2 + c\gamma x_1^2 - \frac{\alpha c}{2} x_2^2 + \frac{2}{3} c\gamma x_1^2 x_2$$

Производные по функции Ляпунова имеют вид:

$$\frac{\partial V_1}{\partial x_1} = p\beta x_1^2; \quad \frac{\partial V_1}{\partial x_2} = px_1 x_2;$$

$$\frac{\partial V_2}{\partial x_1} = -c\gamma x_1^2 - \frac{2}{3} c\gamma x_1^2 x_2; \quad \frac{\partial V_2}{\partial x_2} = c(2 + \alpha)x_2 + \frac{\alpha c}{2} x_2^2$$

Матрица устойчивости вычисляется через следующие компоненты в стационарной точке:

$$\begin{aligned} \frac{\partial^2 V_1}{\partial x_1 \partial x_1} &= 2p\beta x_1 \Big|_{x_s} = 0; \quad \frac{\partial^2 V_1}{\partial x_1 \partial x_2} = 0; \quad \frac{\partial^2 V_1}{\partial x_2 \partial x_1} = px_2 \Big|_{x_s} = p; \\ \frac{\partial^2 V_1}{\partial x_2 \partial x_2} &= px_1 \Big|_{x_s} = 0; \\ \frac{\partial^2 V_2}{\partial x_1 \partial x_1} &= -2c\gamma x_1 - \frac{4}{3}c\gamma x_1 x_2 \Big|_{x_s} = 0; \quad \frac{\partial V_2}{\partial x_1 \partial x_2} = \frac{2}{3}c\gamma x_1^2 \Big|_{x_s} = 0; \quad \frac{\partial^2 V_2}{\partial x_2 \partial x_1} = 0; \\ \frac{\partial^2 V_2}{\partial x_2 \partial x_2} &= c(2 + \alpha) + \alpha c x_2 \Big|_{x_s} = 2(c + \alpha). \end{aligned}$$

Таким образом, функция Ляпунова в квадратичном виде будет иметь следующий вид: $V = px_1 x_2 + 2(c + \alpha)x_2^2$. Положительна-определенность будет обеспечиваться следующими условиями: $\begin{cases} p > 0 \\ c > \alpha \end{cases}$.

Обоснован и предложен подход к исследованию устойчивости развития экосистемы на базе функции Ляпунова (5).

Аналізу различных математических моделей системы хищник-жертва посвящено огромное число работ. Для исследования устойчивости системы хищник-жертва была использована метод функции Ляпунова. В качестве базовой для изучения механизмов управления взята модель хищник-жертва с насыщением. Настоящая работа посвящена построению и анализу модели системы хищник-жертва, в рамках которой учитывается действие эффекта коллективной защиты, возникающего в популяции жертв при достижении определенной численности. В ходе проведения исследования были получены условия положительной-определенности которые обеспечивают устойчивость системы.

Библиографический список

1. Базыкин А.Д. Математическая биофизика взаимодействующих популяций. – М.: Наука, 1985. – 251 с.
2. Горяченко В.Д. Математические модели клеточных популяций. Горький, 1981. – 84-90 с.
3. Апонин Ю.М., Базыкин А.Д. Математическое моделирование в экологии. – М.: Наука, 1978. – 101 с.
4. Вольтерра В. Математическая теория борьбы за существование. – М.: Наука, 1976. – 72 с.
5. Полуэктов Р.А., Пых Ю.А., Швытов И.А. Динамические модели экологических систем. – Л.: Гидрометеиздат, 1980. – 145 с.
6. Семевский Ф.Н., Семенов С.М. Математическое моделирование экологических процессов. - Л.: Гидрометеиздат, 1982. – 82 с.
7. Базыкин А.Д., Березовская Ф.С., Буриев Г.И. Факторы разнообразия в математической экологии и популяционной генетике. – Пущино, 1980. – 6 с.

UNORTODOX APPROACH TO THE ANALYSIS OF THE PROBLEM OF ECONOMIC POWER

Anatoly R. Izhboldin-Kronberg, *Ph. D in Economics, associated professor*
Financial University under the Government of the Russian Federation. Barnaul Branch,
Russia, Barnaul
Email: izhboldin-kronberg@yandex.ru

Abstract: Neoclassical economists saw economic power within its microeconomic triad (what, how and for whom to produce), defining it as the ability, through, which the people exercise economic choice. They have performed to the fore "the power of the market (market power), as reflected in the concepts of A. Smith "invisible hand of Providence", and later in the theories of "perfect" and "imperfect" competition. The market power is usually implied control of resource allocation by market players, as well as the ability of the latter to raise the price of their products by limiting its own production. Scientists of institutional schools more deeply and comprehensively approached the study of economic power

Objective of this work is to define the boundaries of the study of this problem by describing its main aspects and characteristics of basic concepts and categories, which reveals the genesis of economic power.

Keywords: power, economic power, bimodal symmetry of economic power, external power economic organization, the sources of power; the instruments of power

In recent decades, due to changing socio-economic system in our country and the discussions on the implications of this event, as well as with repeating world and Russian crises, updated periodically the question of economic power. His decision, in our country, is dictated by the fact that: it is necessary to find a new source of economic growth (driver); to restructure the economy; to give new impetus to the investment process; undertake a reconfiguration of a relationship business, Government and society. All these problems in one way or another, touch and depend on who will have the levers of power, making key decisions, the selection of models of economic development and the allocation of resources, especially financial (investment). However, before you characterize actual economic power in our view, should briefly address the phenomenon of power per se. In life the word "power" refers to the often intuitive and therefore has no precise definition. Scientific definition of such concepts as "power" or power relationships should, unlike ordinary understanding, be precise and in the same time not lose connection with the accepted value. The most appropriate form of presentation is the terminology for systems analysis, which involves the description of the relationship between the various interrelated parts and elements of the power structure. It is in this form sets out the thoughts about the nature of power in the American researcher E. Toffler [1, p. 90]. His characterization to the greatest degree corresponds to our understanding of the phenomenon under consideration. He believes that:

- power organically present in all social systems and in all human societies. It is not a separate item, and the mandatory quality of any relationship between people. Its existence is inevitable, and the inner essence of power cannot be qualified as positive or negative phenomenon;

- "power system" includes all-no one is free from it. In any society, it is divided into smaller and smallest power subsystem. All elements of the system are in the feedback to each other, and these are directed from smaller to larger subsystems;

- oscillations caused by simultaneous shifts power in various subsystems can overlap and cause abrupt shifts of power at the level of the larger system of which they are part;

- at any given time some of the many power subsystems, components of a larger system, are in a State of relative equilibrium, while other subsystems are far from equilibrium. The balance should not necessarily be seen as a benefit. Balance of power impossible. Imbalance on one level can be balanced on the other. For this reason, there may be a balance of power between two or more systems, even in the absence of balance between subsystems;

- it is virtually impossible to ensure that all subsystems would be a safe balance and power evenly between groups in society;

- dangerous power sources coincided with tension. And excessive, and lack of concentration of power leads to severe conflicts in society.

Similar to the value of the definition of "power" give authors politologie encyclopedic dictionary: "power - central, organizational and regulatory beginning; autonomous public entity of the highest order "[2, p. 40]. They also allocated universal properties universal power (functioning in all aspects of public relations); inclusiveness (ability to penetrate into all activities); institutionalization, i.e. in the form of specific institutions registration, various kinds of formal and informal organizations, hierarchical structures. And the more pronounced processes of institutionalization of power, the more developed various forms of its external expression persisted.

Interesting is also the characteristic power, the J. K. Galbraith, who claims that "power is the ability of one person or an entire group impose their objectives of others. It raises three questions: who is this power has (because it is not always apparent), to achieve any of the goals of its use and how to seek consent or obedience to everyone else? "[3, p. 126].

Objective of this work is to define the boundaries of the study of this problem by describing its main aspects and characteristics of basic concepts and categories, which reveals the genesis of economic power.

For domestic authors, in the early stages of studying the problem, for example in the Soviet political economy was characterized by hard binding functions of economic power to a class. The notion of "economic power" narrows to determine enforcement action against workers: "the capitalist production of concentrates of employees in large enterprises. Such consolidation is carried out under the influence of external forces for them. This power is economic power over subjects of production activities. Economic power at the enterprise is to compel the worker to consume through their work, the means of production "- considered an economist Kudryashov V.P. [4, c. 14]. The drawback of this approach was hard binding function of economic power to a class, and focusing on the contrary interests of the parties, and the initial conflict of their relationship.

This weakness notes Economist A Burley, who wrote that "Karl Marx built its politeconomical model on the premise that all power in the notsocialistic society deliberately organized to protect and maintain a class that does not offers property and controls it. But he had not delved into the problem of proper authorities "[5, p. 78].

Similarly refers to the builds of K. Marx and K. Popper, which, while not denying his merits as a scholar, however, notes that "Marx's attempt to use what could be called" logic class situation, "to explain the functioning of the institutions systems of industrial production, despite some admitted them exaggerations and understatement of the value of some important aspects of this situation seems to me to be excellent. It really is superb as a sociological analysis of the stage of development of the system of industrial production, which mainly Marx had an affair: the existing system nearly a century ago "unlimited legislatively capitalism" [6, p. 137]

Neoclassical economists saw economic power within its microeconomic triad (what, how and for whom to produce), defining it as the ability, through, which the people exercise economic choice. They have performed to the fore "the power of the market (market power), as reflected in the concepts of" invisible hand of Providence " A. Smith, and later in the theories of "perfect" and "imperfect" competition. The market power is usually implied control of resource allocation by market players, as well as the ability of the latter to raise the price of their products by limiting its own production.

Scientists of institutional schools more deeply and comprehensively approached the study of economic power. So, the already mentioned A.Burly claimed that economic power "means the ability to make the decision to start or to abandon the activity on manufacture, sale, delivery of goods and provision of services. This ability is accompanied by a power to impose conditions, and assign costs for those who wish to get a job, buy goods or services "[5, p. 143].

Another representative of this direction Don Canel believes that "there is a combination of capabilities and ability to coordinate and concentrate resources, as well as to anticipate danger and favourable situation" [7, p. 366].

Finally, english researchers P. Stjenvort and A. Giddens under economic power mean "control over the distribution of economic resources, the authority to give or to cull them, in accordance with their own interests and preferences. The resources most often refers to the capital. Effective power in the capitalist society belongs to those who know how to develop and implement plans for profitable allocation of capital "[8, p. 113].

These functions in developed countries tend to perform traditional financial institutions: commercial banks, insurance companies, pension, investment, mutual funds and other institutional investors.

As we can see, the above definition are close in content that enables their synthesis. However, for us, it is important to define the phenomenon not so much economic power (you can choose any of the above definitions), as the subject of economic power, because it plays an active role in the economy.

Entity economic power we call physical, but most legal person having

property and (or) information in the volume, enabling him to change Wednesday surrounding it (economic, political, social, etc.), commensurate with its interests. Based on these definitions also studied literature, the following main groups of subjects of economic power: industrial, trading firms and their derivatives; financial institutions (banks and quasi-banking institutions); the State (represented by the bodies responsible for the design and implementation of economic and social policy); non-profit organizations, advocating the interests of individual economic actors (trade unions, associations and unions of producers and consumers, chambers of Commerce, etc.). Under the actors of economic power by individuals us refers to individual owners of large blocks of shares (control) of industrial or financial corporations, as well as all those makes decisions in these profitable and non-profitable organizations (corporate managers, Union leaders, major State officials, etc.).

All of the above subjects of economic power to a greater or lesser extent, affect the development of the "rules of the game" in the economy and indirectly in the policy.

The following are the most common aspects of economic power: sources, form, scope, the means of implementation, consequences, control techniques, power at the micro level, and in the economy as a whole, economic and political relationship power, conflicts of interest in the field of economics. Let's take a look at some of the above aspects of economic power.

Data analysis aspects of the literature contains a number of characteristics. It is performed by examining specific economic actors (corporations, financial groups, banks, trade unions, etc.) and their relationships. A certain difficulty in describing individual aspects of economic power is the inability to clearly delineate them. Therefore, consideration of the sources is interwoven with descriptions of forms, the latter, in turn, partly coincide with implementation. Interdependent each other effects and techniques for controlling

Composition etc sources of economic power significantly changed over time. Long enough for the sole basis of any power, including economic, was considered a possession (ownership) of the property. First land, and then the means of production in the industry.

In the 20th century, especially in the second half, real estate leadership gradually moves to the movable property represented primarily by various instruments of stock market (shares, bonds, securities of corporations), as well as industrial property objects (inventions and know-how, licences and patents, designs and trademarks). However, this does not mean the loss of real property. She now is a source of economic power, but in a static function (as a material basis, filling the securities as an indicator of status and creditworthiness subject economic power).

The same dynamics of economic power in developed countries is connected with movable property. Basis economic power of most leading economic institutes is the possession of so-called "incorporeal property".

In the late 20th century with the development of computer technology and its penetration into all aspects of society (incl. economy), information and

information technology has become an integral part of the decision-making power decisions. So, Toffler argued that all those who dominates in society do not necessarily own the means of production, but they will control the funds and information flows.

Another important source of economic power is "organization". J. K. Galbraith in his work "The Anatomy of Power" highlights her along with the property. He stressed that "property is only one of the three sources of authority, most recently its value is reduced in favour of the organization. Power companies and state the original source which was property-financial resources currently comes from the structural organization of individuals from bureaucracy "[9, p. 48].

He also singled out several features of the Organization as a source of power. One of them is her "bimodal symmetry", or in other words, the dependence of its effects from its internal structure ("strength and adjustability of the external power depends on the depth and confidence in the internal subordination"). As an example of them is given Trade Union. Its members, regardless of their individual preferences, take his proposed conditions relating to wages, working conditions, as well as agree to refuse work and salary at the time of the strike. And it is from this internal subordination and solidarity Trade Union's external power depends on the possibility of competition on an equal footing with employers or Government, be one of the subjects of economic power. "Everyone in the Organization passes the governing structures (the center of decision making) some portion of their individual freedom, but not disinterested, he does this because in return receives from her some benefit or satisfaction (economic, intellectual or psychological), acting as part of a group, "characterizes the specified line another institutionalist A. Burley [5, p. 81].

Another feature of the internal integrity of the Organization and its stable existence is the skillful use of the governing structures of the "levers" (toolbar) such as authority, coercion, promotion, influence. External power economic organization, such as a corporation, is manifested in the following forms:

- the ability to determine when, where and how its operations will be carried out, including how the capital would be distributed, etc. resources;
- the ability to purchase services and resources, giving preference to those people and organizations that are closely associated with her or offer more favorable terms;
- ability to improve products based on the introduction of NTP;
- ability to manipulate prices, caused by using the effect of "scale", as well as a wide range of possibilities in the field of advertising and marketing;
- ability to determine to what extent and how her income would be distributed.

So, in foreign literature is highlighted three main power source characteristic of modern economics: property rights, information and organization.

Important elements of the characteristics of economic power are terms such as "control", "influence", "coercion", "addiction", "domination", "authority". All these different types of power relations, each of which describes one of the two

forms of power: potential (nongovernmental) and real (implemented).

The first, in our view, can be attributed to "dependency", "authority", "coercion" and "influence", the second - "control" and "domination". This Division is, of course, conditional, because a clear distinction between these categories is difficult to establish. This requires to analyze specific situations, the relationship of specific economic actors. However, to determine the contents of the data categories and highlight the differences between them are necessary. You can do this by using a systematic approach.

Its power can be defined as a set of specific relationships, the distinctive feature of which is the possibility of exposure of one element to another in strictly certain direction to change his behavior. We trace the formation of power relations on the example of the distribution of control over resources within an organization. This control is not an end in itself, but as a lever of economic impact. Redistribution of control over resources in the course of sharing within the organization leads, ultimately, to a State of dependence, i.e. the formation of dominant and dependent elements of the organization. Thus dependence represents power in the potency, the possibility for the use of power.

Typical examples of dependencies are relationships between suppliers, folding the raw materials and their processing; wholesalers and retailers; creditors in the face of financial institutions and borrowers, etc. is another example, relationships that take place within the framework of the joint stock company: between shareholders and managers, between the Board of Directors and the Board, shareholders and employees workers, etc.

Another component of the system of power relations within the organization is credibility. It implies the existence of a legal right to control the actions of others in the system of socio-economic relations. It can be as formal criteria (lesson specific posts or post) and informal (high qualification, professionalism, competence, work experience in any field, etc.).

Very effective for achieving the goals of the organization is coercion, which involves applying economic sanctions (physical) or the threat thereof. Coercion - the type of power relations, in which the consent of the dependent part is achieved due to deprivation or threat of deprivation of its required resources. A striking example of such relations, interaction of economic entities in scarce (command) economy, when producers and consumers do not have the possibility of choosing an alternative partner (card system, etc.). Method of coercion is widely used by the public authorities in their dealings with business entities (taxes, licenses, prosecution).

Relations of power are the most effective when there is agreement between dependent and dominating parts of the organization. It can be achieved as a result of fear of the consequences of intransigence, even when not seen direct losses, and interaction is not legitimized or unauthoritative. To refer to this type of relationship use the term "influence". According to American sociologist T. Parsons, "the amount of influence the social unit is the individual or group is identical to the level of its prestige in the social system" [10, p. 318].

When moving from the characteristics of the potential power to real, you

must change the method description. A systematic approach is less relevant here. This view is supported by the analysis of the foreign literature relating to these matters. The real economic power serves it, unlike potential, quantitatively and qualitatively.

So, David M. Kotz based on the study of historical experience in the banking sector, the United States, corporate ownership structure analysis and statistical data on the above relations, concludes that there is control. When the "control" no longer stands as the ability, but above all as an opportunity to build a common policy for the management of the company. He also finds it useful to distinguish between "control" and "the management." Most means actions to guide the production, including the elaboration and adoption of decisions, as well as the coordination of the activities of the firm.

In contrast to management, which means activities control means power and because the Corporation's policies is an integral part of the management, this is an opportunity to influence the management of the Corporation. Moreover, the control is able to determine the outcome of the management activity as it relates to the policy of the Corporation. Control value increases as you move from individual to collective forms of management. Control as an economic category expresses a complex set of relationships between the owners of titles, as well as other legal agents and hidden forms of impact on the Corporation.

Category "control" (attitude control) plays a key role in the system of power relations inherent in the modern market economy. It gives the answer to an important question (in whose interest?), which is particularly significant in the transitional periods.

The next aspect of the problem of economic power-how it is implemented, closely linked and largely coincides with the previous (with forms). That is why I would like to raise one matter-the legitimacy of economic power.

Under the legitimization (acquisition of legitimacy) means the procedure of public recognition of any action, the actor event or fact. It should not be confused with the legalization and legitimacy with the legality, i.e. with the rule of law. Legitimation does not possess the legal functions and not a legal process.

In relation to the economic power it means figuring out how the activities of a specific economic entity (and subject of economic power including) meets the needs of society and its individual components.

Here is more appropriate, functional approach to solving this problem. In accordance with the authority cannot exist separately from a certain idea or principle, confirming her and therefore allowing holders of authorities count on loyalty and cooperation. Economic power is confirmed, mainly, the fact that you need to produce, consume and distribute goods and services, and to create appropriate conditions for the population. So long as economic organization, public or private, receives and uses the power to carry out these functions, it owns and uses the tool to which confirm its right to do so. Accordingly, an illustration of the illegitimacy of the use of economic power, is the production of unnecessary products and services because they do not fulfil the functions of the enterprise.

This approach to legitimacy reflects the realities of a market economy, where

along with the sovereignty of the manufacturer in respect of the authorization of the microeconomic triads, there is sovereignty of the consumer who prefers to whoever resolves its most lowest-cost effectively. Daily vote ruble (dollar, etc.) identifies who is currently increasingly worthy possession economic power.

The question of the extent of economic power is, on the one hand, very important, on the other, extremely difficult to study. Several reasons for this. Firstly, the complexity of the phenomenon of multidimensionality and (even in relation to a separate economic entity). Secondly, the information on which the conclusions can be made difficult and limited. The collection of information of this kind and at a level sufficient for substantive findings, foreign experience shows, under the force of public authorities and a small number of major research centres. The power of a particular subject economic power measured by its set of quantitative parameters. However, there are those who suggest transformation from quantity to quality. Among them are the ability to large-scale investment, job creation, the development and introduction of advanced technologies, etc.

Bibliography

1. Тоффлер Э. *Метаморфозы власти: Пер. с англ.* / Э. Тоффлер. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. — 669 с.
2. Мустафин А.А. *Политология словарь современных терминов и выражений* – Ангарск Изд-во АГТА, 2012 – 168 с.
3. Гэлбрейт Дж. К. *Экономические теории и цели общества.* - М. : Прогресс, 1976
4. Кудряшов В.П. *Современная капиталистическая акционерная собственность: сущность, эволюция, противоречия.* – Киев: Лыбедь, 1991
5. Burley A. *Power without property.* - N.Y.: Harcourt brace, 1959
6. Поппер К. *Открытое общество и его враги.* - М.: Культурная инициатива, 2009, т. 2
7. Don Kane. *Property & Economic power as issues in institutionalists economics // Journal of economic issues, vol.VII, № 4, dec 1974*
8. *Elites & Power in British society.* Ed. by P.Stanworth & A.Giddens.-London: Cambridge Univ.Press, 1974.
9. Galbraith J.K. *Anatomy of power/ J.K. Galbraith.* - Boston: Hough.Mifflin, 1983. - 189 p.
10. Parsons T. *The social system.* - N.Y., 1951

УДК 330

СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Казанцева Е. В., магистрант

Научный руководитель: Глубокова Людмила Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент

Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал г. Россия, г. Барнаул

E-mail: buas.barnaul@fa.ru

Аннотация: В условиях информационной экономики для успешного управления организацией финансовых показателей недостаточно. Американские ученые Роберт

Каплан и Дейвид Нортон разработали сбалансированную систему показателей, которая включает финансы организации, работу с клиентами, внутренние бизнес-процессы, обучение и развитие персонала. Эти четыре составляющие взаимосвязаны между собой и с их помощью можно выявить "пробелы" в работе бизнеса. С помощью сбалансированной системы показателей руководители и менеджеры могут разработать успешную стратегию управления для своей организации.

Ключевые слова: сбалансированная система показателей, стратегия, составляющая.

На сегодняшний день сбалансированная система показателей как инструмент стратегического управленческого учета является важным для успешного существования и ведения бизнеса [3].

Данная концепция была разработана в 1990-х годах Робертом Капланом и Дейвидом Нортоном. Американские ученые поставили цель, а именно найти такой набор показателей, чтобы наиболее точно произвести оценку эффективности деятельности предприятия. В ходе исследования было выявлено, что большинство организаций ориентируются только на финансовые показатели и для успешного руководства этого недостаточно. С целью улучшения краткосрочных финансовых показателей производилось снижение расходов на маркетинг, обучение персонала, его мотивацию, обслуживание клиентов [4]. Также, излишнее внимание к краткосрочным показателям приводило к увеличению инвестиции в краткосрочные финансовые активы и недофинансированию долгосрочных проектов, которые могли бы сыграть важную роль для будущего организации с точки зрения финансового и экономического роста. Нередко такие "улучшения" пагубно сказывались на общем финансовом состоянии организации [1].

После 2-х лет работы Нортон и Каплан разработали и представили концепцию сбалансированной системы показателей под названием "Balanced Scorecard". В своей разработке ученые предложили обратить внимание не только на финансовые показатели, но и такими данными, которые отражают удовлетворенность клиентов, развитие и мотивацию персонала, описывают бизнес-процессы внутри фирмы. Таким образом, сбалансированная система показателей складывается из четырех составляющих:

- 1) Финансовая;
- 2) Клиентская;
- 3) Бизнес-процессы внутри фирмы;
- 4) Обучение и развитие персонала [1].

Финансовая составляющая остается одной из главных в сбалансированной системе показателей, поскольку влияет на финансовое состояние предприятия. Она включает в себя показатели рентабельности (продукции, инвестиций, собственного капитала), чистой прибыли, добавленную стоимость и многие другие. Данная перспектива, как правило, ставит цели улучшить данные показатели, что приведет к финансовому благосостоянию собственника.

Клиентская составляющая играет немаловажную роль в жизни организации и даже может предопределить будущее организации. Ключевыми показателями выступают доля рынка, сохранение и расширение клиентской базы, удовлетворенность потребностей клиентов. Составляющая может включать в себя следующие специфические показатели: своевременная и экспресс доставка товара, постоянный поток новых товаров и услуг, способность предугадать потребности клиента и суметь удовлетворить их. Таким образом, клиентская составляющая позволяет сформулировать такую стратегию, которая сможет удовлетворить клиента и позволит получить доход.

Бизнес-процессы внутри фирмы фокусируются на снижении себестоимости, улучшении качества, сокращении операционных циклов и т.д. Система выявляет наиболее значимые показатели, которые способствуют получению высоких результатов. Формулировать стратегические цели для развития внутренних процессов необходимо на основании уже существующих целей в «финансовом» и «клиентском» секторах. Разработка сбалансированной системы показателей в данном секторе показывает, какие задачи должен выполнять отдельный сотрудник или все предприятие в целом, чтобы достичь цели.

Последняя составляющая сбалансированной системы показателей является обучение и развитие персонала. Основными показателями для данной составляющей являются удовлетворенность персонала условиями труда, заработной платой, социальным пакетом, возможность продвижения по карьерной лестнице, наличие информационных программ и систем для работы, курсы и семинары, уважение начальства и т.д. Персонал играет фундаментальную роль во всей стратегической цепочке, является важнейшей опорой. Профессиональный штат сотрудников, имея удовлетворенность в показателях, перечисленных выше, сможет выполнить поставленные задачи наиболее эффективно, внести личный вклад в реализацию стратегии предприятия. Работники, которые неудовлетворены своим местом работы по тем или иным причинам не будут вкладывать свои личные ресурсы в работу, следовательно, не сможет удовлетворять потребности клиентов полностью. Эти факторы зачастую негативно влияют на финансовое состояние предприятия [2].

Исходя из всего вышесказанного, можно представить связь всех четырех составляющих между собой.

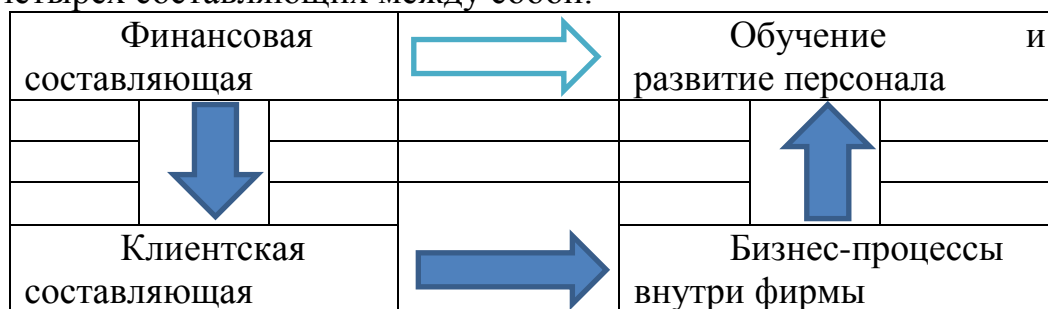


Рис. 1. Взаимосвязь составляющих сбалансированной системы показателей.

Можно сказать, что для финансового благополучия предприятия необходимо развивать отношения с клиентами (максимально удовлетворять их потребности, работать с клиентской базой). Клиенты, в поисках добросовестного продавца, хотят, чтобы продаваемые товары, работы, услуги были максимально полезны для них самих. Предприятие с отлаженными внутренними бизнес-процессами (своевременная поставка, наличие товара) наверняка привлечет множество клиентов и продолжит работу с ними. Для успешного выполнения задач организации, персонал должен понимать как, с чем и кем он работает, соответственно нужны знания в этой сфере и желание работать.

Финансовая составляющая нуждается в квалифицированном персонале, довольным своим местом работы. Как уже было сказано ранее, экономия на расходах для персонала не ведет к финансовому благосостоянию, а наоборот, только ухудшает его. Далее персонал сможет понять и успешно работать с бизнес-процессами, разработанные руководством и менеджерами, а затем и с клиентами, которые обеспечат финансовое благополучие.

Библиографический список

1. Вахрушина М.А. бухгалтерский управленческий учет: учебник / М.А. Вахрушина - 8 изд., перераб. и доп. - М: Издательство "Национальное образование", 2013 - 672 стр.
2. Журавин С.Г., Соломатина А.С. СБАЛАНСИРОВАННАЯ СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАК ИНСТРУМЕНТ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ. Вестник Магнитогорского государственного технического университета им. Г.И. Носова. 2010. № 1 (29). С. 79-82.
3. Давыденко Е.А. Эволюция концепции сбалансированной системы показателей: от истоков к цифровому предприятию // Российское предпринимательство. – 2018. – Том 19. – № 2. – С. 457-472.
4. Муратов Р.Р., Гусев Д.А. "История и основы системы сбалансированных показателей". Молодежный научный форум: Общественные и экономические науки. Электронный сборник статей по материалам XXX студенческой международной заочной научно-практической конференции. – Москва: Изд. «МЦНО». – 2016. – № 1 (30) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/1\(30\).pdf](http://www.nauchforum.ru/archive/MNF_social/1(30).pdf)

УДК 621.43

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ВПУСКА БЕНЗИНОВОГО ДВИГАТЕЛЯ, КОТОРЫЙ РАБОТАЕТ ПО ЦИКЛУ АТКИНСОНА

Колесникова Т.Н. к.т.н., доцент

Приднепровская государственная академия строительства и архитектуры

E-mail: tnk1403@ukr.net

Мищенко Н.И. д.т.н., профессор

Автомобильно-дорожный институт

E-mail: mim2802@mail.ru

Сакно О.П. к.т.н., доцент

Приднепровская государственная академия строительства и архитектуры

E-mail: Olga.sakno@gmail.com

Никитченко И.Н., к.т.н., доцент

Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет

E-mail: nikitchenko@gmail.com

Аннотация: В статье рассмотрены наиболее перспективные способы регулирования степени сжатия и нагрузки бензинового двигателя.

Разработана математическая модель впуска, учитывающая кинематику двигателя, а также варианты регулирования как нагрузки двигателя, так и степени сжатия по методу Аткинсона.

Получены зависимости, характеризующие работу двигателя внутреннего сгорания по циклу Аткинсона на частичных режимах.

Ключевые слова: цикл Аткинсона, математическая модель, двигатель, степень сжатия, впуск, нагрузка, частичный режим.

Постановка проблемы. В последнее время все более остро стоит проблема повышения топливной экономичности автомобильных двигателей внутреннего сгорания (ДВС) и усиливаются нормы на выбросы токсичных веществ с отработавшими газами. Повышение экономических показателей автомобилей в эксплуатационных условиях может быть обеспечено путем регулирования степени сжатия на дроссельных режимах двигателя и регулирования нагрузки за счет изменения фаз газораспределения.

Учитывая, что искровые ДВС работают только в узком диапазоне изменения состава рабочей смеси. На частичных нагрузках необходимо уменьшать массу рабочего тела для поддержания требуемого состава смеси, обычно обеспечивается дросселированием воздуха, поступающего в цилиндры. Это приводит к значительному ухудшению индикаторных показателей ДВС из-за увеличения насосных потерь.

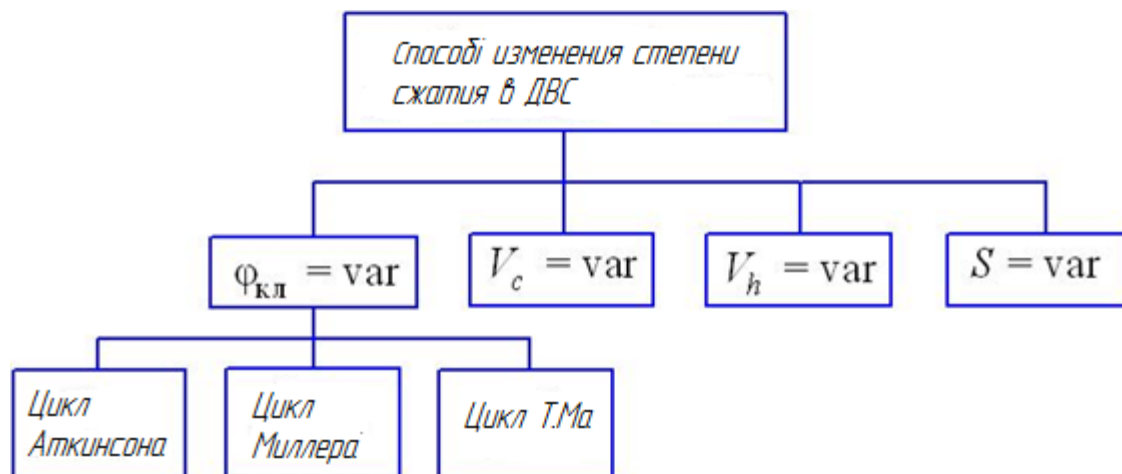
Одним из путей решения данной проблемы является переход от регулирования дросселированием воздуха к регулированию массы заряда путем задержки момента закрытия впускного клапана, то есть регулировать нагрузку двигателя по способу Аткинсона.

Для ДВС с регулированием нагрузки по способу Аткинсона стоит задача выбора конструктивной схемы газораспределительного механизма и параметров рабочего процесса, возможно путем разработки определенных методов расчета.

Целью исследования является совершенствование методики расчета рабочего цикла бензинового двигателя при регулировании нагрузки на частичных режимах.

Рассмотрим наиболее перспективные способы регулирования степени сжатия и нагрузки бензинового двигателя.

На рис. 1 показаны наиболее перспективные способы регулирования степени сжатия в бензиновых ДВС.



V_c – объем камеры сгорания; V_h – рабочий объем цилиндра; S – полный ход поршня; $\varphi_{кл}$ – угол закрытия впускного клапана

Рисунок 1. Классификация перспективных способов регулирования степени сжатия в ДВС

Каждый из этих способов имеет свои определенные преимущества и недостатки с точки зрения осуществления рабочего процесса и разработки конструкции двигателя и заслуживает отдельного рассмотрения.

В автомобильных ДВС, как правило, фазы газораспределения выбирают как некий компромисс между максимальной эффективностью рабочего процесса и минимальным расходом топлива на номинальном режиме. На других режимах приняты фазы газораспределения не будут оптимальными.

Для устранения этого недостатка многие двигателестроительных фирм разрабатывают устройства, позволяющие при работающем ДВС менять фазы газораспределения для того, чтобы на каждом режиме они были близки к оптимальным. В современных ДВС обычно такие устройства предназначены для изменения момента открытия и закрытия впускного клапана, в то время как фазы газораспределения выпускного клапана оставляют неизменными.

Многообразие известных способов регулирования фаз газораспределения в двигателях с механическим приводом клапанов может быть представлено четырьмя основными группами:

- изменение угловой ориентации одного или двух распределительных валов относительно коленчатого вала;
- использование кулачков с переменной геометрией профиля или переменной поверхностью взаимодействия с толкателем;
- использование специально спрофилированных передаточных элементов с переменной пространственной ориентацией;
- изменение геометрических размеров (длины) передаточных звеньев [1].

В циклах Аткинсона [2], Миллера [3, 4, 5] и Т.Ма [6] вместо дросселирования свежего заряда на частичных нагрузках происходит

регулирование массы заряда путем фаз закрытия впускного клапана или положением впускной заслонки во впускном канале, приводит к регулированию эффективной степени сжатия. Поскольку в ДВС по циклу Аткинсона, Миллера и Т. Ма дроссельная заслонка на частичных нагрузках полностью открыта, то насосные потери в процессе впуска незначительны. В этих циклах на частичных нагрузках часть такта впуска переменная и меньше такта расширения, поэтому такие ДВС называют двигателями с продолженным расширением.

Регулирование степени сжатия в этом случае связано с рядом преимуществ двигателя. Во-первых, при регулировании фаз газораспределения остается неизменной конструкция кривошипно-шатунного механизма.

Во-вторых, форма камеры сгорания не изменяется при регулировании степени сжатия, оставаясь близкой к оптимальной на всех режимах работы двигателя.

Однако регулирования степени сжатия фазами газораспределения в бензиновом двигателе без наддува имеет свои особенности. Во-первых, при работе двигателя на номинальном режиме степень сжатия должна быть минимальной, а это сопровождается некоторым снижением наполнения, что увеличивает насосные потери. В-третьих, на режимах частичных нагрузок, с одной стороны, необходимо увеличение степени сжатия, что можно получить только с повышением наполнения двигателя. С другой, при количественном регулировании мощности в бензиновом двигателе частичные нагрузки получают снижением наполнения за счет использования дроссельной заслонки.

Для улучшения показателей рабочего процесса двигателя авторы [7] предлагают вводить дополнительное регулирование степени сжатия с помощью различных устройств.

Сказанное не распространяется на двигатели с наддувом, так как в этом случае наполнения цилиндра связано не только с моментами закрытия клапанов, но и с работой нагнетателя.

Учитывая, что в настоящее время очень мало информации о теоретических и экспериментальных исследованиях рассмотренных двигателей, в работе поставлена задача таких исследований.

Модель цилиндра. Процесс впуска

В двигателе характер процесса наполнения цилиндра свежим зарядом и начало сжатия определяются способом регулирования нагрузки и степени сжатия. На рис. 2 показаны процессы наполнения и сжатия для двух двигателей, имеющих различные способы изменения степени сжатия. Очевидно, что они работают по циклу Отто, однако в ДВС с организацией процесса впуска по способу Аткинсона (схема б) задействованы изменяемые фазы газораспределения для впускного клапана.

Математическая модель учитывает кинематику двигателя, а также варианты регулирования как нагрузки двигателя, так и степени сжатия по методу Аткинсона.

При открытом впускном клапане в цилиндр поступает количество свежего заряда, равное $dm_{\text{вп}}$, а из цилиндра может вытекать обратно во впускной трубопровод количество заряда (например, остаточные газы), равное $dm_{\text{выт}}$.

Для расчета рабочего процесса на участке впуска будем определять текущие параметры состояния в цилиндре двигателя p , V , T и количество рабочего тела m , используя следующие уравнения в дифференциальной форме:

$$dm = dm_{\text{вп}} - dm_{\text{выт}}, \quad (1)$$

где dm – изменение массы заряда в цилиндре.

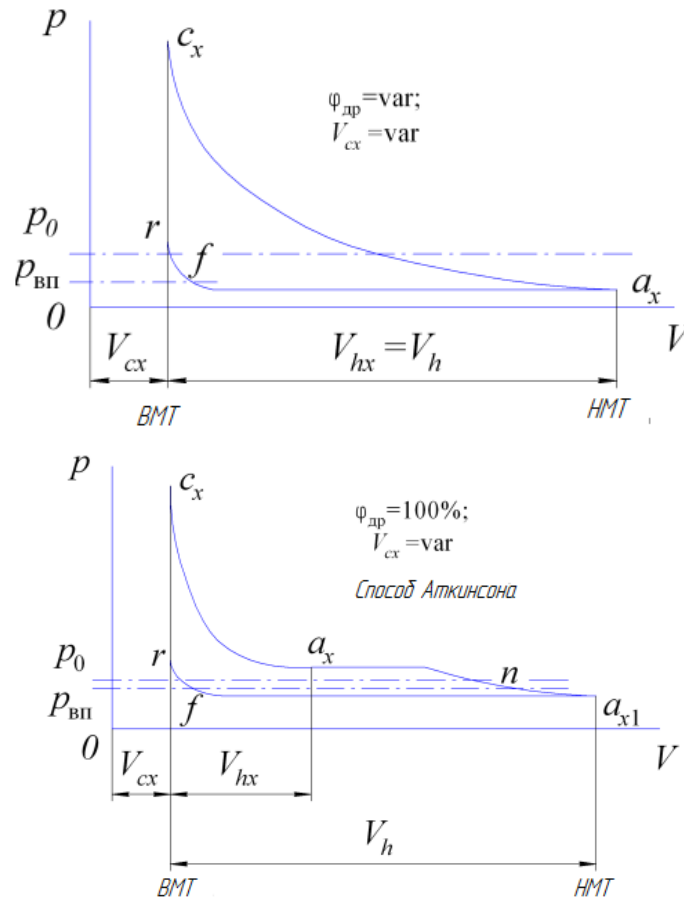


Рисунок 2. Схемы процессов наполнения - сжатия на частичном режиме двигателя при различных способах регулирования нагрузки и степени сжатия

2. Уравнение баланса энергии преобразовано к виду:

$$dp = \left[\frac{k}{k-1} \left(\frac{p_{\text{вп}}}{\rho_{\text{вп}}} dm_{\text{вп}} - \frac{p}{\rho} dm_{\text{выт}} - pdV \right) + dQ \right] \frac{k-1}{V}. \quad (2)$$

3. Уравнение состояния идеального газа

$$pV = mRT \quad (3)$$

Объем цилиндра в рассматриваемый момент времени определяется углом φ по формуле

$$V = V_r + 0,5V_{h\bar{o}} \alpha \phi. \quad (4)$$

Здесь V_{hx} – регулируемый рабочий объем одного цилиндра;

$\alpha \phi$ – кинематическая функция перемещения поршня, для различных типов двигателей имеет свой вид.

Уравнения потока энергии через впускной клапан:

- для случая поступления свежего заряда из впускного трубопровода в цилиндр

$$dE_{\text{вп}} = d(h_{\text{вп}} m_{\text{вп}}); \quad (5)$$

- для случая истечения смеси из цилиндра во впускной трубопровод

$$dE_{\text{внт}} = d(h_{\text{внт}} m_{\text{внт}}), \quad (6)$$

где $h_{\text{вп}}$, $h_{\text{внт}}$ – энтальпия смеси, поступающей в цилиндр и вытекающей из цилиндра.

Определим $dm_{\text{вп}}$ и $dm_{\text{внт}}$ из известного уравнения расхода газа Сен-Венана

$$\left. \begin{aligned} dm_{\text{вп}} &= \mu_{\text{вп}} f_{\text{вп}} \frac{1}{6n} \sqrt{\frac{2k}{k-1} p_{\text{вп}} \rho_{\text{вп}} \left[\left(\frac{p}{p_{\text{вп}}} \right)^{\frac{2}{k}} - \left(\frac{p}{p_{\text{вп}}} \right)^{\frac{k+1}{k}} \right]} d\phi && \left. \begin{array}{l} \text{при } p \leq p_{\text{вп}}, \\ p/p_{\text{вп}} > \beta_{\text{кр}}; \end{array} \right\} \\ dm_{\text{вп}} &= -\mu_{\text{вп}} f_{\text{вп}} \frac{1}{6n} \sqrt{\frac{2k}{k-1} p \rho \left[\left(\frac{p_{\text{вп}}}{p} \right)^{\frac{2}{k}} - \left(\frac{p_{\text{вп}}}{p} \right)^{\frac{k+1}{k}} \right]} d\phi && \left. \begin{array}{l} \text{при } p > p_{\text{вп}}, \\ p_{\text{вп}}/p > \beta_{\text{кр}}. \end{array} \right\} \end{aligned} \right\}; \quad (7)$$

$$\left. \begin{aligned} dm_{\text{внт}} &= \mu_{\text{внт}} f_{\text{внт}} \frac{1}{6n} \sqrt{\frac{2k}{k-1} p \rho \left[\left(\frac{p_{\text{вп}}}{p} \right)^{\frac{2}{k}} - \left(\frac{p_{\text{вп}}}{p} \right)^{\frac{k+1}{k}} \right]} d\phi && \left. \begin{array}{l} \text{при } p \geq p_{\text{вп}}, \\ p_{\text{вп}}/p > \beta_{\text{кр}}; \end{array} \right\} \\ dm_{\text{внт}} &= -\mu_{\text{внт}} f_{\text{внт}} \frac{1}{6n} \sqrt{\frac{2k}{k-1} p_{\text{вп}} \rho_{\text{вп}} \left[\left(\frac{p}{p_{\text{вп}}} \right)^{\frac{2}{k}} - \left(\frac{p}{p_{\text{вп}}} \right)^{\frac{k+1}{k}} \right]} d\phi && \left. \begin{array}{l} \text{при } p < p_{\text{вп}}, \\ p/p_{\text{вп}} > \beta_{\text{кр}}. \end{array} \right\} \end{aligned} \right\}; \quad (8)$$

Здесь $\mu_{\text{вп}}$, $\mu_{\text{внт}}$ – коэффициенты расхода впускного клапана в период соответственно впуска и утечки заряда;

$f_{\text{вп}}$, $f_{\text{внт}}$ – текущая площадь проходного сечения впускного окна при впуске и истечении заряда;

$p_{\text{вп}}$, $\rho_{\text{вп}}$ и p , ρ – давление и плотность во впускном трубопроводе соответственно перед впускным клапаном и в цилиндре;

ϕ – угол поворота коленчатого вала от ВМТ в °п.к.в.;

n – частота оборотов коленчатого вала в мин⁻¹;

$\beta_{\text{кр}}$ – критическое отношение давлений

$$\beta_{кр} = \left(\frac{2}{k+1} \right)^{\frac{k}{k-1}} . \quad (9)$$

Для участка n -ах принимается для расчета формула (8) в измененном виде с учетом условий протекания процесса выталкивания рабочей смеси.

$$m_{ai} = \frac{\sigma\varphi \cdot V}{R_B \cdot T_B} . \quad (10)$$

где R_B – удельная газовая постоянная воздуха, Дж/кг*К;

T_B – температура воздуха, К.

Текущий коэффициент наполнения

$$\eta_{V\delta} = \frac{m}{Vh_{\delta} \rho_0} = \frac{4m}{\pi D^2 S_x \rho_0} . \quad (11)$$

Индикаторная работа процесса впуска

$$L_{вп} = \int_{V_r}^{V_{ax}} p dV , \quad (13)$$

Выводы. В результате проведенных теоретических исследований двигателя, работающего по циклу Аткинсона на частичных режимах, получены следующие результаты:

1. Получены зависимости, характеризующие работу двигателя внутреннего сгорания по циклу Аткинсона на частичных режимах.
2. Разработана методика расчета процесса впуска двигателя.
3. Полученные аналитические зависимости позволяют отследить влияние параметров в процессе впуска на индикаторные и эффективные показатели работы двигателя.

Библиографический список

1. Крайнюк О.І. Регульовані системи газорозподілу ДВЗ. Монографія. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2006. – 232 с.
2. A Design and Experimental Study of an Otto Atkinson Cycle Engine Using Late Intake Valve Closing. Blakey S.C., Saunders R.J., Ma T.H., Shopra A. "SAE Techn. Pap. Ser.", 1991, » 910451, 9 pp.
3. Miller R. and Lieberherr H. U. The Miller Supercharging System for Diesel and Gas Engines Operating Conditions. CIMAC—Kongress, 1957, Zurich, S. 787/803.
4. Brinson L. High Performance Gas Burning Engines. CIMAC—Kongress, 1965, London, B 1, S. 603/636.
5. Berges H. P. Theoretische Untersuchung von Betriebsverhalten, Kraftstoffverbrauch und Stickoxidemission aufgeladener Ottomotoren. Dissertation Technische Universität, München, 1976.
6. A gasoline engine cycle that permits high expansion operation with reduced part load throttling losses by modulating charge mass and temperature. Boam D.J., Finlay I.C., Ma T. "SAE Techn. Pap. Ser." 1986, No.860327, 16 pp.
7. Berta G.L. Previsioni di riduzione del consumo di combustibile delle autovetture con l'impiego del "motore modulare", ATA, 1978, № 6, 257 – 263.

ОЦЕНКА ЗЕМЕЛЬ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

*Макаренко Е. Л., к.г.н., ст. н.с. лаборатории картографии, геоинформатики и дистанционных методов
Институт географии им. В.Б. Сочавы СО РАН
Россия, г. Иркутск
E-mail: elmakarenko@bk.ru*

Аннотация. Проведена оценка земель для целей сельского хозяйства на примере Иркутского муниципального района Иркутской области. На основе результатов работы составлена серия оценочных карт в масштабе 1:200 000. При их составлении использованы показатели: бонитет почв, урожайность культур (на примере среднемноголетней урожайности пшеницы и трав кормовых угодий), залегание почв по рельефу, характеристики рельефа (крутизна склонов), реакция почв на сельскохозяйственное воздействие.

Ключевые слова: агроэкологическая оценка земель, плодородие почв, агромелиоративные меры, сельскохозяйственное использование земель

Оценке земель среди карт природных ресурсов, оцениваемых для целей сельского хозяйства, придается важное значение. Почвы, их характеристики, местоположение, рельеф земельных участков, являются главными оцениваемыми компонентами.

На примере Иркутского муниципального района Иркутской области составлена серия карт масштаба 1:200 000, которые отражают потенциальное состояние и значение земель, рассматриваемых с точки зрения сельского хозяйства. При их составлении использован ряд показателей: бонитет почв, урожайность культур (на примере среднемноголетней урожайности пшеницы и трав кормовых угодий), залегание почв по рельефу, характеристики рельефа (крутизна склонов), реакция почв на сельскохозяйственное воздействие. Почвенный покров, рассматриваемый как компонент агроэкосистемы, представляет собой «новое» состояние почвенно-географического единства, обусловленное воздействием антропогенных и техногенных факторов, и, в свою очередь, реагирующих на эти воздействия определенным функционированием агроценоза [1, 2].

Карта «Агроэкологические группы земель» отражает группы земель, выделенные в зависимости от потенциальной пахотной или сенокосно-пастбищной пригодности, которую определяют характеристики почв, рельефа.

Внутри каждой группы земли разделены на участки в зависимости от морфометрических показателей. Ведущий признак – типы мезорельефа, представленные пойменными и надпойменно-террасовыми, склоновыми, водораздельными комплексами. В сочетании с определенной микрокомбинацией почв, они соответствуют агроэкологическим (агроландшафтным) ареалам [2]. Данные характеристики рельефа в сочетании с типами почв важны для определения степени эрозионной

опасности на склонах разной крутизны и увлажнения.

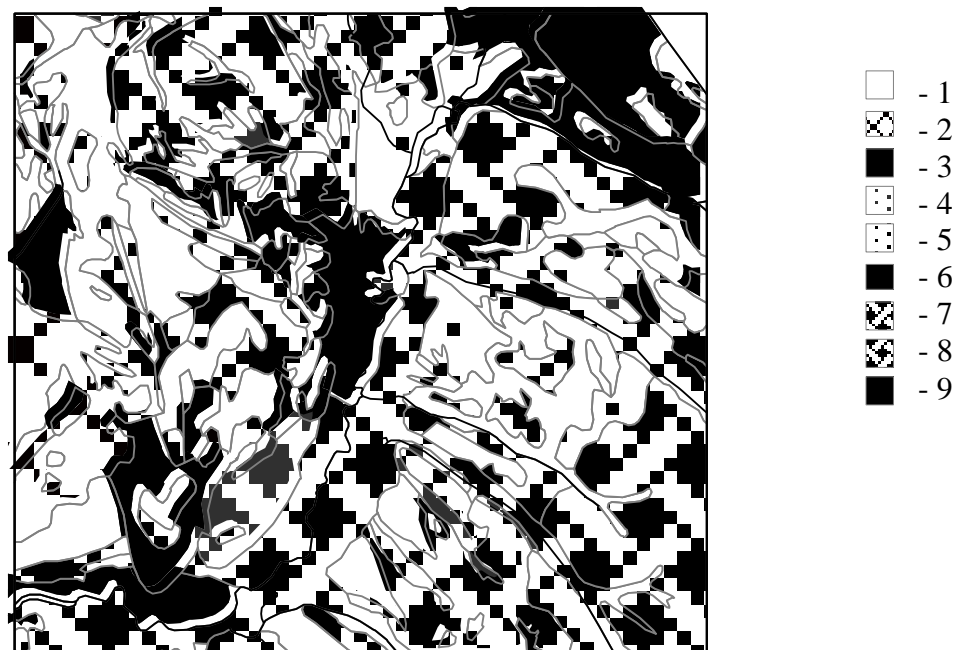


Рис. 1. Фрагмент карты «Агроэкологические группы земель»

Условные обозначения: 1 – пахотного значения для посева всех культур высокобонитетные (более 80 баллов бонитета); 2 – пахотного значения для посева всех культур среднебонитетные (60– 80 баллов); 3 – пахотного значения для посева ограниченного набора культур низкобонитетные (40– 60 баллов); 4 – сенокосно-пастбищного и пахотного значения для посева ограниченного набора культур высокобонитетные (более 80 баллов); 5 – сенокосно-пастбищного и пахотного значения для посева ограниченного набора культур среднебонитетные (60– 80 баллов); 6 – сенокосно-пастбищного значения низкобонитетные (40– 60 баллов); 7 – сенокосного и ограниченного пастбищного значения очень низкобонитетные (менее 40 баллов); 8 – малопригодные ограниченного сенокосного и пастбищного значения очень низкобонитетные (менее 40 баллов); 9 – непригодные очень низкобонитетные (менее 40 баллов)

Карта «Агроэкологическая продуктивность земель» отражает подразделение земельных участков на группы в зависимости от среднегодовой урожайности пшеницы (для земель, пригодных под пашню) и трав кормовых угодий (для земель, пригодных под сенокосы или пастбища). Например, первой агроэкологической группе земель соответствует группа земель с типом продуктивности – «высокие урожаи всех культур; средняя урожайность пшеницы – 22 ц/га (с колебаниями от 14,0 до 42,0 ц/га)», а шестой группе – «Низкие урожаи трав естественных кормовых угодий – 5–15 ц/га зеленой массы».

Карта «Агротелиоративные особенности почв и мероприятия по повышению их плодородия» – результат оценки реакции почв на сельскохозяйственное воздействие и требований по их защите и охране. Выделено семь групп почв, различающихся реакцией на сельскохозяйственное воздействие: 1) окорбоначивание верхних горизонтов, распыление пахотного слоя, возникновение водной ветровой

эрозии; 2) кислая реакция верхних горизонтов, слабая оструктуренность, способность к заплыванию и образованию «корки», подверженность водной и ветровой эрозии; 3) периодическая увлажненность и «холодность» почв; 4) переувлажненность и «холодность» почв, пониженная аэрация, содержание водорастворимых солей; 5) постоянное значительное увлажнение грунтовыми водами, низкая аэрация, содержание водорастворимых солей, слабое проявление микробиологических процессов; 6) кислые и слабооструктуренные почвы, с незначительная высотой гумусового горизонта (главным образом, под разреженными лесами); 7) почвы кислые, слабооструктуренные практически без гумусового горизонта (главным образом, под хвойными лесами).

В зависимости от особенностей почв, с поправкой на специфические требования растений в количестве и соотношении органических и минеральных удобрений, выделены пять групп мероприятий, направленных на защиту, охрану и, в конечном итоге, повышение плодородия почв, их окультуренности. Например, для высокоплодородных почв, интенсивно используемых под пахотные культуры, меры могут быть направлены на проведение противоэрозионной агротехники, известкование, накопление влаги, чередование культур и севооборот с многолетними травами, внесение минеральных и органических удобрений. Для почв периодически или постоянно увлажненных такими мерами могут быть: коренное улучшение, создание редкой сети сточных канав, срезка кочек, гипсование, дискование, удаление кустарника, искусственное залужение, безотвальная вспашка, внесение минеральных и органических удобрений. Существуют также участки земель (восьмая и девятая агроэкологические группы), где мелиорация не целесообразна и не возможна ввиду почвенных, орографических особенностей территории или значительных затрат на ее проведение.

Библиографический список

1. Сорокина Н.П., Иванов А.М., Ремезов В.И. Использование детальных агроэкологических карт для построения региональных моделей плодородия // *География и картография почв*. М.: Наука, 1993. С. 262–268.
2. Кирюшин В. М. *Теория адаптивно-ландшафтного земледелия и проектирование агроландшафтов*. М.: Колос, 2011. 443 с.

УДК 656.7.08

ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ В ПРОЦЕССЕ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ СЛУЖБ ПОИСКОВОГО И АВАРИЙНО- СПАСАТЕЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПОЛЁТОВ

*Морозова О.О., к.т.н., ведущий специалист по науке
АНО ДО «Центр кластерного развития Ульяновской области»
Россия, г.Ульяновск
E-mail: transport.ulgov@yandex.ru*

Аннотация: В настоящей статье рассматривается подход к планированию

работы службы поискового и аварийно-спасательного обеспечения полётов на основании применения математической модели.

Ключевые слова: математическая модель, перечень мероприятий, нештатная ситуация.

В настоящей статье предлагается применение математических моделей при организации работы службы поискового и аварийно-спасательного обеспечения полётов (далее — ПАСОП), в основе которого заложена задача эффективного распределения имеющихся сил и средств при наступлении нештатных ситуаций.

Если принять за S_i – перечень сил и средств, применяемых службой ПАСОП (где $i = \overline{1, I}$); N_m – событие или нештатная ситуация, возникшая в зоне ответственности службы ПАСОП (где $m = \overline{1, M}$). Соответствующий перечень мероприятий G_{mi} ($m = \overline{1, M}$) по устранению возникшей нештатной ситуации N_m (технологические, технические процессы) можно представить в виде матрицы:

Таблица 1 - Матрица мероприятий — спасательных, поисковых операций

Нештатная ситуация	Силы и средства службы ПАСОП					
	S_1	S_2	...	S_i	...	S_I
N_1	G_{11}	G_{12}	...	G_{1i}	...	G_{1I}
N_2	G_{21}	G_{22}	...	G_{2i}	...	G_{2I}
N_3	G_{31}	G_{32}	...	G_{3i}	...	G_{3I}
...
...
N_m	G_{m1}	G_{m2}	...	G_{mi}	...	G_{mI}
...
...
N_M	G_{M1}	G_{M2}	...	G_{Mi}	...	G_{MI}

Возникает задача определения перечня мероприятий G_{mi} , включающих S_i сил и средств, при наступлении события N_m , которые будут максимально эффективными с минимальным временем выполнения:

$$\sum_{m=1}^M \sum_{i=1}^I T_{mi} \cdot G_{mi} \rightarrow \min$$

Все процессы будут рассматриваться только те, которые будут подходить под следующее условие:

$$\left\{ \begin{array}{l} P(T_{mi} > t_{mi}) \rightarrow \max \\ T_{mi} \leq t_{mi} \\ t_{mi} \geq 0 \\ T_{mi} \geq 0 \end{array} \right.$$

где t_{mi} – заданное (нормативно установленное) время выполнения технологических операций, работ служб ПАСОП;

T_{mi} – время, необходимое для выполнения Z_{mi} операций для предотвращения или ликвидации последствий события N_m ;

$P(T_{mi} > t_{mi})$ – вероятность того, что время выполнения операции не будет превышать нормативного установленного времени.

В данном случае предполагается, что выполнение спасательной, поисковой операции включает все этапы работ с использованием всех необходимых сил и средств.

При использовании таких математических моделей целесообразно разработать оценку качества выполнения спасательных и поисковых операций, достаточности применения сил и средств в установленное время. Это позволит сформировать эффективный перечень мероприятий с описанием необходимых сил и средств служб ПАСОП, определить их последовательность при возникновении различных нештатных ситуаций.

Библиографический список

1. Морозова, О.О. Модернизация экономических систем: взгляд в будущее (MESLF) : сборник научных трудов / под ред. П.А. Неверова, Б.А. Аманжоловой - Прага : Vedecko vydavatelske centrum "Sociosfera-CZ", 2016. С. 243-245.

2. Морозова, О.О. Оптимизация управленческих решений в системе управления безопасностью полётов авиакомпаний на основании математической модели суммарных затрат // Научный вестник МГТУ ГА. 2013. № 197 (11). - С.145-147

УДК 330

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В ТАМБОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Сурай Н. М., к.т.н., доцент, доцент кафедры экономики и управления
Московский государственный университет технологий и управления имени К.Г.
Разумовского (ПКУ)
Россия, г. Москва

Неверов П. А., к.э.н., доцент кафедры учета и информационных технологий в бизнесе
Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал
Россия, г. Барнаул
E-mail: neverov_78@mail.ru

Аннотация. В исследовании рассматривается современное состояние сельскохозяйственной потребительской кооперации: проблемы и перспективы развития в Тамбовской области.

Ключевые слова: потребительская кооперация, сельское хозяйство, развитие, государственная программа, реформа, конкуренция

Повышение конкурентоспособности российской сельскохозяйственной продукции и российских сельскохозяйственных товаропроизводителей, обеспечение качества российских продовольственных товаров является одной из основных целей государственной аграрной политики Российской Федерации.

Сельскохозяйственная кооперация - один из основных инструментов обеспечения продовольственной безопасности страны. Несмотря на то, что сельскохозяйственная потребительская кооперация играет исключительную роль в укреплении экономического потенциала, конкурентоспособности и социального статуса сельскохозяйственных производителей, улучшении условий хозяйствования и создании стимулов для роста товарной продукции, ее развитие в России находится на начальном этапе. В настоящее время развитию сельскохозяйственной потребительской кооперации в России уделяется повышенное внимание. Свидетельством этому является проведение Всероссийских съездов сельских кооператоров, круглых столов, семинаров, посвященных решению проблем по развитию кооперации.

В Указе Президента России В.В. Путина от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» Правительству Российской Федерации при реализации совместно с органами государственной власти субъектов Российской Федерации национального проекта в сфере развития малого и среднего предпринимательства и поддержки индивидуальной предпринимательской инициативы поставлена, задача обеспечить в 2024 году, создание системы поддержки фермеров и развитие сельской кооперации.

Тамбовская область среди регионов Центрального федерального округа занимает шестое место по объему сельскохозяйственного производства. Именно пищевая и перерабатывающая сферы представляют собой наиболее эффективные точки развития кооперации с учетом экономических особенностей развития Тамбовской области. Можно выделить специфические формы, характерные для кооперативного движения Тамбовской области: преобладание сельскохозяйственных производственно-потребительских кооперативов; развитие специализированных потребительских кооперативов: строительных, кредитных, медицинских, консультационных; трансформация многофункциональных потребительских обществ, сложившихся в советский период, в соответствии с рыночными условиями хозяйствования.

Существуют конкурентные преимущества кооперации в Тамбовской области, выражающиеся в: наличии обильных запасов плодородной почвы; экологичности продукции в силу отсутствия предприятий с высокой долей концентрации промышленных отходов; ориентации региональной экономики на сельскохозяйственный уклад; наличии человеческих ресурсов

в силу приближенности к федеральному центру; развитой транспортной инфраструктуре, позволяющей эффективно выстраивать логистику цикла производства сельхозпродукции; приближенности к емким рынкам сбыта [1].

Основными проблемами, сдерживающими развитие сельскохозяйственной кооперации в Тамбовской области, являются:

- низкий уровень доходов сельского населения, субъектов малого предпринимательства, не позволяющий им обеспечить необходимый стартовый капитал для создания и осуществления деятельности кооператива;

- ограниченность доступа к инвестиционным ресурсам, что не позволяет проводить обновление и модернизацию материально-технической базы;

- неразвитость заготовительной сети, системы хранения сельскохозяйственной продукции, товаропроводящей инфраструктуры;

- отсутствие квалифицированных кадров;

- недостаточная государственная поддержка.

Современное состояние сельскохозяйственной потребительской кооперации в Тамбовской области характеризуется:

- в систему потребительской кооперации региона вовлечены только 9% крестьянских (фермерских) хозяйств и 0,1% личных подсобных хозяйств населения;

- через систему потребительской кооперации малыми формами хозяйствования реализуется в основном молоко, а также скот и птица в живой массе;

- действующие сельскохозяйственные потребительские кооперативы осуществляют в основном бытовую деятельность, снабженческая деятельность не развита;

- сельскохозяйственная кредитная потребительская кооперация фактически не функционирует;

- сельскохозяйственные потребительские кооперативы второго уровня отсутствуют.

Несмотря на низкий уровень развития, сельскохозяйственная потребительская кооперация в регионе при необходимой организации государственной поддержки и регулирования имеет благоприятные перспективы в силу следующих обстоятельств:

- высокий удельный вес малых форм хозяйствования в структуре производства сельскохозяйственной продукции;

- возможности расширения направлений деятельности потребительских кооперативов за счет снабженческой деятельности, хранения, переработки и сбыта овощей и картофеля;

- обеспеченность малых форм хозяйствования необходимыми земельными ресурсами, возможности ее увеличения;

- высокая доля сельского населения.

В целях развития системы сельскохозяйственной кооперации, обеспечения условий для создания и модернизации материально-технической базы сельскохозяйственных потребительских кооперативов, а также повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции, обеспечение доступности малых форм хозяйствования к конечному потребителю за счет реализации продукции в рамках сельскохозяйственного рынка на территории Тамбовской области, действует сформированная база нормативно-правовой документации:

1. Ведомственная целевая программа от 31.08.2018 г. «Развитие сельскохозяйственной кооперации в Тамбовской области» на 2018 - 2020 годы.

2. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия Тамбовской области на 2013 - 2020 годы, утвержденной постановлением администрации Тамбовской области от 21.11.2012 г.

В Тамбовской области малые формы хозяйствования играют значительную роль в производстве сельскохозяйственной продукции, продовольственном обеспечении, наполнении региональных и локальных продовольственных рынков.

Валовая продукция сельского хозяйства в 2017 году на 30,9% сформирована за счет ее производства в личных подсобных и крестьянских (фермерских) хозяйствах, включая индивидуальных предпринимателей. Доля указанных категорий хозяйств в общем объеме производства представлена на рис.1.

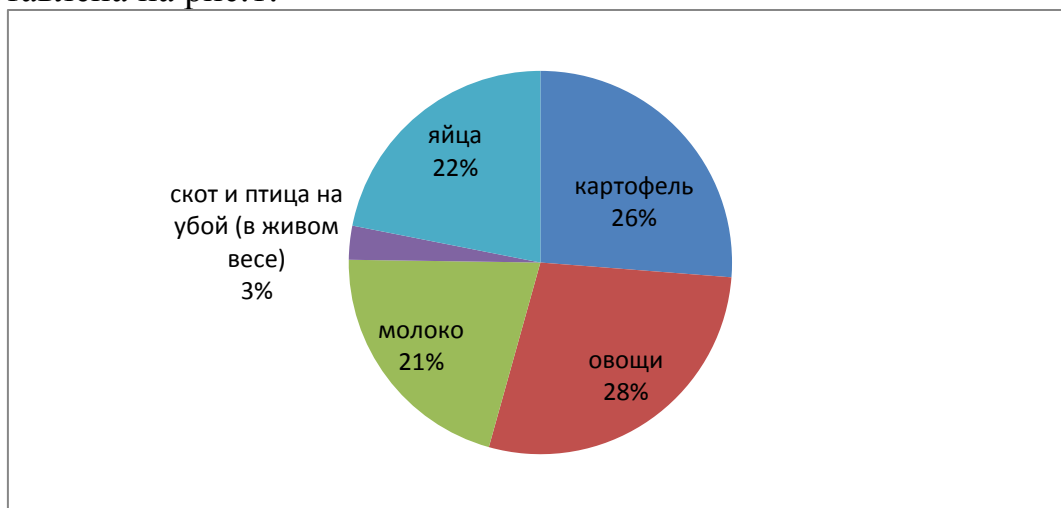


Рисунок 1 - Доля личных подсобных и крестьянских (фермерских) хозяйств, включая индивидуальных предпринимателей в общем объеме производства продукции сельского хозяйства

Малые формы хозяйствования на селе, к которым относятся личные подсобные хозяйства и крестьянские (фермерские) хозяйства, сталкиваются с проблемами сбыта сельскохозяйственной продукции, в основном, в связи с наличием мелких товарных объемов, ее транспортировки к рынкам сбыта из-за наличия больших расстояний

между населенными пунктами и участниками агропродовольственного рынка, слабо развитой инфраструктурой товарного обеспечения. Развитие малых форм хозяйствования, повышение эффективности их деятельности без решения проблемы продвижения продукции на региональные и межрегиональные рынки не может быть реализовано, что, в свою очередь, вызывает потребность в создании и развитии системы сельскохозяйственных потребительских кооперативов, осуществляющих перерабатывающие, снабженческо-сбытовые и обслуживающие функции [2].

В настоящее время на территории области зарегистрировано 2232 единиц крестьянских (фермерских) хозяйств и порядка 270 тысячи личных подсобных хозяйств, которые в совокупности являются достаточно крупным сегментом агропромышленного комплекса области и базой для создания и нормального функционирования сельскохозяйственной потребительской кооперации.

По состоянию на 1 апреля 2018 года на территории Тамбовской области зарегистрировано 8 перерабатывающих и 25 снабженческо-сбытовых потребительских кооперативов. Из них фактически приступили к осуществлению хозяйственной деятельности 6 перерабатывающих и 11 снабженческо-сбытовых кооперативов (табл.1). Развитие всех видов сельской кооперации является необходимым условием обеспечения рентабельности сельскохозяйственного производства, сохранения занятости на селе, повышения покупательной способности сельского населения и, в конечном счете, устойчивого развития сельских территорий [3].

Таблица 1 - Динамика количества сельскохозяйственных потребительских кооперативов в Тамбовской области

	на 01.10.2017 г.	на 01.10.2018 г.
Сельскохозяйственные потребительские кооперативы	36	38
<i>в т.ч., работающие</i>	<i>10</i>	<i>12</i>
- снабженческо-сбытовые	23	25
- кредитные	3	3
- перерабатывающие	8	8
- обслуживающие	2	2

По состоянию на 01 июля 2018 года на территории Тамбовской области создано 12 сельхозкооперативов, которые занимаются переработкой молока. Необходимо отметить, что кооперативы Тамбовской области пользуются поддержкой со стороны государства. Так, 5 кооперативов за последние годы получили гранты на развитие молочного животноводства.

Целью государственной поддержки сельской кооперации должно стать повышение качества жизни сельского населения за счет широкого внедрения инноваций, позволяющего не только полностью обеспечить

сельское население продовольствием собственного производства, повысить его занятость и доходы, но и превратить сельскохозяйственных товаропроизводителей в главных поставщиков конкурентного продовольствия на локальные и региональные рынки.

Отдельной проблемой является дефицит профессиональных, основанных на практическом опыте консультационных услуг по управленческим, экономическим, налоговым, бухгалтерским, финансовым и правовым вопросам. С этой целью в Тамбовской области разработан комплекс мероприятий по формированию системы сельскохозяйственного консультирования, информационного обслуживания, повышения квалификации сельскохозяйственных товаропроизводителей и сельского населения на территории области. На базе ТОГБУ «Региональный информационно-консультационный центр агропромышленного комплекса» создан Центр компетенций по развитию сельскохозяйственной кооперации Тамбовской области с целью реализации организационных мер поддержки, направленных на создание и развитие инфраструктуры поддержки сельскохозяйственных кооперативов и малых форм хозяйствования.

В Смоленской области на базе МГУТУ имени К.Г. Разумовского создан центр компетенций в сфере сельскохозяйственной кооперации распоряжением Губернатора Смоленской области.

В настоящее время в регионах России определено 36 центров компетенций. Центры компетенций в сфере развития сельскохозяйственной кооперации на региональном уровне являются ключевыми объектами инфраструктуры развития этого направления. Их основная задача – информационно-консультационная и методологическая помощь кооперативам и крестьянским (фермерским) хозяйствам, сопровождение их при подготовке бизнес-планов и технико-экономических обоснований, заявок на получение субсидий из федерального и регионального бюджетов, организация и проведение семинаров и сессий; консультирование по использованию сервисов Портала Бизнес-навигатор, разработанного АО «Корпорация «МСП» и многое другое.

Важно отметить перспективные направления по стабилизации и развитию сельскохозяйственных потребительских кооперативов в Тамбовской области: формирование системы мер государственной поддержки, включающих поддержку кооперативов посредством возможного предоставления налоговых преференций и разного рода государственных гарантий; обеспечение модернизации материально-технической базы существующих потребительских кооперативов; осуществление практики федерального протекционизма мероприятий экономически значимых региональных программ по развитию потребительской кооперации; совершенствование деятельности федерального союза потребительской кооперации; формирование кооперативной идеологии и кооперативного сознания с учетом исторического опыта развития отечественного института потребительской кооперации [6].

Библиографический список

1. Морозов А.В. Сохранение сельскохозяйственной потребительской кредитной кооперации – главная задача кооперативной политики / А.В. Морозов, Г.И. Явкина // Аналитический вестник. – 2017. № 21 (678). - С. 31-40.
2. Воронин Б.В. Сельскохозяйственная потребительская кооперация в современной России: состояние, проблемы / Б.А. Воронин и др. // Аграрный вестник Урала. – 2017. - №4. – С.62-68.
3. Всероссийская сельскохозяйственная перепись 2016 года. Предварительные итоги: Статистический бюллетень/Федеральная служба государственной статистики. М: ИИЦ «Статистика России», 2016 – 70 с.
4. Россия в цифрах 2017. Официальное издание. Краткий статистический сборник. – М.: Росстат, 2017. – 511 с.
5. Коллективные формы хозяйствования в современной экономике: монография / В.Е. Дементьев, Р.М. Качалов, Г.Б. Клейнер и др.; под ред. Г.Б. Клейнера; Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Центральный экономико-математический ин-т Российской академии наук (ЦЭМИ РАН). – М.: ИД «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА», 2017. – 356 с.
6. Мамонтов В.Д. Проблемы развития кооперации в сельских территориях Тамбовской области / В.Д. Мамонтов и др. // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. - № 8 (Том №10). – С.62-69.
7. <http://selhoz.admin-smolensk.ru/kooperaciya>.

УДК 349.3

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ГАРАНТИЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОХРАННОСТИ ПЕНСИОННЫХ НАКОПЛЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

*Оразымбеткызы А., докторант
Международный университет Кыргызстана
Республика Казахстан, г. Тараз
E-mail: a.ozarymbetkyzy@mail.ru*

Аннотация: Статья посвящена характеристике гарантии со стороны государства в обеспечении сохранности пенсионных накоплений с учетом уровня инфляции.

Раскрыты содержание и причины, послужившие основанием для принятия государством решения по обеспечению сохранности накоплений с учетом уровня инфляции, проведена параллель в указанном секторе с пенсионными системы других стран.

В результате анализа, предложен альтернативный подход в вопросе сохранности накоплений и повышения эффективности финансовых вложений вкладчиков.

Ключевые слова: пенсия, гарантия, накопления, инфляция, вкладчик, фонд.

Сохранность пенсионных накоплений является одним из ключевых вопросов, волнующих всех казахстанцев. И опасения эти не беспочвены, если учесть, тот факт, что получение накоплений рассчитано на будущее время.

Именно эти сомнения, на сегодняшний день, являются причиной отсутствия формализации в части перечисления взносов с целью

обеспечения достойной старости.

Следует отметить, что Казахстан пока является единственным государством, гарантирующим сохранность пенсионных накоплений с учётом уровня инфляции при наступлении право на выплату.

Вопрос сохранности пенсионных накоплений уже на законодательном уровне был решен в 2003 году. Были закреплены права вкладчиков на государственные гарантии в размере фактически внесенных обязательных пенсионных взносов с учетом уровня инфляции на момент приобретения получателем права на пенсионные выплаты.

Создание в 2013 году Единого накопительного пенсионного фонда обусловлено, в том числе, необходимостью защиты интересов вкладчиков, так как существовавшие до этого частные пенсионные фонды во главу угла ставили не столько интересы вкладчиков, сколько их владельцев и зачастую управляли активами так, что в отдельные периоды на счетах вкладчиков отражалась отрицательная доходность.

Пенсионные взносы вкладчиков инвестируются в различные финансовые инструменты и приносят доход, который ежедневно начисляется на счета вкладчиков и получателей.

Взносы капитализируются и инвестируются в финансовые инструменты, доходность которых формируется в зависимости от результатов инвестиционной деятельности и состояния финансовых рынков. Государственный пакет акций Единого накопительного пенсионного фонда находится в доверительном управлении Национального Банка, осуществляющий размещение пенсионных активов на финансовом рынке.

Доходность от инвестирования может быть, как выше, так и ниже уровня инфляции, что зависит от рыночной стоимости ценных бумаг, волатильности курсов иностранных валют. В связи с чем, возникает разница между фактическими пенсионными накоплениями (которые складываются из взносов и дохода с учетом уровня инфляции) и суммой внесенных пенсионных взносов. Если инвестиционный доход оказывается ниже инфляции, получателям выплачивается разница.

Другими словами, при наступлении право на выплату, производится расчет доходности на индивидуальном пенсионном счете физического лица в соотношении с уровнем инфляции за весь период нахождения в накопительной пенсионной системе. И, если доходность пенсионных накоплений ниже уровня инфляции, образовавшееся различие возмещается государством. К примеру, уровень инфляции составил девять процентов, а человеку начислил и всего два процента, оставшиеся семь процентов вкладчику возмещает государство. Соответственно, если уровень инвестиционного дохода превышает допустимый уровень по инфляции, то вкладчику разница не выплачивается.

Таким образом, выплата разницы между суммой фактически внесенных обязательных пенсионных взносов, обязательных профессиональных пенсионных взносов с учетом уровня инфляции и

суммой пенсионных накоплений представляет собой единовременную выплату за счет средств республиканского бюджета, определенную как разница между суммой фактически внесенных обязательных пенсионных взносов, обязательных профессиональных пенсионных взносов с учетом уровня инфляции и суммой пенсионных накоплений, сформированных за счет обязательных пенсионных взносов, обязательных профессиональных пенсионных взносов [1].

Государство гарантирует получателям сохранность обязательных пенсионных взносов, обязательных профессиональных пенсионных взносов в едином накопительном пенсионном фонде в размере фактически внесенных обязательных пенсионных взносов, обязательных профессиональных пенсионных взносов с учетом уровня инфляции на момент достижения лицами пенсионного возраста (мужчины – 63 года, женщины – 58,5 лет с учетом поэтапного повышения пенсионного возраста с 1 января 2018 года в течение десяти лет, по шесть месяцев ежегодно); достигшим пятидесятилетнего возраста, за которых уплачены обязательные профессиональные пенсионные взносы в совокупности не менее шестидесяти календарных месяцев, путем заключения договора пенсионного аннуитета со страховой организацией при достаточности пенсионных накоплений для обеспечения выплаты не ниже минимального размера пенсии, установленного на соответствующий финансовый год законом о республиканском бюджете; инвалидам первой и второй групп, если инвалидность установлена бессрочно и выехавшим на постоянное место жительства за пределы Республики Казахстан иностранцам и лицам без гражданства, представивших документы, определенные законодательством Республики Казахстан, подтверждающие факт выезда. Государство гарантирует сохранность обязательных пенсионных взносов в едином накопительном пенсионном фонде в размере фактически внесенных обязательных пенсионных взносов с учетом уровня инфляции, осуществленных за период с момента заключения договора пенсионного аннуитета со страховой организацией до достижения установленного пенсионного возраста мужчинам по достижении 55 лет, женщинам по достижении 55 лет с учетом повышения возраста с января 2018 год по 2027 год, по шесть месяцев ежегодно [2].

Выплата разницы производится после обращения указанных лиц за ее назначением, кроме лиц, достигших общеустановленного пенсионного возраста (состоявшихся пенсионеров), разницы по выплате государственной гарантии которым назначается без представления заявления по проактивному принципу. Кроме того, право на получение выплаты, в случае смерти лица, имеющего право на выплату разницы, имеют наследники.

До 2018 года пенсионеры имели право получать, по своему выбору, пенсионные накопления согласно установленного графика. С начала года пенсионные выплаты из единого накопительного пенсионного фонда осуществляются из пенсионных накоплений, сформированных за счет обязательных пенсионных взносов, обязательных профессиональных

пенсионных взносов в виде ежемесячных пенсионных выплат по установленному графику. Одна из причин введения ежемесячной выплаты объясняется тем, что сумма ее после получения, как правило, тратится одноразово. И лишь, небольшая часть пенсионеров, размещает эти средства на депозит, чтобы получать ежемесячный доход. Однако, проценты, начисленные в качестве вознаграждения по депозиту, едва способны обеспечить высокий уровень дохода. В то время как, пенсионные накопления на индивидуальном пенсионном счете постоянно инвестируются и приносят доход. Результатом такого инвестиционного управления является инвестиционный доход, который на ежедневной основе начисляется как на счета вкладчиков, так и получателей. То есть, как только начинают осуществляться выплаты, оставшаяся на счете сумма продолжает инвестироваться и приносить доход.

Однако, данный подход нельзя отнести к максимально обеспечивающему сохранность средств и повышения эффективности финансовых вложений вкладчиков. Если исходить из позиции самого вкладчика, то право его собственности на пенсионные накопления носят ограничительный характер. Нет возможности каким-либо образом регулировать вложение накоплений, в том числе в части их сохранности.

Учитывая, что на сегодняшний день, значительная часть пенсионных выплат обеспечивается за счет бюджетных средств, налоговых поступлений, альтернативой в данном случае можно рассмотреть пенсионные выплаты в виде налогов на доходы, то есть прямого направления их в бюджет государства. При этом, сохранить, и более того, создать дополнительные стимулы для осуществления добровольных пенсионных накоплений.

Одной из основных гарантий государства является сохранность пенсионных накоплений, используемых для финансирования инвестиционных секторов в рамках государственно-частного партнерства. И, здесь, важная роль отводится разработке стратегии управления финансовым фондом и обязательствами государства вкупе с деятельностью, направленной на развитие отдельных отраслей финансового сектора, включающего, в том числе, рынок ценных бумаг и накопительную пенсионную систему.

Совершенствование накопительной системы, в свою очередь, зависит от того, насколько выгодно будут размещены пенсионные активы в различные финансовые инструменты. Необходимость такого развития обусловлена тем, что пенсионные вклады представляют собой важный компонент инвестиционных ресурсов самого государства, посредством пенсионного фонда которого, формируется капитал, инвестируемый в проекты. Нельзя не отметить их стабилизирующий характер в финансовой системе страны.

Таким образом, для успешной модернизации пенсионной системы страны необходимо создание устойчивой экономической и упорядоченной среды, ведение совместной работы представителей всех ветвей власти,

пенсионного фонда, страховых компаний, а также всех заинтересованных в построении эффективной пенсионной системы, способной обеспечить гражданам достойный уровень жизни в пенсионном возрасте, в вопросах принятия нормативно-правовых актов по реформированию накопительной пенсионной системы. Должное внимание должно быть уделено и работе по поддержанию макроэкономических показателей, обеспечению стабильности валюты, уровня безработицы, формализации деятельности самозанятых лиц и других факторов.

И, все-таки, нельзя не отметить первенство страны в сохранности пенсионных накоплений с учётом уровня инфляции, в соотношении с действующей накопительной системой пенсионного обеспечения других стран.

В таких странах, как Япония, Чехия, Словакия, инвестиционная доходность от пенсионных накоплений вообще не предусмотрена. Их управляющие фонды гарантируют только номинальную, то есть фактическую стоимость взносов, или нулевую инвестиционную доходность без учета инфляции. То есть, сколько человек вложил средств в фонд, столько и получит, без пересчета инфляции и других факторов.

Законодательством Словении предусмотрено, что минимальная доходность управляющих не должна быть ниже 40% от средневзвешенной доходности государственных облигаций.

В Германии ставка доходности гарантируется в размере 2,25% к дате выхода на пенсию.

В Венгрии предусмотрено, что доходность инвестиций будет не менее, чем на 15% ниже доходности государственных облигаций.

В таких странах, как Австралия, Швеция, Эстония, Израиль, Мексика и Норвегия государство, вообще, не гарантирует сохранность пенсионных накоплений.

И, даже, в Чили, пенсионная система которой была взята за основу создания пенсионной системы Казахстана, управляющие гарантируют доходность в зависимости от типа выбранного фонда, но не ниже 2% средневзвешенной реальной доходности за предыдущие 36 месяцев.

Таким образом, накопления вкладчиков защищены независимо от того, как будут развиваться события на финансовых рынках и складываться ситуация с инвестиционным доходом.

А, учитывая тот факт, что подобные гарантии не предусмотрены даже в развитых странах мира, казахстанскую пенсионную систему, в целом, можно назвать прогрессивной, а в части государственного обеспечения сохранности пенсионных накоплений - справедливой.

Библиографический список

1. Постановление Правительства Республики Казахстан от 10 апреля 2014 года № 341. Правила выполнения гарантий государства получателям пенсионных выплат по сохранности обязательных пенсионных взносов, обязательных профессиональных пенсионных взносов в едином накопительном пенсионном фонде в размере фактически внесенных обязательных пенсионных взносов, обязательных профессиональных

пенсионных взносов с учетом уровня инфляции // *Казахстанская правда*. – 2014. – 21 мая. № 98;

2. Закон Республики Казахстан от 21 июня 2013 года № 105-V «О пенсионном обеспечении в Республике Казахстан» // *Казахстанская правда*. – 2013. – 22 июня. № 212-213

3. Закон Республики Казахстан от 20 июня 1997 года № 136 «О пенсионном обеспечении в Республике Казахстан» // *Ведомости Парламента Республики Казахстан*. – 1997. № 12 С. 186;

4. Закон Республики Казахстан от 29 декабря 2002 года «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Казахстан «О пенсионном обеспечении в Республике Казахстан»» // *Казахстанская правда*. – 2003. – 7 января. № 4-5;

5. Закон Республики Казахстан от 21 июня 2013 года № 105-V «О пенсионном обеспечении в Республике Казахстан» // *Казахстанская правда*. – 2013. – 22 июня. № 212-213;

6. Постановление Правительства Республики Казахстан от 10 апреля 2014 года № 341. Об утверждении Правил выполнения гарантий государства получателям пенсионных выплат по сохранности обязательных пенсионных взносов, обязательных профессиональных пенсионных взносов в едином накопительном пенсионном фонде в размере фактически внесенных обязательных пенсионных взносов, обязательных профессиональных пенсионных взносов с учетом уровня инфляции // *Казахстанская правда*. – 2014. – 21 мая. № 98;

7. Приказ Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 4 мая 2012 года № 168-ө-м. Об утверждении Правил исчисления ежемесячных выплат гражданам Республики Казахстан после завершения периода капитализации платежей по возмещению вреда, причиненного жизни или здоровью работников юридическими лицами, ликвидированными вследствие банкротства // *Казахстанская правда*. - 2012. – 11 августа. № 262-263;

8. Приказ Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 26 февраля 2013 года № 72-ө-м. О внесении дополнения в приказ Министра труда и социальной защиты населения Республики Казахстан от 4 мая 2012 года № 168-ө-м "Об утверждении Правил исчисления ежемесячных выплат гражданам Республики Казахстан после завершения периода капитализации платежей по возмещению вреда, причиненного жизни или здоровью работников юридическими лицами, ликвидированными вследствие банкротства // *Казахстанская правда*. – 2013. – 7 декабря. № 332;

9. Приказ Министра здравоохранения и социального развития Республики Казахстан от 12 января 2016 года № 11. О внесении изменений и дополнений в некоторые решения Министерства здравоохранения и социального развития Республики Казахстан // *Информационно-правовая система «Әділет»*. – 2016. – 14 марта.

УДК: 336.148

**ПРИНОСЯЩАЯ ДОХОД ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МУНИЦИПАЛЬНЫХ
УЧРЕЖДЕНИЙ КАК ПРЕДМЕТ ПРОВЕРКИ КОНТРОЛЬНО-СЧЕТНЫХ
ОРГАНОВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ**

*Пастушенко Е.А., магистрант
Тюменский государственный университет
Россия, г. Лангенас
E-mail: elenapasta@mail.ru*

Аннотация: В статье проанализированы возможность (на уровне полномочий) и

необходимость проведения контрольно-счетными органами муниципальных образований проверок приносящей доход деятельности муниципальных учреждений. Рассмотрены возможные нарушения, допускаемые муниципальными бюджетными и автономными учреждениями при параллельном выполнении муниципального задания и осуществлении приносящей доход деятельности с использованием муниципального имущества.

Ключевые слова: контрольно-счетный орган, внешний муниципальный финансовый контроль, бюджетные и автономные учреждения, бюджет муниципального образования, полномочия, приносящая доход деятельность, эффективность использования средств, расходы на содержание имущества, бюджетные отношения, нарушения.

На сегодняшний день можно говорить о существовании необходимой нормативной правовой базы для осуществления внешнего финансового контроля на всех уровнях бюджетной системы Российской Федерации. Однако, как и в любой другой сфере, во внешнем финансовом контроле существуют проблемные вопросы, необходимость урегулирования которых обусловлена целым рядом экономических процессов, происходящих в Российской Федерации в настоящее время.

Одним из таких вопросов является круг полномочий контрольно-счетных органов муниципальных образований, а именно – отсутствие полномочия по проверке приносящей доход деятельности муниципальных бюджетных и автономных учреждений.

Нормативными правовыми актами, регулирующими сферу внешнего муниципального финансового контроля, являются следующие акты:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации.
2. Федеральный закон от 07.02.2011 №6-ФЗ «Об общих принципах организации и деятельности контрольно-счетных органов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований» (далее – Федеральный закон №6-ФЗ).
3. Федеральный закон от 05.04.2013 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

Среди закрепленных указанными актами полномочий значатся контроль исполнения бюджета муниципального образования, экспертиза проектов бюджета, контроль законности и результативности использования средств муниципального бюджета, контроль соблюдения установленного порядка управления и распоряжения имуществом, находящегося в муниципальной собственности, финансово-экономическая экспертиза проектов муниципальных правовых актов, аудит закупок, аудит эффективности, экспертиза муниципальных программ и другие.

В рамках проведения контрольных мероприятий органы внешнего муниципального финансового контроля, исполняя указанные полномочия, могут установить, что учреждениями допущены следующие нарушения:

1. Расходы на содержание имущества и коммунальные услуги оплачиваются учреждением исключительно за счет средств субсидии,

предоставленной для финансового обеспечения выполнения муниципального задания. Доходы от приносящей доход деятельности не служат источником для оплаты указанных расходов.

2. При оказании муниципальных услуг, установленных муниципальным заданием, учреждением в соответствии с муниципальным заданием взимается плата с потребителя услуги, при этом:

2.1. Заработная плата сотрудникам, занятым в оказании муниципальной услуги, начисляется и выплачивается исключительно за счет кода вида финансового обеспечения (деятельности) (далее – КФО) 4 «Субсидии на выполнение государственного (муниципального) задания».

2.2. Аналогичная ситуация может быть установлена с оплатой материальных запасов, приобретение которых необходимо для оказания муниципальной услуги.

3. Расходы, осуществление которых бюджетным или автономным учреждением необходимо для оказания муниципальных услуг, финансируются за счет как субсидии на финансовое обеспечение выполнения муниципального задания, так и за счет приносящей доход деятельности, но доля расходов, осуществленных за счет КФО 2 «Приносящая доход деятельность (собственные доходы учреждения)» существенно ниже, чем это необходимо.

Оказание услуг бюджетными и автономными учреждениями на платной основе закреплено федеральным законодательством. [3, 4]

В свою очередь согласно статье 41 Бюджетного кодекса доходы, полученные от платных услуг бюджетными и автономными учреждениями, не относятся к видам доходов местного бюджета. К неналоговым доходам бюджета муниципального образования отнесены доходы от платных услуг, оказываемых исключительно муниципальными казенными учреждениями. [1]

Более того, с целью определения правового статуса автономного учреждения федеральным законодательством закреплено следующее:

– самостоятельное распоряжение муниципальным автономным учреждением поступившими доходами;

– отсутствие у собственника имущества муниципального автономного учреждения, то есть муниципального образования, права на получение доходов от осуществления учреждением любой деятельности, предусмотренной уставом, и использования закрепленного за правом оперативного управления за учреждением имущества. [4]

Из анализа действующего законодательства следует, что приносящая доход деятельность бюджетных и автономных учреждений находится за пределами бюджетных правоотношений, что сразу затрудняет ее проверку органами внешнего муниципального финансового контроля.

Контрольно-счетные органы данный вид деятельности учреждений проверяют: одни – в рамках проверок законного и результативного использования средств, предоставленных из бюджета для выполнения муниципального задания; другие – в рамках проверок целевого и

эффективного использования муниципального имущества; третьи – в рамках отдельного контрольного мероприятия, посвященного проверке только приносящей доход деятельности.

Если учесть, что муниципальное имущество, которое необходимо ежедневно содержать и вкладывать средства в осуществление текущего и капитального ремонтов, используется бюджетными и автономными учреждениями для получения доходов и в конечном итоге для извлечения прибыли, остающейся в распоряжении учреждений, то проверка поступивших доходов и направлений их расходования видится вполне логичной. Данная проверка также необходима в случае использования одного и того же имущества для выполнения муниципального задания и для осуществления приносящей доход деятельности с целью подтверждения долей расходов, осуществляемых за счет субсидии на финансирование выполнения муниципального задания и за счет приносящей доход деятельности.

Такая аргументация устраивает не все объекты контроля, как следствие контрольно-счетным органам приходится отстаивать свою позицию в судах.

Судебная практика по данному вопросу неоднозначная. Решения в спорах о превышении контрольно-счетными органами полномочий не всегда выносятся в пользу органов внешнего муниципального финансового контроля. Так, например, в порядке кассационного рассмотрения дела было вынесено постановление Арбитражного суда Уральского округа от 30.06.2016

№Ф09-6958/16 по делу о признании недействительным распорядительного акта контрольно-счетного органа муниципального образования о проведении контрольного мероприятия, а также о признании действий по проведению проверки результативности использования средств, полученных от приносящей доход деятельности, незаконными. Данным постановлением требования муниципального автономного учреждения были полностью судом удовлетворены. При этом контрольно-счетным органом в обоснование своей позиции приводился аргумент о влиянии приносящей доход деятельности на муниципальное задание и осуществление ее на базе муниципального имущества.

Необходимо отметить, что при рассмотрении указанного дела суды всех трех инстанций, удовлетворяя требования автономного учреждения в споре с муниципальным контрольно-счетным органом, исходили из того, что:

- полномочие органа внешнего муниципального финансового контроля по контролю законности и эффективности использования автономным учреждением средств, полученных от приносящей доход деятельности, ни одним нормативным правовым актом не предусмотрено;
- получение и использование автономным учреждением средств от приносящей доход деятельности не относятся к сфере бюджетных правоотношений, регулируемых Бюджетным кодексом Российской Федерации или иными нормативными правовыми актами.

Включение полномочия, позволяющего муниципальным контрольно-счетным органам проводить контрольные мероприятия, предметом которых является проверка поступлений от приносящей доход деятельности и направлений их расходования, может дать существенный экономический эффект. Так, в основной своей массе муниципальные образования (особенно малые) являются дотационными. Вопрос рационального, эффективного использования средств бюджета в таких муниципалитетах стоит достаточно остро, так как Федеральным законом от 06.10.2003 №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» закреплён значительный перечень вопросов местного значения, решение которых находится в исключительной компетенции местной власти. Естественной задачей для исполнительно-распорядительного органа видится неукоснительное соблюдение принципа эффективности использования средств бюджета, закреплённое статьей 34 Бюджетного кодекса Российской Федерации.

Не контролируемая внешним муниципальным финансовым контролем сфера, каковой является приносящая доход деятельность муниципальных бюджетных и автономных учреждений, потенциально сопряжена с риском многочисленных нарушений, среди которых могут быть выявлены следующие:

1. Занижение поступающих в распоряжение учреждения наличных средств от приносящей доход деятельности с целью сокрытия доходов и, как следствие, не направление их на оплату общехозяйственных расходов.

2. Искажение информации о фактическом использовании муниципального имущества при осуществлении приносящей доход деятельности с целью минимизации осуществления расходов на содержание и ремонт муниципального имущества.

3. Отсутствие претензионно-исковой работы по взысканию дебиторской задолженности, образовавшейся в результате осуществления приносящей доход деятельности.

Подводя итог при рассмотрении данного вопроса, необходимо отметить, что проверка приносящей доход деятельности – это резерв для сокращения средств бюджета муниципального образования, направляемых на выполнение установленных для муниципальных бюджетных и автономных учреждений муниципальных заданий. При закреплении в Федеральном законе №6-ФЗ полномочия контрольно-счетного органа по проверке приносящей доход деятельности учреждений будет создано в рамках правового поля основание для осуществления таких проверок, и их законность не будет зависеть от решения споров между контрольно-счетными органами и объектами контроля в судебных органах.

Библиографический список

1. *Бюджетный кодекс Российской Федерации. – Режим доступа: КонсультантПлюс (дата обращения: 13.11.2018).*
2. *О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для*

обеспечения государственных и муниципальных нужд: Федеральный закон от 05.04.2013 №44-ФЗ. – Режим доступа: КонсультантПлюс (дата обращения: 13.11.2018).

3. О некоммерческих организациях: Федеральный закон от 12.01.1996 №7-ФЗ. – Режим доступа: КонсультантПлюс (дата обращения: 13.11.2018).

4. Об автономных учреждениях: Федеральный закон от 03.11.2006 №174-ФЗ. – Режим доступа: КонсультантПлюс (дата обращения: 13.11.2018).

5. Об общих принципах организации и деятельности контрольно-счетных органов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований: Федеральный закон от 07.02.2011 №6-ФЗ. – Режим доступа: КонсультантПлюс (дата обращения: 13.11.2018).

6. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: Федеральный закон от 06.10.2003 №131-ФЗ. – Режим доступа: КонсультантПлюс (дата обращения: 13.11.2018).

7. Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению: приказ Министерства финансов Российской Федерации от 01.12.2010 №157н. – Режим доступа: КонсультантПлюс (дата обращения: 13.11.2018).

8. Постановление Арбитражного суда Уральского округа от 30.06.2016 N Ф09-6958/16 по делу №А60-52838/2015. – Режим доступа: КонсультантПлюс (дата обращения: 13.11.2018).

УДК 336.02

РОЛЬ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА РОССИИ В ГОСУДАРСТВЕННОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ЭКОНОМИКИ

Скимбатору М.И., магистр

Тюменский государственный университет

Россия, г. Новый Уренгой

E-mail: Marya.201@yandex.ru

Аннотация: В статье рассмотрены особенности современной денежно-кредитной политики государства, и роль центрального банка в нем. Представлены данные о доходах бюджета за длительный период, выявлена взаимосвязь доходов бюджета и динамики цен на нефть. Определены перспективы денежно-кредитной политики в России на ближайшие годы.

Ключевые слова: центральный банк России, доходы бюджета, задачи регулирования экономики, денежно-кредитная политика

В мировой практике денежно-кредитная политика является одним из важнейших инструментов влияния государства на экономику. Несмотря на долгий путь развития экономики как самостоятельной науки концепция необходимости и целесообразности денежно-кредитного регулирования финансового рынка со стороны государства получила активное развитие лишь в XX в., в период преобладания либеральной модели, не предполагающей участия государства в экономических процессах.

Экономические кризисы прошлого выявили уязвимость такой модели и ее неспособность справиться с тяжелыми последствиями без

вмешательства государства. Именно с тех пор применение различных рычагов государственного воздействия на финансовый рынок, стало одной из основных функций национальных регуляторов финансового рынка.

Актуальность исследования деятельности Центрального Банка России диктуется условиями, в которых наша страна находится в настоящее время. Санкционная политика стран ЕС и США против России, снижение мировых цен на нефть серьезно ударили как по экономике в целом, так и по финансовому сектору в частности. От оперативных, своевременных и правильных действий Центрального Банка сейчас зависит не только финансовый сектор, но и реальный сектор экономики.

Роль центральных банков в современных платежных системах сложно переоценить. Во-первых, они организуют системы перевода средств, специально разрабатываемые для обеспечения валовых платежей в режиме реального времени по отдельным межбанковским обязательствам, и управляют ими. Во-вторых, непосредственно оказывают услуги по межбанковским расчетам и платежам, в том числе специализированным расчетно-платежным организациям, которые в конце каждого определенного цикла подводят окончательные итоги зачета взаимных требований участников путем перечисления средств на счета в центральном банке.

В-третьих, центральные банки лицензируют и контролируют деятельность платежных систем, в том числе устанавливая технологические и экономические критерии доступа коммерческих банков к тем или иным платежным системам. В-четвертых, центральные банки при необходимости дают кредиты на завершение расчетов и платежей.

Центральный Банк России является ключевым игроком на денежно-кредитном рынке страны. Денежный рынок – это часть рынка, на котором участники этого рынка реализуют свое право на куплю-продажу денег как товара

Среди участников денежного рынка можно выделить: коммерческие банки, небанковские финансово-кредитные учреждения, предприятия, физические лица, госорганы, уполномоченные управлять денежным рынком, международные финансовые организации, прочие финансово-кредитные учреждения, посредники денежно-кредитного рынка. К посредникам могут относиться как коммерческие банки, так и брокеры, дилеры, управляющие компании.

Всех этих участников денежно-кредитного рынка регулирует Центральный Банк России посредством административных методов. Помимо административных методов регулирования Центральный Банк использует также экономические методы регулирования – это способы, направленные на денежно-кредитную сферу посредством формирования условий на рынке капитала и денег.

Основная цель кредитно-денежной политики России последних лет тесно связана с задачами экономической политики в целом и представляет собой поддержание стабильности цен, стабильности курса рубля на

внутреннем и внешнем рынках, а также сдерживание инфляции. По видам целей традиционно выделяют два направления денежно-кредитной политики: 1. Рестрикционная денежно-кредитная политика 2. Экспансионистская денежно-кредитная политика.

Несмотря на тяжелое состояние отечественной экономики, что особенно усугубляется геополитическими событиями, денежно-кредитная политика до сих пор реализуется Банком России, к сожалению, скорее как инструмент рестрикции, чем обеспечения экономического роста. Хотя кредитно-денежную политику Центрального Банка России нельзя отнести ни к одному из двух типов в чистом виде.

Дело в том, что денежно-кредитная политика России зачастую становится заложником внешних факторов и нацелена на поиск выхода из сложных ситуаций, повлиявших извне на экономику России. До 2008 года денежно-кредитную политику ЦБ РФ условно можно было отнести к экспансионистскому типу, однако уже с 2008 года начались процессы сокращения кредитной деятельности, затем произошел мировой финансовый кризис и с 2008 года ЦБ РФ декларирует своей первостепенной целью снижение уровня инфляции в стране.

Центральный Банк Российской Федерации является главным проводником кредитно-денежной политики Российской Федерации.

Основными функциями Центрального Банка РФ в реализации денежно-кредитной политики являются: 1. Эмиссия денег. ЦБ РФ имеет монопольное право выпуска кредитных денег; 2. Использование метода кредитной экспансии или кредитной рестрикции при реализации кредитно-денежной политики; 3. Осуществляет хранение золото-валютных резервов страны; 4. Ведёт счета Правительства РФ; 5. Хранит резервные фонды других кредитно-финансовых учреждений; 6. Осуществляет кредитование коммерческих банков; 7. Осуществляет контроль за деятельностью коммерческих банков; 8. Осуществляет денежно-кредитное регулирование экономики [3].

Денежно-кредитная политика развитых стран в основном направлена на поддержание совокупного спроса на уровне, соответствующем производственному потенциалу экономики. В развивающихся странах, к которым принадлежит в том числе и Россия, денежно-кредитная политика направлена на борьбу с инфляцией и резкими скачками национальной валюты. Для российской экономики эти проблемы носят первостепенный характер ещё и по той причине, что присутствует экспортно-сырьевая зависимость от цен на нефть. На рисунке 1 представлена динамика доли нефтегазовых доходов в общих доходах госбюджета за период с 2006 по 2017гг.



Рисунок 1 Динамика доли нефтегазовых доходов в общих доходах госбюджета [2]

Как видно из рисунка 1 за последние 11 лет структура доходов бюджета осталась практически неизменной более половины госбюджета составляют нефтегазовые доходы. Экспортно-сырьевая экономика, основой которой является экспорт нефтепродуктов начала формироваться в России с 2000 года, под влиянием постоянно растущих цен на нефть.

На рисунке 2 представлена динамика цен на нефть марки Brent с 1999 года по 2018 гг. После начавшегося в 2008г. финансового кризиса цены на нефть Brent резко упали. Ее цена в январе 2009 года составила всего 45,5 \$ за баррель. Вновь кризисные явления экономика России ощутила в январе 2015 года, когда цена за баррель нефти марки Brent упала до 49,15 \$ за баррель, а в январе 2016 года цена снизилась до рекордных 34,73 \$ за баррель.

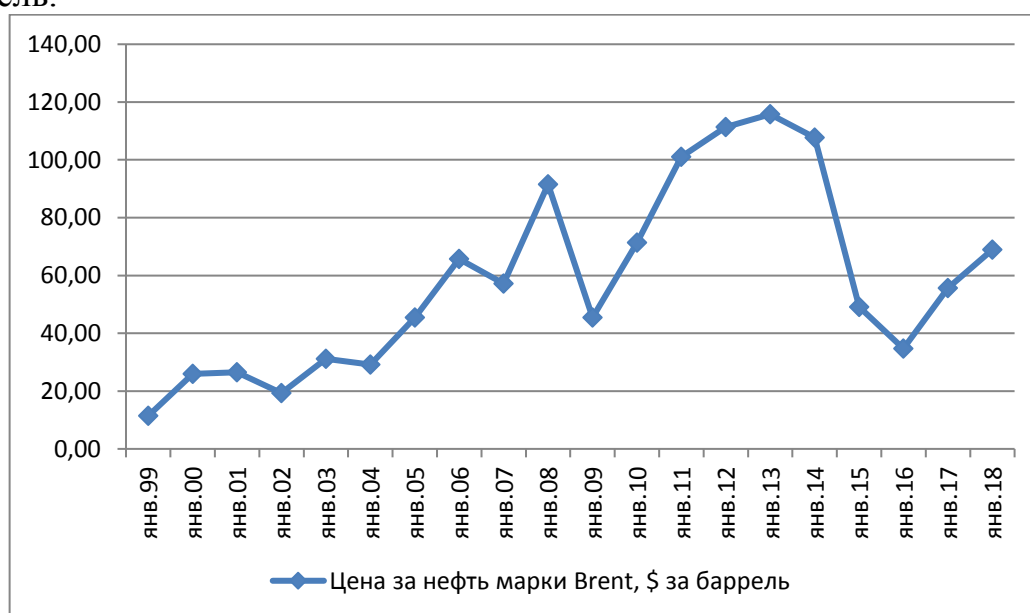


Рисунок 2 Динамика цен на нефть марки Brent [1]

Оправившись после кризиса 2008 г. экономика страны показала рост вплоть до 2014 года, что опять же объяснялось ростом цен на нефть. И вновь

страну настиг финансовый кризис. Таким образом, существует прямая взаимосвязь между ценой на нефть и доходами госбюджета (таблица 1).

Приток выручки от продажи нефти, выраженной в валюте, способствовало укреплению курса национальной валюты, в связи с чем импортная продукция становилась все более доступной для россиян и возраставший внутренний спрос удовлетворялся за счет импорта.

Таблица 1 - Взаимосвязь доходов Федерального бюджета от цен на нефть

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Доходы, млрд. руб	9 276	7338	8 305	11368	12854	13020	14497	13659	13460	15089
Профицит/дефицит, млрд. руб.	1 705	-2322	-1812	442	-37	-323	-0,335	-1,961	-2,956	-1,331
Цена нефти марки Brent, \$ за баррель	91.5	45.5	71.35	101.0	111.3	115.7	107.7	49.15	34.73	55.68

На основе данных таблицы 1 был построен график. На рисунке 3 показана корреляция уровня цены на нефть и доходов госбюджета.



Рисунок 3 Взаимосвязь между ценой на нефть и доходами госбюджета

Рост потребительского спроса и частных инвестиций стимулировали в свою очередь развитие финансового рынка, при том, что дефицитность капитала обеспечивала высокую доходность инвестиций, а приток иностранного капитала в большом объеме, растущие цены на нефть и усиление финансовых рынков обеспечивали инвесторов необходимым финансированием.

Для того, чтобы сдержать укрепление рубля в условиях значительного притока на внутренний рынок валютной выручки, Центральный Банк России приобретал иностранную валюту, таким образом, пополняя международные резервы и увеличивая предложение денег в стране. А в

случае неблагоприятного изменения экономической конъюнктуры (например, падения мировых цен на минеральное сырье и сокращения поступления экспортной выручки), Центральный Банк прибегал к валютным интервенциям путем частичной продажи золотовалютных резервов.

Банк России в своем прогнозе исходит из того, что до конца 2018 года в связи с санкциями зарубежные рынки капитала останутся частично закрытыми для российских компаний, из-за чего ВВП в 2018 году сократится на 3,5–4 % по сравнению с уровнем 2017 года, в 2019 году – на 1–1,6 % по сравнению с уровнем 2018 года.

Таким образом, на сегодняшний момент в своей кредитно-денежной политике Центральный Банк руководствуется пессимистическим сценарием развития экономики.

Банку России, с целью опосредованного кредитования промышленных предприятий, необходимо будет к концу 2018 г. приступить к более активному рефинансированию банковского сектора. Появление источника в виде масштабного рефинансирования банков, позволит снять проблему отсутствия в среднесрочной перспективе других источников денежной массы и обеспечит удовлетворение спроса на деньги в той мере, сколько этого потребуют темпы экономического роста. Таким образом, в случае дальнейшего падения цен на нефть, России не нужно будет прибегать к политике сохранения рублевых расходов на уровне, запланированном в бюджете при росте курса доллара, что ведет к инфляции.

То есть фактически, наша страна должна стремиться к переходу на импортозамещение, потому как не только российская, но и вся мировая экономика испытывает не лучшие времена. Но Центробанк пока пессимистически смотрит на импортозамещение в современных условиях.

До сих пор идут споры, что больше отразилось на российской экономике – антироссийские санкции или снижение цен на нефть, но более вероятно, что оба фактора сработали на падение темпов экономического роста. Скорее всего, в 2018–2020 гг. российскому финансовому сектору придется столкнуться с вызовами более глобального характера, чем санкции. И тут традиционная консервативная политика Центрального Банка России может не сработать, как сработала при преодолении пика финансового кризиса в декабре 2014 года. Приоритетной задачей денежно-кредитной политики должна стать не только борьба с инфляцией, а финансирование импортозамещающих секторов, причем это должно происходить не изредка, а быть долгосрочной программой на ближайшие 10 лет.

Библиографический список

1. *График цены на нефть Брент (Brent) за 1990-2018 гг [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.calc.ru/dinamika-Brent.html>*

2. *Краткая информация об исполнении федерального бюджета. Материалы сайта Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: https://www.minfin.ru/ru/statistics/fedbud/?id_65=80041&page_id=3847&popup=Y&area_i*

d=65

3. О Центральном банке Российской Федерации (Банке России): Федеральный закон от 10.07.2002 N 86-ФЗ (ред. от 29.07.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 26.09.2018) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru>

УДК: 33

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ

Смирнов В. Ю., магистрант

Пислегина Н. В., к.э.н., доцент

Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал

Россия, г. Барнаул

E-mail: pislegina_n@bk.ru

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы, связанные с необходимостью внедрения на территории России собственной независимой платежной системы, деятельность которой была бы направлена на то, чтобы обеспечить эффективную реализацию национальных интересов и гарантию безопасности финансовой системы в целом. Кроме этого уделено внимание недостаткам и перспективам развития национальной платежной системы России.

Ключевые слова: платежная карта, национальная платежная система, карта «Мир», банковская система, международные платежные системы, стратегия национальной платежной системы.

Актуальность исследования заключается в том, что, несмотря на то, что на сегодняшний день в России успешно функционирует большое число иностранных платежных систем, тем не менее с 2014 года возникла необходимость внедрения на территории России собственной независимой платежной системы, деятельность которой была бы направлена на то, чтобы обеспечить эффективную реализацию национальных интересов и гарантию безопасности финансовой системы. Основной предпосылкой для развития собственной платежной системы в России послужила стрессовая ситуация, которая возникла в 2014 году, когда международные платежные системы Visa и MasterCard заявили о прекращении обслуживания пластиковых карт, выпущенных банками, акционеры которых попали под санкции США. Позиция Visa и MasterCard затронула не все банки РФ, а только банки «Россия», «Собинбанк» и «СМП». Прекращение обслуживания означало, что карты данных платежных систем больше не будут функционировать в торговых точках, а также банкоматах международной сети, но банки могут обслуживать их посредством своих клиентских офисов и банкоматов.

В этой связи, в условиях текущего развития национальной финансовой системы, особое внимание уделяется становлению и развитию национальной системы платежных карт «МИР».

На сегодняшний день в мире насчитывается несколько крупнейших платежных систем (рис. 1), первое место среди них занимает UnionPay (на

ее долю приходится 51 % мирового рынка), на втором месте Visa – 32 %, MasterCard находится на третьем месте и занимает 15 % рынка, 2 % составляют другие платежные системы, включая American Express и JCB International.

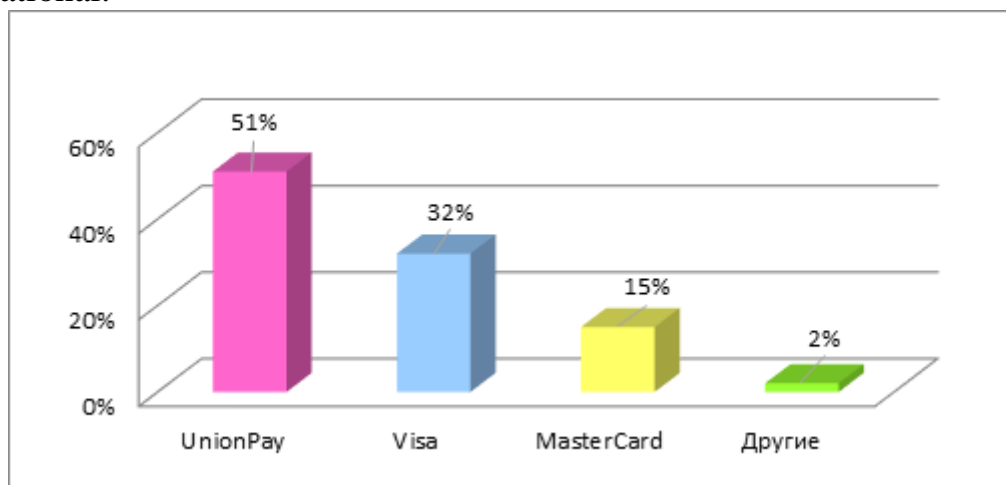


Рисунок 1 - Рейтинг международных платежных систем за 2017 год

Согласно «Стратегии национальной платежной системы» (одобренной Советом директоров Банка России 15.03.2013, протокол N 4), было предусмотрено три этапа создания национальной платежной системы:

- 1 этап – до 31 марта 2015 г.
- 2 этап – апрель-декабрь 2015 г.
- 3 этап – 2016-2018 гг.

В рамках первого этапа была создана национальная операционно - независимая платформа для обработки внутрироссийских транзакций с использованием национальных и международных платежных карт. Организовано взаимодействие между участниками рынка платежных услуг через операционный платежный и клиринговый центр (ОПКЦ) НСПК по картам международных платежных систем.

На втором этапе был реализован комплекс мероприятий, которые были направлены на запуск и развитие национальных платежных инструментов.

Третий этап предусматривал мероприятия по насыщению продуктовой линейки НСПК актуальными платежными продуктами и сервисами, их продвижению и развитию на территории России, а также по продвижению национальных платежных карт и иных электронных средств платежа, а также сервисов НСПК за пределами России.

Национальная система платежных карт до сих пор является важным государственным проектом, который должен обеспечить не только безопасность денежных средств держателям банковских карт, но и бесперебойность всех платежных операций внутри страны.

В декабре 2015 года была разработана национальная система платежных карт «МИР». На рисунке 2 представлены мероприятия, входившие в состав первых двух этапов создания национальной платежной системы, главным результатом которых выступает начало выпуска

платежных карт «МИР».

Основным отличием национальной системы платежных карт «МИР» от международных платежных систем является то, что операции по банковским картам «МИР» нельзя приостановить и на совершение платежей по данным картам не могут оказать влияние никакие внешние как экономические, так и политические факторы.

В качестве основных целей и задач функционирования национальной системы платежных карт «МИР» выступают следующие:

- предоставление надежных услуг перевода денежных средств, используя национальные платежные инструменты;
- повышение уровня доверия населения к осуществлению оплаты услуг безналичным способом;
- создание российского платежного пространства, которое не будет зависеть от зарубежных компаний;
- осуществление эмиссии национальных платежных инструментов (банковских карт «МИР»);
- вывод платежной карты «МИР» на международный рынок .



Рисунок 2 - Этапы создания национальной системы платежных карт «МИР»

По состоянию на 01.09.2018 г. (по данным официального сайта Национальной системы платежных карт «МИР»), актуальными являются следующие статистические данные:

- 372 банка являются участниками платежной системы «МИР» (АО «АЛЬФА-БАНК», АО «СМП Банк», ПАО Банк «ФК Открытие», Банк «Возрождение», ПАО «РОСБАНК», ПАО Банк «ЮГРА», АО «Банк

Интеза», АО «КИВИ Банк» и др.);

- 79 банков осуществляют эмиссию банковских платежных карт «МИР» (ПАО «Промсвязьбанк», ПАО «Сбербанк», ПАО «Московский индустриальный банк», ПАО Банк ВТБ, ОАО КБ «Центр-Инвест», АО «Тинькофф Банк», ПАО «АК БАРС» Банк, АО «Россельхозбанк» и др.);

- 198 банков приступили к раскрытию эквайринговой сети (ПАО «Промсвязьбанк», ПАО «МТС-Банк», АО Банк «Союз», ПАО Банк «Первомайский», ПАО Банк «Зенит» и др.);

- прием банковских платежных карт «МИР» осуществляет более 140 тыс. банкоматов и 100 тысяч POS-терминалов, которые принадлежит 198 банкам.

По нашему мнению, одним из важных моментов при изучении сущности национальной системы платежных карт «МИР» является изучение общественного мнения о данном банковском продукте (рисунок 3 и рисунок 4).

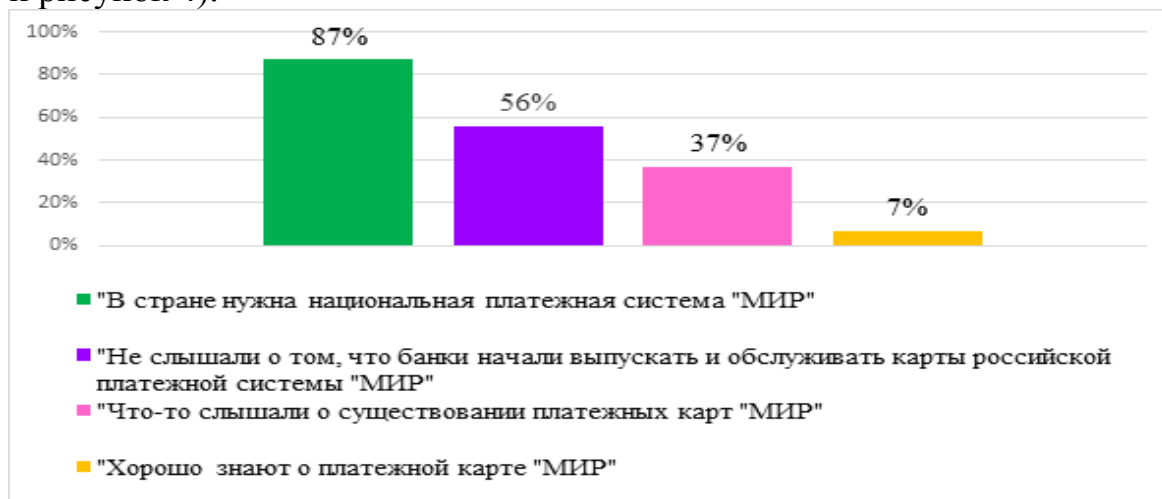


Рисунок - Общественное мнение о национальной системе платежных карт «МИР» в 2018 г.

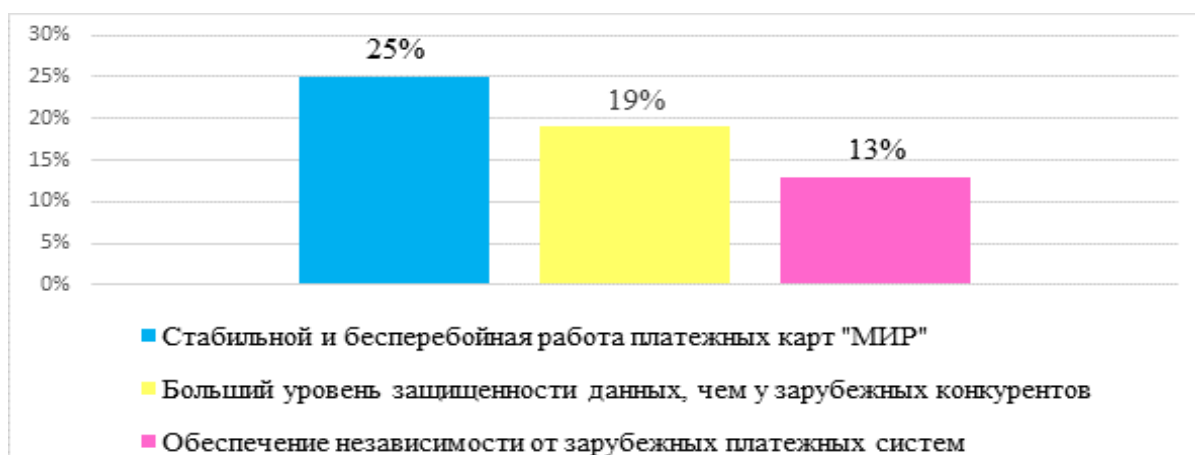


Рисунок 4 - Ожидания населения России от работы банковских платежных карт «МИР» в 2018 г.

Согласно данным рисунков 3 и 4 можно прийти к выводу, о том что, к сожалению, еще большая часть населения России не знает в достаточной степени о национальной системе платежных карт «МИР», но не боятся и

готовы ею активно пользоваться в том случае, если она будет соответствовать их требованиям.

Мы считаем, что перспективными направлениями развития функционирования национальной системы платежных карт «МИР», которые выступят в качестве эффективных инструментов по привлечению населения для оформления банковских карт «МИР» и превращению выпуска данной карты в выгодную для банков операцию, являются следующие:

1. Установление льготных тарифов за оказание операционных услуг и услуг платежного клиринга, взимаемые с банков – участников в пользу оператора платежной системы. Так можно стимулировать банки к развитию инфраструктуры.

2. Подключение необходимой для оплаты в интернет-магазинах технологии 3D-secure. Онлайн покупки становятся все более популярными, и возможность их совершения будет преимуществом банковской платежной карты «МИР».

3. Разработку программ лояльности, кэш-бэка и начисления процентов на остаток. Также НСПК планирует добавить к карте приложение, позволяющее оплачивать проезд в общественном транспорте.

4. Установление более дешевого годового обслуживания (ниже 90 рублей по стандартной дебетовой карте). Для сравнения: обслуживание самых недорогих карт систем Visa и MasterCard варьируется от 200 до 600 рублей.

5. Предусмотреть применение льготных тарифов на зарплатные проекты для корпоративных клиентов банков, являющихся участниками национальной системы платежных карт «МИР».

Как и любой новый продукт, карта «Мир» обладает рядом недостатков, что оказывает существенное влияние на ее востребованность со стороны потребителей банковских услуг.

Первый из них – это ограничение по валюте платежа. Карту «Мир» можно привязать лишь к рублевым счетам, следовательно, расплачиваться ею можно исключительно на территории России. Устранить данный недостаток представляется возможным благодаря использованию так называемых кобейджинговых карт, которые могут работать с двумя платежными системами, например «Мир - Maestro».

Второй недостаток - ограниченное распространение. Карту «Мир» принимают всего лишь около 1,5 тыс. банкоматов и 100 тыс. POS - терминалов. Ввиду такой неразвитой платежной инфраструктуры могут возникнуть трудности со снятием денег в банкомате или оплатой покупок или услуг. На данный момент официально прием карты в банкоматах обеспечивают 28 банков - участников НСПК, однако даже у этих банков еще не все банкоматы запрограммированы на карту «Мир». Решением данной проблемы является развитие платежной инфраструктуры, однако оно займет определенное время.

Для развития национальной карты «Мир» целесообразно провести

комплекс мероприятий, которые, с одной стороны, помогут привлечь граждан к оформлению карты, а с другой - сделают выпуск данной карты выгодным для самих банков.

К таким мероприятиям можно отнести:

1. Льготные тарифы за оказание операционных услуг и услуг платежного клиринга, взимаемые с банков - участников в пользу оператора платежной системы. Так можно стимулировать банки к развитию инфраструктуры;

2. Подключение технологии 3D - secure, необходимой для оплаты в интернет - магазинах. Онлайн покупки становятся все более популярными, и возможность их совершения будет преимуществом карты «Мир»;

3. Разработка программ лояльности, кэш - бэка и начисления процентов на остаток. Также НСПК планирует добавить к карте приложение, позволяющее оплачивать проезд в транспорте;

4. Обеспечение недорогого годового обслуживания - от 90 рублей по стандартной дебетовой карте. Для сравнения: обслуживание самых дешевых карт систем Visa и MasterCard в среднем колеблется от 200 до 600 рублей;

5. Льготные тарифы на зарплатные проекты для корпоративных клиентов, выгодные компаниям за счет низкой стоимости и подталкивающие торговые точки к переоснащению POS - терминалов на прием карт «Мир». Вышеуказанные мероприятия призваны развивать платежную инфраструктуру НСПК.

В заключении необходимо отметить, что процессы создания и развития эффективно функционирующей национальной платежной системы являются насущной необходимостью экономики России. Именно национальная платежная система позволит не только обеспечить бесперебойное осуществление внутренних расчетов, которые составляют около 90% от общего числа расчетов платежными картами, но и ослабить влияние внешних факторов (экономических и политических).

УДК 33

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Строгонова В. О., магистрант

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Россия, г. Белгород

E-mail: vik.ru@mail.ru

Аннотация: В статье рассматривается процедура прогнозирования денежных потоков, исследуются ее составляющие, приводится методика прогнозирования поступлений, показан способ определения предельного объема кредитования для предприятия.

Ключевые слова: денежные потоки, прогнозирование денежных потоков, экспертный метод, метод средних, метод средних взвешенных, метод

экспоненциального сглаживания, чистый денежный поток, эффект финансового рычага, плечо финансового рычага, определение предельного объема кредитования.

Для эффективного управления предприятием руководителю, бухгалтерам и другим ответственным лицам предприятия необходимо обладать информацией о предстоящих, необходимых для предприятия, расходах и о финансовых поступлениях. Наличие такой информации обеспечит наличие стабильной финансовой ситуации, позволит предприятию оставаться платежеспособным, не допустить просрочек в оплатах, и, как следствие, позволит выстроить надежные партнерские отношения в бизнесе.

Денежные потоки или cash-flow (англ.яз) представляют собой приток или отток денежных средств в рамках какого-либо периода в кассе предприятия и на его банковских счетах.

Для отражения картины движения денежных потоков на определенный период времени на предприятии ведется **прогнозирование денежных потоков**. Прогнозирование осуществляется в фиксации всех предстоящих необходимых платежей и предстоящих поступлений предприятия в рамках выбранного периода. Период прогнозирования может быть задан любой.

Процедура прогнозирования денежных потоков за определенный период состоит из следующих операций:

- Прогнозирование поступлений;
- Прогнозирование оттока денежных средств;
- Определение чистого денежного потока;
- Определение необходимости привлечения заемных средств.

Прогнозирование поступлений может быть произведено различными методами. Как наиболее простые, можно выделить следующие методы:

- Экспертный метод;
- Метод средних;
- Метод средних взвешенных;
- Метод экспоненциального сглаживания.

Экспертный метод прогнозирования поступлений базируется на экспертном мнении работников отдела продаж. Производится опрос каждого работника относительно величины поступления оплаты по каждому источнику поступления в определенном периоде с разделением прогноза вероятности оплаты на реальный, оптимистичный и пессимистичный. Таблица №1 показывает способ фиксации проведенного опроса.

Таблица 1. Способ фиксации проведенного опроса

Работник коммерческого отдела	Клиент	Прогноз поступления денежных средств на месяц (млн.рублей)		
		Реальный (вероятность 100%)	Оптимистичный (вероятность 80%)	Пессимистичный (вероятность 5%)
Работник №1	Клиент №1	50	70	

Работник коммерческого отдела	Клиент	Прогноз поступления денежных средств на месяц (млн.рублей)		
		Реальный (вероятность 100%)	Оптимистичный (вероятность 80%)	Пессимистичный (вероятность 5%)
Работник №2	Клиент№2	0	50	
Работник №3	Клиент№3	20		30
Итого:		70	120	30

После внесения результатов опроса работников отдела продаж в таблицу, определяется взвешенный прогноз, как показано в Таблице №2
Таблица 2. Взвешенный прогноз

Взвешенный прогноз	Формула расчета	Прогноз поступлений (млн. рублей)
Период времени из таблицы №1	$70*100\%+120*80\%+30*5\%$	181

Таким образом, спрогнозировано поступление 181 млн. рублей в определенном рассматриваемом месяце экспертным методом. Данный вид прогноза применяется в условиях полной неопределенности.

Метод средних базируется на формуле расчета средней арифметической.

Q прогнозируемая = (сумма($x_1:x_n$))/ n , где

сумма($x_1:x_n$) - сумма выплат от периода 1 до периода n
 n - количество периодов.

Метод средних взвешенных основан на данных статистики предыдущих периодов, которые аналогичны прогнозируемому.

Данные по поступлениям финансовых потоков предыдущего периода фиксируются в таблице с отражением веса каждого месяца, где наибольшее значение последнего принимается с учетом сезонного фактора. Наименьший вес будет иметь месяц, удаленный от сезонности.

В Таблице №3 показаны данные для расчета прогноза методом средних взвешенных.

Прогноз на месяц июнь рассчитывается следующим образом: $360/10=36$ млн. рублей.

Аналогично рассчитывается прогноз на другие месяцы.

Таблица 3. Расчет прогноза методом средних взвешенных

	Июнь	Март	Апрель	Май	Результат:
Вес июнь	4	1	2	3	10
Поступления июнь (млн.рублей)	50	40	30	20	140
Взвешенное значение июнь	200	40	60	60	360

Метод экспоненциального сглаживания позволяет найти прогнозное значение по формуле:

$$V_t = \alpha y_{t-1} + (1 - \alpha) * V_{t-1}$$

где V_t – прогноз поступления на следующий период t ;
 V_{t-1} – прогноз поступления в предыдущем периоде;
 y_{t-1} – фактическое значение поступления предыдущего периода;
 α – постоянный коэффициент сглаживания ($0 \leq \alpha \leq 1$).

Прогнозное значение поступления денежных средств (V_t), к примеру, в июне 2018 года рассчитывается следующим образом:

Прогнозное значение на июнь 2017 года=1 млн. ($V_{t-1}= 1000$ тыс. руб).

Фактическое значение поступления в июне 2017 года=900 тыс. ($y_{t-1} = 900$ тыс. руб).

$V_t = 0.15 * 900 \text{тыс.} + (1 - 0.15) * 1000 \text{тыс.} = 135 \text{тыс.} + 850 \text{тыс.} = 935 \text{тыс.}$ рублей.

Планирование оттока денежных средств производится предприятием исходя из его кредиторской задолженности и ее условий, прописанных в договорах и даже устных договоренностях. Планирование может проводиться для разных периодов.

Чистый денежный поток или net cash flow (англ. яз) представляет собой разницу между положительными (поступления денежных средств) и отрицательными (отток денежных средств) денежными потоками за один и тот же период времени.

Данная величина показывает финансовое состояние предприятия в данный период времени, его инвестиционную привлекательность. Чем выше значение чистого денежного потока, тем привлекательнее предприятие для инвестиций.

Формула расчета чистого денежного потока в общем виде выглядит следующим образом:

$$NCF = \sum_{i=1}^n (CI_i - CO_i);$$

где:

NCF – чистый денежный поток;

CI (Cash Inflow) – входящий денежный поток;

CO (Cash Outflow) – исходящий денежный поток;

n – количество периодов оценки денежных потоков.

Определение необходимости привлечения заемных средств.

В условиях дефицита финансовых ресурсов компании заинтересованы в привлечении заемного капитала.

Цели для привлечения заемных средств могут быть следующими:

- Пополнение оборотных активов предприятия;
- Необходимость ускорения осуществления каких-либо проектов организации;
- Прочие нужды.

Для определения предельного объема кредитования предприятие рассчитывает эффект финансового рычага, который показывает на сколько изменится доходность собственного капитала при использовании заемного.

Формула для расчета эффекта финансового рычага выглядит следующим образом:

$$DFL = (1 - t) \times (ROA - r) \times \left(\frac{D}{E} \right)$$

где,

DFL - эффект финансового рычага(%);

t - ставка налога на прибыль, в относительной величине;

ROA - рентабельность активов (экономическая рентабельность по EBIT) (%);

r - ставка процента по заемному капиталу (%);

D - заемный капитал;

E - собственный капитал.

Эффект финансового рычага показывает изменение рентабельности собственных средств в условиях использования заемных средств.

В приведенной выше формуле разница между рентабельностью активов и ставкой процента по заемному капиталу называется дифференциалом.

Соотношение заемного капитала к собственному называется плечом финансового рычага.

Если дифференциал имеет положительное значение, то увеличение плеча финансового рычага приведет к увеличению эффекта финансового рычага.

Чем выше положительное значение дифференциала, тем будет выше значение эффекта финансового рычага.

При высоком значении плеча финансового рычага его дифференциал может иметь нулевое значение, что говорит о том, что использование заемного капитала не увеличит рентабельность собственного.

Если дифференциал принимает отрицательное значение, это сигнализирует о том, что рентабельность собственного капитала снизится ввиду высоких ставок процентов по кредиту. В этих условия компании нельзя увеличивать плечо рычага.

Если дифференциал принимает нулевое значение, это может свидетельствовать либо об отсутствии результата от использования кредита, либо может сигнализировать вообще о неустойчивом финансовом положении компании.

В случае положительного значения эффекта финансового рычага привлечение заемного капитала к увеличению рентабельности собственного капитала.

В случае отрицательного значения эффекта финансового рычага привлечение заемного капитала приведет к снижению рентабельности

собственного капитала.

Положительный эффект финансового рычага показывает, что процентная ставка по кредиту оказывается ниже доходности.

Отрицательный эффект (или обратная сторона финансового рычага) проявляется, когда рентабельность активов падает ниже ставки по кредиту, что приводит к ускоренному формированию убытков.

На основании вышеизложенного сделаем вывод: прогнозирование денежных потоков позволит предприятию оставаться платежеспособным, оптимизировать рентабельность собственного капитала и построить надежные партнерские отношения в бизнесе.

Библиографический список

1. Зимакова, Л.А. Приоритетные критерии оценки экономических субъектов, внедряющих бережливое производство /Л.А. Зимакова, Я.Г. Штефан, А.Б. Тресницкий // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. -2017. – №5. – С.252-265.
2. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент./В.В. Ковалев. - М. : Финансы и статистика, 2007, - 768 с.
3. Тимофеева Т.В. Анализ денежных потоков предприятия: учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика; ИНФРА-М, 2010. - 368 с.
4. Романовский М.В. Финансы, денежное обращение и кредит. / М.В. Романовский. - Юрайт, 2010, - 714 с.
5. Климович В.П. Финансы, денежное обращение и кредит. / В.П.Климович. - Форум, Инфра -М, 2015, -337с.
6. Белотелова Н.П., Белотелова Ж.С. Деньги, кредит, банки./ Белотелова Н.П., Белотелова Ж.С.. - Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013, -400 с.
7. Губанова Е.В., Фатеева Т.Н. Анализ денежных потоков организации. - Калуга: Манускрипт, 2015. - 64 с.

УДК: 636.033:636.2

РЕЗУЛЬТАТЫ ГИНЕКОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ БЕСПЛОДНЫХ КОРОВ

Таубаев У.Б. - первый проректор, д.в.н., профессор

Какисhev М.Г.- заведующий ЛБИП

Дарменова А.Г. – ст.пр. кафедры «Незаразные болезни и морфологии»

Ертлеуова Б.О. - младший научный сотрудник

Габдуллин Д.Е. - младший научный сотрудник

Шушаков С.Н. - младший научный сотрудник

Западно-Казахстанский аграрно-технический университет им. Жангир хана РК,

ЗКО

Республика Казахстан, г. Уральск

E-mail:kakishev_murat@mail.ru

Аннотация: В научной статье описаны результаты гинекологического исследования, так как заболеваний репродуктивных органов являются основными факторами вызывающих бесплодия коров. Изучены данные по проведенным ректального и ультразвукового исследования половых органов. Обработка этих

данных позволило оценить состояние половых органов коров при различных патологиях. На основании проведенных исследований были установлены причины низкой оплодотворяемости коров в животноводческих предприятиях.

Ключевые слова: корова, бесплодия, диспансеризация, эндометриты, УЗИ.

Бесплодие коров в молочном скотоводстве наносит значительный экономический ущерб, связанный с недополучением молока и с недополучением приплода [1,2,3]. Для обеспечения своевременного оплодотворения необходим ветеринарный контроль за состоянием коров включающий в себя комплекс мероприятий состоящих из соблюдения зоогигиенических норм, сбалансированного рациона кормления и своевременной диагностики бесплодия, профилактика и лечение гинекологических заболеваний коров [4,5].

Материалы и методы. Исследования проводились на коровах черно-пёстрой породы принадлежащих Агрофирме «Акас» Западно-Казахстанской области. Общее состояние животных определяли методами клинического исследований. Наблюдения вели за физиологическими показателями организма коров (температура тела, частота пульса и дыхания). При клиническом исследовании определяли общую конфигурацию крупа, состояние кожи промежности и вульвы.

С помощью вагинального и ректального исследований определяли состояние репродуктивных органов коров (цвет слизистых оболочек, скопление экссудата, сократительную функцию матки).

УЗИ проводили цифровым ультразвуковым сканером PU 2200 VET согласно руководству к прибору.

Результаты исследований. По проведенным исследованиям было установлено, что общее состояние животных в норме, аппетит сохранен, у большинства, температура тела, частота пульса и дыхания находились в пределах физиологических границ.

При вагинальных исследованиях было отмечено, что слизистая оболочка влагалища розового цвета, наблюдались малая гиперемия, отечная. В полости влагалище скопление экссудата слизистые беловатого цвета жидкой консистенции.

При ректальном исследовании у не стельных коров, матка расположена продольно в средней части тазовой полости и шейка матки прощупывалась. Также наблюдалось присутствие жидкости в полости матки, асимметрия, увеличение рогов матки, отечность. При осмотре коров с патологиями репродуктивных органов отмечались снижение или отсутствие сократительной способности стенок матки. В яичниках отмечены персистерное желтое тело. Изучены плотность, размеры, состояние и консистенция яичников. Наблюдались следующие изменения, указывающие на патологию: увеличение, уменьшение, бугристость, выраженная плотность.

В ходе исследования было установлены следующие физиологические состояния коров (Таблица 1).

Таблица 1 - Физиологическое состояние коров (n=42)

Физиологические группы, гол(%)		
беременные	бесплодные	без патологии
20 (48,0%)	21(50,0%)	1(2,0%)

Из данных таблицы 1, видно, что у 50,0% исследуемых коров выявлены патология половых органов (эндометриты, индукция шейки матки, атония и гипотония матки, фолликулярные кисты и персистентное желтое тело), у 20(48,0%) коров установлено стельность и у 1(2,0%) коров не наблюдались патология половых органов. Бесплодные коровы 21(50%) подвергались тщательному гинекологическому исследованию с целью выявления различных гинекологических заболеваний коров.

В процессе проведения ультразвукового исследования бесплодных коров, были отмечены следующие изменения: эхогенная структура обосновано скоплением гнойного-экссудата в полости матки (Рисунок 1,2).

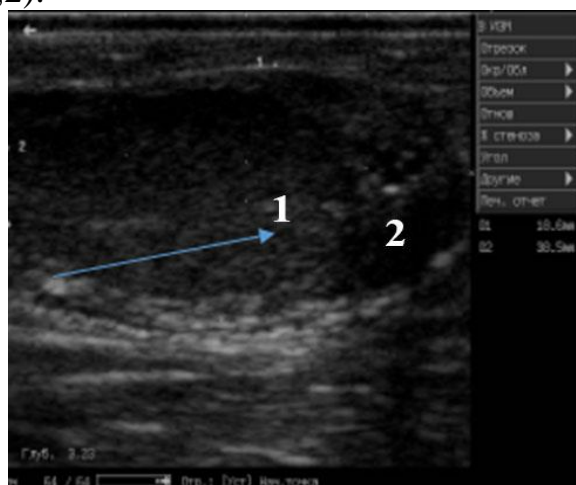


Рисунок 1 – фолликулярная киста



Рисунок 2 - эндометрит

Как видно из рисунка 1, в полости матки видно эхогенное содержимое (1). В левом яичнике отображена фолликулярная киста (2). В полости матки обнаруживаются гнойные скопления. Общий диагноз согласно данным УЗИ эндометрит.

При исследовании яичников бесплодных коров обращали внимание на следующие показатели: консистенцию, форму, размер, характерны ли наличие кист и желтых тел.

Фолликулярные кисты округлой формы, характерным гипэхогенной структурой (Рисунок 3). Также, отмечены эхонегативные структурные изменения при гипофункции яичников (Рисунок 4.)



Рисунок 3 – фолликулярная киста



Рисунок 4 – гипофункция левого яичника

При УЗИ коровы, как видно из рисунка 3, выявлена киста правого и левого яичников. Так же согласно снимку УЗИ (Рисунка 4) определена гипофункция левого яичника.

По проведенным исследованиям были установлены следующие заболевания патологии половых органов коров (рисунок 1)



Рисунок 1 - Патологии репродуктивной системы у бесплодных коров (n=21)

Из графического рисунка 1, можно увидеть, что из болезни матки часто встречаются эндометриты, а реже индурация шейки матки. Из числа болезни яичников часто регистрируются фолликулярные кисты в 80% случаев.

Проведенные исследования позволяют сделать вывод, что основной причиной бесплодия коров являются гинекологические заболевания, вызванные следующими предрасполагающими факторами: проникновение микроорганизмов в полость матки в послеродовом периоде; снижение общей резистентности организма способствующие противостоять неблагоприятным воздействиям внешней среды; нарушение обмена веществ на фоне дефицита микро и- макро элементов в организме.

Библиографический список

1. Грига О.Э., Грига Э.Н., Божиков С.Е. Факторы, способствующие возникновению гнойно-катарального эндометрита // *Ветеринарная патология.* – 2013 - №2(44). - С.12-18.
2. Звонарев Е.В. Эффективность пальпаторно-сенсорного метода выбора времени осеменения коров / Н.И.Полянцев, Е.В.Звонарев // *Молочно и мясно скотоводство*, 2006. - № 2 - 14-16.
3. Панков Б.Г. Профилактика алиментарных форм акушерско-гинекологических заболеваний / Б.Г. Панков // *Ветеринарный консультант.* - № 16. – 2001. - С. 10 - 11.
4. Lopez-Gratius F, Yanis J, Madriles-Helm D. Effects of body condition score and score change on the reproductive performance of dairy cows: a meta-analysis. *Theriogenology*. 2003; 59:801–812.
5. Fray MD, Mann GE, Bleach EC, Knight PG, Clarke MC, Charleston B. Modulation of sex hormone secretion in cows by acute infection with bovine viral diarrhoea virus. *Reproduction*. 2002; 123:281–289.

УДК 324

МАНИПУЛЯТИВНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА ЭЛЕКТОРАТ ВО ВРЕМЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

*Титаренко И.Н., д. филос. наук, профессор
Южный федеральный университет
Россия, г. Ростов-на-Дону
E-mail: innatag@mail.ru*

Аннотация: Статья рассматривает вопрос манипулятивного воздействия на избирателя во время избирательных кампаний и последствия такого воздействия на поведение электората. Автор обосновывает, что в условиях внедрения новых информационных технологий возрастает опасность использования манипулятивных технологий, которое становится сложно распознать. В статье анализируется ряд манипулятивных технологий и раскрываются особенности их влияния на электорат.

Ключевые слова: избирательная кампания, выборы, электорат, манипуляция, поведение, волеизъявление, избиратель, масс-медиа, «черный пиар»

Реформирование российского общества и переход к рыночным отношениям резко активизировали информационно-коммуникативные процессы, осуществляемые опосредованно через средства массовой коммуникации и непосредственно в межличностном или личностно-групповом взаимодействии. Данные процессы стимулировали широкую

распространенность и интенсивное применение манипулятивных приемов и технологий воздействия на людей. Использование в информационно-коммуникативных процессах манипулятивного воздействия на различные категории граждан достигло таких масштабов, что может представлять угрозу информационно-психологической безопасности личности и общества в целом [1, 91]. Это связано, не в последнюю очередь, с современной сферой масс-медиа, создающей принципиально новые возможности в генерировании и распространении информации. Стремление к манипулированию сознанием и поведением человека всегда оставалось важной интенцией политики, своеобразным атрибутом политической деятельности, независимо от применяемых технологий и эпохи. Однако современные средства массовой информации создали широчайшие перспективы для тех, кто готов идти на обман избирателей, прибегать к манипуляции общественным мнением. Уход кандидатов (да и технологов) от непосредственного коммуникативного взаимодействия с избирателем и перенос акцента избирательных кампаний на использование средств массовой информации, охватывающих огромную аудиторию, а иногда и аффилированных государственным органам, приводит к тому, что манипулятивное воздействие становится весьма трудно распознать. Это, в свою очередь, затрудняет парирование манипулятивного влияния и ведет к ущемлению интересов личности, общества, государства в целом в угоду личным амбициям и желаниям отдельных политических акторов или партий.

В ряде случаев источником угроз информационно-психологической безопасности личности при определенных условиях могут становиться также органы государственной власти и управления, поскольку от результатов выборов непосредственно зависит уровень легитимности власти [2, 156-160]. Подобные ситуации связаны, как правило, с действиями правящей элиты, которая, реализуя собственные интересы, а иногда и просто амбиции, использует мощь государственного аппарата для оказания информационно-психологического воздействия на людей, маскируя свои действия и истинные цели, которые не соответствуют интересам государства, общества и населения страны. Вследствие этого, манипулирование сознанием может обретать весьма специфические черты – использование различных форм контроля за масс-медиа, ужесточение избирательного законодательства с целью обеспечения интересов правящей элиты, влияние на уровень абсентизма и т.п. Достаточно широко распространенной в последние несколько лет стала массовая косвенная агитация в СМИ как важнейший элемент административного ресурса [3, 340-356], что ярко проявилось в период избирательных кампаний 2017-2018 гг.

Независимо от источника манипуляции, в современных избирательных кампаниях широкое распространение получают специальные технологии манипулирования политическим сознанием электората, в числе которых – использование «двойников» (когда в списке появляется кандидат -

однофамилец конкурента, «оттягивающий» на себя определенную долю голосов избирателей), распространение в отношении оппонентов компрометирующих материалов, которые не основаны на реальных фактах, банальный подкуп избирателей (широко применяемый, хотя и прямо запрещенный законодательством РФ), так называемая «карусель» (тайком выносятся чистый бюллетень, который заполняется «как следует» и проносится обратно) и т.д. [4, 8]. В России ввиду широкой распространенности незаконных манипулятивных технологий в 90-е гг. XX века появился и специальный термин для их обозначения – «черные технологии», впоследствии трансформировавшийся в термин «черный PR» [5, 12-13], который отсутствует в других странах и является особенностью российского политического словаря и более широко – рынка политических услуг. «Черные» технологии применяются на всех уровнях выборов, и, к сожалению, достаточно большое количество кандидатов склоняются к их применению, поскольку эффективность таких приемов и методов выше по сравнению с традиционными избирательными технологиями. Снижение роли таких технологий можно отметить лишь в условиях отсутствия реальной конкуренции, как это произошло во время избирательных кампаний 2017 г. в РФ [3, 169]. Самый образованный и искушенный избиратель может подвергнуться воздействию технологий «черного PR» и изменить свое решение о голосовании, даже не заметив, что данное действие он совершил под воздействием именно таких манипуляций. В этом и состоит одно из важных свойств манипуляции – в ходе избирательной кампании воздействие реализуется таким образом, что объект не всегда осознает истинный характер оказываемого на него влияния и может принять навязываемое мнение за собственное волеизъявление. Нередко такого рода тайное воздействие на людей, в том числе на эмоциональном и подсознательном уровне, принимает форму психологического программирования и имеет целью сформировать определенную систему установок, «подсказывающих» людям их поведение.

Широкомасштабное применение манипулятивного воздействия в коммуникационных процессах дезориентирует социально активную часть населения, вызывает психоэмоциональную и социальную напряженность, не позволяя гражданам адекватно воспринимать общественно-политическую ситуацию, что, в свою очередь, усиливает дестабилизацию внутривнутриполитической ситуации. Эффективно противостоять избирательным технологиям, оказывающим манипулятивное воздействие, можно путем существенного повышения общей политической культуры населения.

Библиографический список

1. Аль-Дайни М.А. *Политическое манипулирование как форма психологического воздействия //Актуальные проблемы современной политологии: взгляд молодых ученых. М.: Издатель Воробьев, 2010. 342 с.*
2. Ковалева Т.В. *Манипулятивные и контрманипулятивные технологии в современных избирательных компаниях: дис. канд. социол. наук: 23.00.02. Тюмень, 2007. 152 с.*

3. Кынев А., Любарев А., Максимов А. *Российские выборы-2017: Преемственность и изменение практик между двумя федеральными кампаниями*. М.: Фонд «Либеральная миссия», 2018. 514 с.

4. Врезгова И.В., Тихонова С.В. *Влияние политических технологий на легитимизацию государственной власти // В сб.: Политические партии и выборы: проблемы современности. Сб. научных статей. Оренбург: Изд-во Оренбургского гос. университета, 2016. С. 156-160.*

5. Оришев А.Б. *Управление массовым сознанием: пиар-технологии // Бизнес и дизайн ревю. 2016. Т. 1. № 2. С. 12-17.*

УДК: 004.2

АРХИТЕКТУРА МОДУЛЯ СБОРА СТАТИСТИЧЕСКИХ ПРИЗНАКОВ ДЛЯ КЛАССИФИКАЦИИ ГРУПП ТОЧЕЧНЫХ ОБЪЕКТОВ

Уржумов Д.В., старший преподаватель

*Кревецкий А.В., заведующий кафедрой с ученой степенью
кандидата наук и ученым званием "доцент"*

Поволжский Государственный Технологический Университет

*Соколов Б.В., заместитель директора по научной работе,
доктор технических наук, профессор*

*Санкт-Петербургский институт информатики и автоматизации Российской
академии наук*

E-mail: UrzhumovDV@volgatech.net

Аннотация: В статье проанализированы методики распознавания и классификации групп малоразмерных объектов. Рассмотрены требования, предъявляемые поставленной задачей к программной реализации структуры данных, которыми оперируют алгоритмы распознавания. Синтезирована архитектура модуля классификации групп точечных и малоразмерных объектов, удовлетворяющая поставленным требованиям. Намечены направления дальнейшего развития предложенной архитектуры.

Ключевые слова: малоразмерные объекты, распознавание объектов, характерные признаки, архитектура программной системы, метапрограммирование, обобщенные контейнеры данных, трудоемкость вычислительных операций, иерархии объектов, слабо связанная архитектура, шаблоны проектирования.

Введение. В задачах управления территорией на основе мониторинга аэрокосмических изображений часто представляют интерес объекты антропогенные объекты в виде всплесков яркости на участках изображений с размерами сопоставимыми с элементом разрешения и площадью в один или несколько пикселей [1]. Малая площадь подобных объектов приводит к тому, что признак формы объекта оказывается неинформативным для распознавания. Поэтому результат их обнаружения на фоне крупноразмерных объектов представляют в виде точечной сцены, где точки соответствуют центрам тяжести обнаруженных точечных или малоразмерных объектов (далее – точечных объектов (ТО)). Из-за отсутствия индивидуальных информативных признаков ТО действенный подход к их распознаванию строится на анализе групповых признаков множеств точечных объектов.

Групповые признаки формируются путем связывания изолированных

точечных объектов в пространственно компактные множества – групповые точечные объекты (ГТО). Для связывания по критерию пространственной компактности используют процедуры построения минимального остовного дерева (МД) или фильтровой и полевые подходы [2]. В результате такой пространственной локализации удастся сформировать скалярные и векторные групповые признаки: мощность ГТО (число составляющих точечных объектов), занимаемая ГТО площадь, ее контуры, число компактных подгрупп (когда сложный ГТО сам состоит из нескольких компактных ГТО), средняя либо медианная длина ребер внутри подгрупп, средняя либо медианная длина ребер, соединяющих подгруппы, локальные признаки формы взаимного расположения точечных объектов. Эти признаки, в совокупности, достаточно информативны для распознавания ГТО и идентификации ТО и инвариантны к ракурсу наблюдения.

Постановка задачи. Хотя вычисление значений признаков по МД является задачей Р-класса сложности, в процессе классификации ГТО может потребоваться многократное определение параметров для различных уровней компактности и эталонов. Для сокращения затрат вычислительных ресурсов целесообразно реализовать структуру данных, сохраняющую логическую организацию ТО в составе ГТО, что позволит исключить повторные операции по структуризации объектов [3].

Другой актуальной задачей является инкапсуляция преобразования различных математических аппаратов, используемых для представления формы фигур, связывающих точечные объекты в ГТО [3]. Необходимость подобной инкапсуляции объясняется удобством использования различных представлений формы для разных этапов обработки изображения. Например, восьмизначного кода Фримена при векторизации растрового изображения, комплекснозначного кода для определения меры схожести плоских форм и т.д. Процесс распознавания может потребовать частых преобразований, включающих определение оптимального по критерию удобства результирующего представления.

При проектировании архитектуры программного модуля распознавания ГТО важно учитывать возможность использования дополнительных признаков, в том числе в виде параметров выборочных распределений признаков.

Таким образом, актуальной задачей является проектирование архитектуры, соответствующей заявленным требованиям.

Методика решения. Классическая реализация процедуры построения минимального основного дерева, основанная на хранении множества дочерних элементов с использованием динамических контейнеров приводит к ощутимому перерасходу памяти вследствие сегментации массива между уровнями иерархии. Использование для этой цели фиксированных массивов затрудняет добавление новых элементов иерархии. Решением может стать хранение в иеиерархических контейнерах ссылок на родительский элемент, один дочерний и один смежный,

являющийся дочерним для родительского. Таким образом, операция добавления дочерних элементов после первого будет осуществляться наращиванием цепочки дочерних объектов путем замены двух ссылок. А дополнительная память будет затрачена только на организацию ссылок.

Применение множественной перегрузки математических операторов для инкапсуляции преобразований неудобно вследствие динамического характера выбора оптимального результирующего представления. Кроме того, это потребует реализации множества классов для представления формы с общим интерфейсом. Применение обобщенного программирования, основанного на шаблонах, позволяет обеспечить выбор оптимального результирующего представления для всех возможных пар представлений на этапе сборки, однако не избавляет от потребности в семействе векторных представлений под общим интерфейсом. Данную потребность можно обойти, реализовав нешаблонный универсальный контейнер с шаблонным конструктором. Такой контейнер сможет принимать любой тип данных и хранить его в низкоуровневом виде [4]. Обеспечение безопасности преобразования данных можно обеспечить шаблонной операцией кодирования типа числовым значением и хранением типа сохранённых данных в экземпляре такого контейнера для проверки.

Примененный для унификации математического аппарата внутри геометрического вектора контейнер может оказаться полезен и для снятия ограничений на число и вид признаков. Для хранения множества признаков целесообразно использовать хэш-таблицу, отображающую наименование признака в унифицированный контейнер. Поскольку контейнер использует шаблонные методы для преобразования типов, то все затраты вычислительных ресурсов будут осуществлены на этапе компиляции. Хэш-таблица обладает характеристикой постоянства временных затрат на поиск данных вне зависимости от числа помещенных в нее элементов.

Полученные результаты. На диаграмме (рис. 1) демонстрируется архитектура модуля распознавания. Класс *AbstarctData* является обобщенным интерфейсом шаблонного класса *TemplateData*, предназначенного для унифицированного хранения данных.

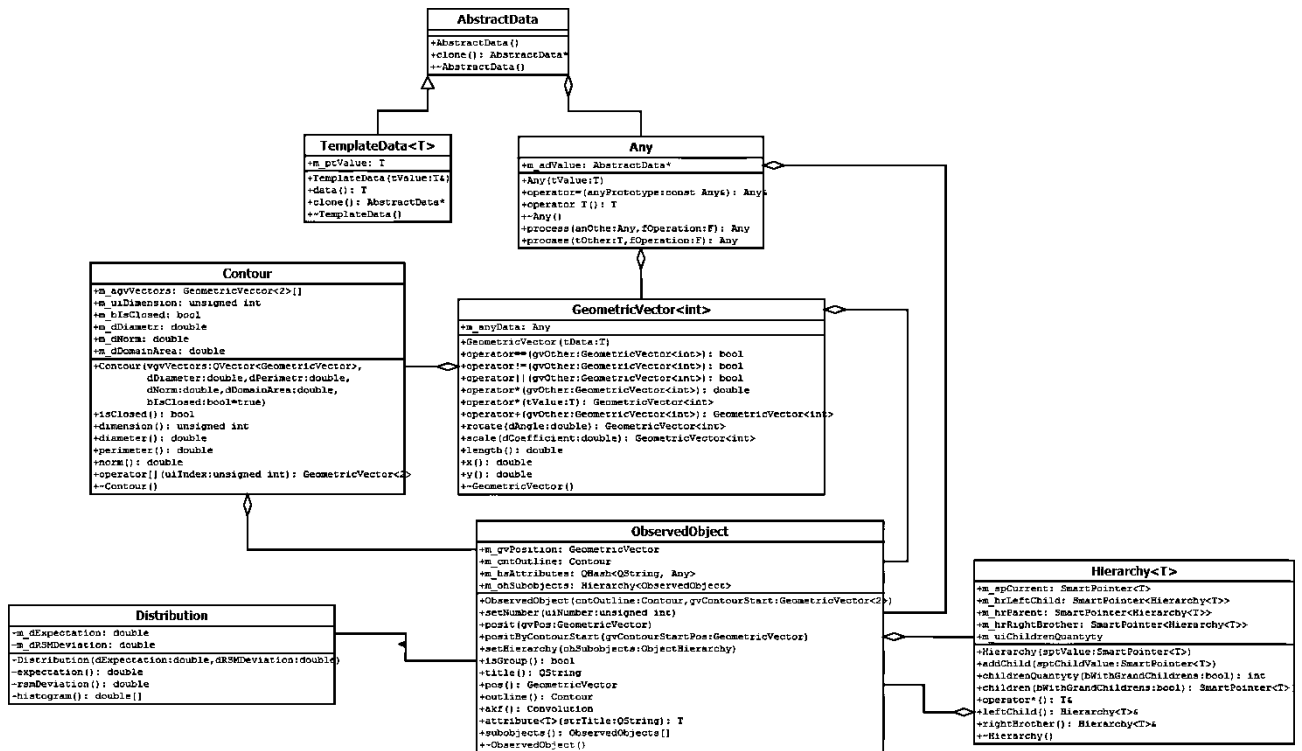


Рисунок 1 – Диаграмма классов модуля

Экземпляр класса *AbstractData* хранится в классе *Any*, обеспечивающим кодирование типа сохраняемых данных и безопасное преобразование.

Класс *GeometricVector* является обобщенным интерфейсом представления формы, поддерживающего для своего внутреннего формата произвольный математический аппарат. Представления формы используются для задания координат, а также объединяются в класс *Contour* для описания контуров объектов.

Класс *ObservedObject* представляет собой распознанный на сцене объект. Он может быть использован как для хранения параметров ТО, так и ГТО. Для представления ГТО с входящими в его состав ТО, класс *ObservedObject* содержит ссылку на специализацию шаблонного класса иерархий *Hierarchy<T>* самим типом *ObservedObject*. Результатом такой специализации становится возможность хранить произвольный уровень вложенности: ГТО, подгруппы ГТО, ТО. Помимо контура объекта и иерархии дочерних объектов, класс *ObservedObject* хранит хэш-таблицу поименованных признаков, упакованных в универсальные контейнеры.

Класс *Distribution* представляет собой распределение случайной величины, заданной своими статистическими параметрами. Он может быть использован для представления признаков в последующем синтезе алгоритмов распознавания.

Заключение. Предложенная архитектура программного модуля распознавания ГТО соответствует заявленным требованиям и позволяет эффективно реализовывать алгоритмы распознавания ГТО и

идентификации ТО. Архитектура поддерживает возможность дальнейшего ее развития в направлении поддержки новых информативных признаков распознавания ГТО, идентификации ТО, как для случая плоских, так и трехмерных изображений.

Библиографический список

1 Введение в контурный анализ; приложения к обработке изображений и сигналов / Я.А. Фурман, А.В. Кревецкий, А.К. Передреев, и др.; Под ред. Я.А.Фурмана. – 2-е изд. – М.: ФИЗМАТЛИТ, 2003. – 592 с.

2 Кревецкий А.В. Инвариантные к форме обнаружение и пространственная локализация групп точечных объектов в трехмерном пространстве // Вестник МарГТУ. Радиотехнические и инфокоммуникационные системы. – Йошкар-Ола: МарГТУ, 2011. No1. – С. 47-53.

3 Уржумов Д.В., Кревецкий А.В. Специализированный графический редактор локационных изображений ландшафтных сцен с группами малоразмерных и точечных объектов // Вестник ПГТУ. Радиотехнические и инфокоммуникационные системы Йошкар-Ола: ПГТУ 2012 No2 (16) – с. 24-29.

4 Александреску. А. Современное проектирование на C++. – М.: «Вильямс», 2002. – 336 с.

УДК 33

ВЫЯВЛЕНИЕ ИСКАЖЕНИЙ В ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Финская Н. В., магистрант

Научный руководитель: **Глубокова Людмила Геннадьевна**, к. э. н., доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал,
Россия, Барнаул
E-mail: buas.barnaul@fa.ru

Аннотация: В настоящее время в России происходит процесс активного изменения законодательства на уровне организаций с целью пресечь нелегальные способы минимизации налогообложения, а также исключить возможности для отмывания денег. Онлайн кассы, блокировка расчетных счетов банками при малейшем подозрении на незаконные операции, автоматические программы встречных проверок налоговыми органами - все эти меры заставляют одни организации постепенно выходить на прозрачный уровень ведения бизнеса, а других - придумывать более сложные схемы обойти закон.

Так как отчетность составляется для разных категорий пользователей, то и приукрашать данные компания будет по-разному. Для налоговой инспекции занижать налог, для инвесторов – преувеличивать прибыль.

Ключевые слова: искажения, контроль, фальсификация, финансовая отчетность.

Когда мы задаемся вопросом о достоверности отчетности, очень большую роль играют мотивы и цели того, кем манипуляции были использованы. В основном, это делается для каких-либо целей.

Выделяют четыре типа пользователей и наиболее опасные для них виды манипуляций с отчетностью[1]:

1) Государственные органы. Основная цель ввести в заблуждение гос. органы это уход в «тень» и получение льгот, то есть снизить налогооблагаемую базу.

2) Инвестор. Цель: создание иллюзорных перспектив роста, сокрытие проблем в текущем состоянии бизнеса.

3) Кредитор. Цель: раздувание источников погашения либо приуменьшение источника погашения для получения кредита за меньший процент на более продолжительный период.

4) Владелец. Цель: завышение КРІ для получения бонусов со стороны менеджеров; сокрытие схем вывода денег и/или активов из бизнеса.

Для налоговой инспекции показатели обычно занижают, а для всех остальных – завышают. Зачем другим пользователям видеть манипуляции, сделанные «не для них»? [2]

Четыре типовых группы получателей отчетности, и каждый из них в отчетности ищет что-то свое. И для каждого из них что-то свое искажается, если это делается намеренно. То есть, понимая в какой период жизни компании готовилась эта отчетность, и к какому типу пользователей можно отнести пользователя, уже можно сделать некоторые предположения, определить области наибольшего профессионального любопытства.

Понимание мотивов позволяет сконцентрироваться на некоторых областях в отчетности и уже на них смотреть более пристально изначально[3].

Говоря о достоверности отчетности, нельзя говорить только об искажении внешней отчетности, управленческую отчетность также искажают. Если взять на рассмотрение собственников компаний, работу структур группы компаний, вписывание группы менеджеров в КРІ, имеет место целенаправленное искажение внутренней отчетности. Исходя из этого, при выявлении манипуляций с отчетностью можно выделить внешний и внутренний периметр исследования, которые рассмотрены в таблице 1(таблица 1).

Таблица 1 - Периметры исследования

	Внешний периметр исследования	Внутренний периметр исследования
Цель исследования	Анализ достоверности отчетности с целью инвестирования, кредитования	Анализ достоверности отчетности с целью проверки финансовых результатов деятельности, системы внутреннего контроля по запросу собственника
Источники информации	Бухгалтерская отчетность, первичные документы – по запросу и не всегда	Управленческая, бухгалтерская и налоговая отчетность, доступ к базам данных, первичные документы, пояснения, интервью с сотрудниками, визуальный осмотр и т.д.
Масштаб	Чаще более интересны крупные манипуляции, существенно влияющие на отчетность	Интересны крупные манипуляции, существенно влияющие на отчетность и незначительные схемы для понимания собственником рисков и улучшения контроля

Манипуляция это не всегда плохо. Это как картинка, которую нам показывают. В связи с этим, выделяют 3 вида манипуляций с финансовой отчетностью:

1. Манипуляции в рамках стандарта, связаны с выбором наиболее эффективных для поставленных целей методов учета. Когда не нарушаются стандарты, а подбираются те стандарты, которые для целей собственника подходят наилучшим образом. Например: выбор метода начисления амортизации[1].

2. Манипуляции с использованием агрессивных, рискованных методов учета, трюков и лазеек в стандартах учета и законодательства. Они нарушают логику и реальную картинку.

3. Мошенничество, в том числе связанное с сознательным нарушением методов и стандартов учета и подготовки отчетности. Бывают настолько грубые нарушения в логичности отчетности, что для людей, хорошо понимающих принципы составления финансовой отчетности, бывает сложно поверить, что так можно сделать[4].

Итак, что необходимо для выявления манипуляций:

а) Видеть «подозрительные симптомы» в отчетах, профессионалы называют это чувство «чуйкой», когда отчетность выглядит слишком красиво;

б) Понимать, какие цели и инструменты могут стоять за этой отчетностью;

в) Знать, где и как искать для прояснения реальной ситуации.

Рассмотрим красные флажки фиктивных доходов[4]:

1. Необычно крупные суммы дебиторской задолженности с давним сроком погашения;

2. Просроченная дебиторская задолженность с сомнительными контрагентами (странные или схожие названия. невозможность связаться с ними);

3. Резкий скачок в выручке и/или рентабельности, особенно в сравнении с трендами в отрасли;

4. Существенный разрыв или разнонаправленная динамика между операционной прибылью и операционным денежным потоком. Так как источником денежного потока является операционная деятельность, то смотрим: начисления по прибыли подкрепляются ли денежным потоком, вообще это реальная выручка или нет, наблюдается ли рассинхронизация?

5. Существенные сделки с взаимозависимыми компаниями или PVS;

6. Существенный рост периода оборачиваемости дебиторской задолженности;

7. Существенные сомнительные сделки (нетипичные условия, нетипичные продукты, услуги и т.д.)

Каждый из этих красных флажков не говорит о 100% манипуляции, это скорее привлечение внимания, что здесь что-то странное происходит, нам

нужно понять что. Think Ahead ACCA выделяют 5 основных типов манипуляций с отчетностью, которые приведены в таблице 2 (таблица 2)[4].
Таблица 2 - Основные типы манипуляций с финансовой отчетностью

Тип манипуляции	Краткое описание
1 Фиктивные доходы (выручка, прочие доходы и т.д.)	Завышение доходов за счет признания фиктивных сделок по отгрузке продукции, оказанию услуг, реализаций внеоборотных активов
2 Некорректное время признания доходов и расходов	Раннее или более позднее признание доходов и расходов
3 Завышение/занижение стоимости активов	<u>Завышение стоимости активов за счет:</u> 1) переоценки; 2) завышения первоначальной стоимости приобретения; 3) замедления амортизации; и т.д. <u>Занижение стоимости активов за счет:</u> 1) снижения первоначальной стоимости; 2) ускоренного списания/обесценения; и т.д.
4 Завышение/занижение обязательств и расходов	<u>Занижение обязательств за счет:</u> 1) уменьшения оценки их признания; 2) вывода за периметр группы, перевода на материнскую компанию; 3) технического погашения; и т.д. <u>Занижение расходов за счет:</u> 1) некорректного отражения в отчетности сумм расходов; 2) внутригрупповых операций; и т.д. <u>Завышение обязательств и расходов за счет:</u> 1) фиктивных сделок; 2) завышения стоимости приобретаемых товаров, работ, услуг; 3) внутригрупповых займов; и т.д.
5 Некорректное раскрытие информации	- Соккрытие изменений в учетной политике; - Некорректное отражение списка аффилированных лиц (фактический VS юридический периметр группы); - Использование в пояснениях к отчетности не стандартизированных показателей, рассчитанных для «ожидаемого» впечатления разными способами (ЕВIT, ЕВITDA и т.д.); - Соккрытие информации о забалансовых обязательствах; и т.д.

Проведя данное исследование, можно сказать, что фальсификация является одной из наиболее актуальных проблем на сегодняшний день в современном бухгалтерском учете.

Библиографический список

1. ASFE Report To The Nations - 2018г.
2. Нор-Аревян Г.Г. Организация учетного процесса – неотъемлемая часть системы бухгалтерского дела // Учет и статистика. – 2005 - Изд.: Ростовский государственный экономический университет "РИНХ" (Ростов-на-Дону) <https://elibrary.ru/item.asp?id=12804950>
3. Резниченко С.М., Сафонов И.С. Способы фальсификации учетных записей на бухгалтерских счетах, в балансе и приемы их выявления в процессе бухгалтерской экспертизы // Научный журнал КубГАУ. - №104(10)
4. Think Ahead ACCA Выявление манипуляций с финансовой отчетностью // Видеоконференция // 2018г.

УДК: 338.48

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ ДЛЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

Хорунжин М.Г., к.э.н., доцент, преподаватель
Миронова О.П., магистрант
Алтайский государственный аграрный университет
Россия, г. Барнаул
E-mail: mironova_o_p@mail.ru

Ключевые слова: туризм, сельский туризм, агротуризм, бизнес-план, проблемы бизнес-планирования, малый бизнес, проблемы агротуризма.

Аннотация: В статье описаны проблемы создания и регулирования малого бизнеса в сельской местности. Рассмотрена специфика бизнес-планирования для успешного развития агротуризма.

В условиях рынка ни одно предприятие не может приносить прибыль без тщательно разработанного бизнес-плана. Невозможно добиться эффективного развития и успеха в бизнесе, не решая проблемы о рынках сбыта и не анализируя информацию о перспективах и конкурентах. Поэтому на стадии планирования и создания бизнеса, возникает необходимость составления бизнес-плана. Бизнес-план - это краткое, доступное и понятное описание предполагаемого бизнеса, он как визитная карточка при взаимодействии с потенциальными инвесторами, банками и экономическими агентами. Основная цель бизнес-плана – разработка хозяйственной деятельности на ближайший и отдаленные периоды в соответствии с потребностями рынка и сложившейся экономической ситуацией [3].

Система бизнес-планирования в малом бизнесе несет собственную специфику, потому как в ходе его проектирования лежат иные целевые задачи. А именно: активное участие в сохранении природного и культурного наследия; участие местных общин в планировании, развитии и осуществлении экотуристической деятельности, которая способствует повышению их благосостояния; освещение туристам значения природного и культурного наследия; направленность на индивидуальных путешественников и организованные туристские группы небольшого

размера[6].

Сельский туризм, как малый бизнес, является одним из направлений развития внутреннего и въездного туризма, это относительно новое и перспективное направление[5]. Эта ветвь деятельности позволяет привлечь в дело массы населения, проживающего в провинции, и сохранить при этом местные обычаи и культуру. Преимуществом сельского туризма является и то, что он не направлен на одномоментное привлечение крупных кредитов. Он может развиваться постепенно, основываясь на раздробленных местных средствах, привлекая малые инвестиции из самых разных источников.

Сельский туризм – явление не новое. Значительное развитие он получил с 1970-х годов во Франции, Италии, Австрии, Германии и Испании. Стремительному развитию сельского туризма в этих странах способствовали следующие проблемы: укрупнение агробизнеса; рост безработицы (особенно среди женщин); миграция работоспособного населения из деревень; небольшой уровень дохода в сельской местности; потеря «деревенской философии». Главная причина возникновения и прогрессирования сельского туризма – потребность горожан с небольшим достатком отдохнуть наедине с природой, узнать больше о быте крестьянской семьи, а так же попробовать свежие овощи и фрукты, молочные продукты и мясо, поучаствовать в сельскохозяйственных работах.

В последнее время потенциал сельского туризма растет. На данный момент он занимает до 20% туристического рынка в мире. Но ситуация с агротуризмом в нашей стране выглядит немного иначе. Его процент в туристической сфере достигает 1%. Однако потенциальная база для увеличения рынка и большая территория РФ, делают вероятным активное развитие экотуризма в нашей стране [2].

Самыми высокоперспективными районами развития сельского туризма на территории РФ являются Алтайский, Камчатский и Хабаровский край, а также Республики Карелия и Кабардино-Балкария. Однако несмотря на огромный запас природных резервов страны, россияне неохотно посещают национальные парки из-за плохо развитой экотуристической инфраструктуры и отсутствия финансирования.

Сегодня агротуризм в нашей стране - это отдых городских жителей в сельской местности в гостевых домиках («мини-гостиницах»), организованных сельской семьей на основе своего жилого дома и земельного участка. Такую модель с середины 1990-х годов осуществляют во многих регионах от Калининградской области до Якутии. Например, гостевые домики особо популярны в Алтайском крае и на Байкале, а так же в Краснодарском крае и Калининградской области. В Северной Карелии очень много лесных озер, которые предлагают отдых по типу деревенского туризма: в маленьких коттеджах на одну семью от 2 до 8 человек. Коттеджи снабжены всем необходимым адекватно стоимости. В них имеется горячая и холодная вода, небольшая кухня, в некоторых

камины и сауны. Туристам предлагают напрокат рыболовные снасти, лодки, лыжное снаряжение. Все это дает возможность в комфортных условиях активно отдохнуть на природе [7].

Отличным примером в развитии агротуризма является Республика Алтай. До начала 2000-х годов для деревень этого региона были характерны заброшенные дома, заросшие травой огороды, старые поваленные заборы. Огромный отток молодых людей в город, безработица, обострившиеся социально-экономические проблемы. После принятия в 2001 году правительством Республики Алтай программы развития сельского туризма и компетентная политика кредитования, позволили уже к 2005 году изменить состояние многих сел. Сейчас здесь комфортабельные усадьбы (так называемые «зеленые дома»), в них есть все для отдыха: просторные светлые комнаты на 2-3 человека, благоустроенные кухни, бани, огороды и участки со свежими овощами, фруктовыми деревьями.

Специфика предложений «зеленых домов» является индивидуальный сервис для малых групп туристов (от 2 до 10 человек). Большое количество услуг во время отдыха предоставляют принимающие семьи. Туроператор предлагает помощь в экскурсиях, страховании, переводчиках, паспортном и визовом обслуживании. В данный момент со всей России туристы путешествуют и отдыхают в «зеленых домах» Алтая [4].

К сожалению, несмотря на удачные примеры развития агротуризма в Республике Алтай, Северной Карелии, Краснодарском крае, в нашей стране наблюдается недостаток нормативно-правовой базы для регулирования деятельности сельского туризма. А именно:

- 1) В федеральных нормативно-правовых актах, отсутствует понятие «агротуризм» (сельский туризм и т.д.), для определения этого вида туристической деятельности);
- 2) Отсутствует специальное федеральное законодательство, регулирующее деятельность сельского туризма;
- 3) Не разработаны стандарты и нормативы в сфере сельского туризма, как особого сектора, приносящего доход альтернативной форме деятельности сельского населения.

Следует заметить, что отсутствие нормативно-правовой базы, не основная и не единственная проблема в организации агротуризма. В сельских территориях недостаточно развита инфраструктура, низкая информированность сельских жителей о методиках бизнес-планирования и о возможностях развития сельского туризма, малая ресурсная обеспеченность жителей, желающих организовать сельский туризм, отсутствие государственной некоммерческой рекламы.

Отсутствие стартового капитала вынуждает людей искать финансовые ресурсы для развития своих хозяйств. Поэтому в начале развития туристической деятельности, для получения финансовых средств или инвестиций необходимо составить бизнес-план. Детально проработанный бизнес-план агротуристической деятельности, как документ прогресса хозяйства, дает возможность тщательно обдумать все шаги,

связанные с началом и дальнейшим развитием туристического продукта.

Бизнес-планирование в этом случае дает возможность: определить цели и задачи для их реализации, выделить сильные и слабые стороны сельского хозяйства, правильно применять материальные и финансовые средства с целью уменьшения риска.

Для подготовки бизнес-плана требуется два источника информации:

1. Внешняя информация, получаемая вследствие изучения агротуристического рынка, интересов и предпочтений вероятных потребителей, конкуренции и конкурентных преимуществ, потребности популяризационных мероприятий.

2. Внутренняя информация, которая следует из сельского хозяйства (расходы, доходы, сметы, предстоящие покупки, инвестиции) [1].

Бизнес-план так же выполняет мотивационную функцию. Он должен гарантировать хозяину и возможным инвесторам эффективность и правильность запланированных действий, должен быть своеобразным орудием управления хозяйством.

Стоит уделить особое внимание маркетингу. Его часто выделяют как особый и важный раздел бизнес-плана. Изучая маркетинговую деятельность хозяйства, необходимо сформировать совокупный маркетинговый план. Качественная реклама может осуществляться через размещение в сети интернет на различных порталах. Важно проработать перечень предоставляемых услуг и написать подробную информацию о сельском гостевом доме. Так же необходимо разрабатывать печатную продукцию для представления туристических возможностей.

Сейчас предприятиям туризма приходится с нуля создавать свой бизнес. Основным принципом агротуристического бизнес-плана является его постоянное совершенствование, благоустраивать окружающую территорию, продумывать новые экскурсии и развлекательные мероприятия. Чтобы посетители ежегодно возвращались, необходима особая домашняя обстановка, которую нужно создавать путем неизменного проявления гостеприимности, доброжелательности и готовности в любую минуту оказать постояльцам необходимую помощь.

Библиографический список

1. Бухорбаева А. Т. Особенности и проблемы бизнес-планирования малого бизнеса // Молодой ученый. — 2016. — №12. — С. 1151-1154.

2. Вольнцева Н.А. Сельский туризм. Справочно-информационный выпуск. Комитет по туризму Правительства Вологодской области. –Вологда, 2008 – 24 с.

3. Головань С. И. Бизнес планирование и инвестирование/ С. И. Головань, М. А. Спиридонов Учебник. Ростов н/Д: Феникс, 2008. — 302 с.

4. Косинова Е. А., Агаларова Е. Г. Роль туризма в обеспечении устойчивого развития сельских территорий//Проблемы и пути развития российской провинции: монография. В 5ч. Ч1. Экономика и управление / под общ. ред. Л. Н. Семерковой. Пенза: РИО ПГСХА, 2010

5. Постановление Правительства Российской Федерации «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации 2011–2018 годы» от 2 августа 2011 г. № 644

6. *Сельский туризм: опыт, проблемы, перспективы развития в России.* – М.,: ООО «Столичная типография», 2008.– 72 с.
7. *Уланов Д. А. Туризм на сельских территориях: опыт, проблемы, перспективы // Молодой ученый.* — 2013. — №6. — С. 455-459.

УДК: 334.012.34

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (НА ПРИМЕРЕ БЛАГОВЕЩЕНСКОГО РАЙОНА)

*Хорунжин М.Г., к.э.н., доцент
Григорьева А.В., магистрант
Алтайский государственный аграрный университет,
Россия, г. Барнаул
E-mail: TichonovaAB@mail.ru*

Ключевые слова: предприниматель, предприятие, бизнес-план, Алтайский фонд микрозаймов, экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства.

В статье описан механизм создания малого бизнеса на примере ИП «Тихонов А.В.», Благовещенского района Алтайского края. Рассмотрено влияние Алтайского фонда микрозаймов на развитие малого бизнеса. Представлены основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства Алтайского края (2014-2016 г.г.). Указано приоритетное направление в рамках оказания государственной финансовой поддержки в 2017 году.

В настоящее время необходимость в планировании деятельности фирмы уже не вызывает сомнения у большинства руководителей как крупного, так и малого бизнеса. Большинство предпринимателей в той или иной форме планируют деятельность своих фирм, но зачастую это делается без соблюдения правил и бессистемно.

Есть ряд причин, по которым предпринимателю стоит перейти от неформального к формализованному и системному подходу к вопросам планирования.

Во-первых, в самом процессе становления и развития организации заложен значительный элемент неопределенности. И чем больше эта неопределенность, тем острее потребность предпринимателей в разрешении возникающих перед ними задач, и формализованный подход к вопросам планирования здесь будет как нельзя кстати.

Во-вторых, наличие конкурентов требует из количественной и качественной оценки и более пристального отслеживания их деятельности и намерений, что опять же говорит о важности систематического планирования.

И, наконец, в-третьих, не все предприниматели располагают соответствующим опытом.

Отсутствие необходимого опыта, делового или профессионального, влияет на содержательную сторону деятельности предпринимателя и вынуждает его искать помощи в формальном планировании для

определения перспектив развития своего предприятия.

Бизнес-план - это документ, содержащий необходимые сведения об инвестиционном проекте. Разработка бизнес-плана - это комплексный процесс, который потребует объективной оценки всей информации, необходимой для его подготовки. Бизнес-план может быть использован в качестве внутреннего документа при планировании и в качестве коммерческого предложения внешней стороне (инвестору, кредитору). В последнем случае бизнес-план служит обоснованием того, что поставленные в нем цели достижимы и компания способна отвечать по своим обязательствам.

В рыночной экономике бизнес-план служит важным рабочим инструментом как для действующих, так и для вновь образуемых фирм. Предприниматель не всегда четко представляет, как важно наличие профессионально подготовленного и обоснованного бизнес-плана.

Рассмотрим механизм создания малого бизнеса на примере ИП «Тихонов А.В.», Благовещенского района Алтайского края.

Для Александра Тихонова открытие собственного дела стало единственной возможностью трудоустройства. До этого он работал торговым представителем Подсосновского пивзавода. Это и помогло ему изучить рынок района и его потребности. Александр пришел к выводу – наиболее востребованы именно грузоперевозки.

Молодой предприниматель решился на создание собственного дела. Обратился в службу занятости, где ему предложили написать бизнес-проект в сфере оказания услуг населению. В своем бизнес - проекте будущий предприниматель сделал акцент на предоставление услуг клиентам с небольшим уровнем доходов. И не прогадал. Он прошел по конкурсу и получил грантовую поддержку. На эти деньги он приобрел подержанный грузовой автомобиль для перевозки продуктов питания, переоборудовал его, поставил новые запчасти и, чтобы снизить расходы на горючее, перевел машину на газ. В поиске клиентов помогли реклама и цена услуги – она оказалась существенно ниже, чем у конкурентов. Клиенты сразу же оценили этот шаг, так что жаловаться на отсутствие заказов предпринимателю не приходилось.

Годом позже Александр открыл собственный продуктовый магазин. Существенным подспорьем в этом предпринимателю стали деловые связи с предприятием, торговым представителем которого он когда-то являлся.

Сейчас в планах предпринимателя – открытие оздоровительного центра в Благовещенке. Предприниматель уже приступил к осуществлению своего проекта – взял кредит и приобрел помещение, частично отремонтировал его, обустроил сауну и джакузи, собирается обустроить детский бассейн. Свой оздоровительный центр он собирается позиционировать как место для семейного отдыха. Но работы впереди, как признается предприниматель, еще очень много. Так что грузоперевозками он занимается сейчас все меньше – большую часть времени отнимает ведение дел в магазине и работа по созданию оздоровительного центра. О

своей деятельности Александр говорит просто: «Работаю, вкладываю деньги в дело, выплачиваю кредит, анализирую рынок». Сейчас он занят созданием нового бизнес-плана и рассчитывает на получение Губернаторского гранта в сфере поддержки малого бизнеса.

В 2011 году Александр Тихонов участвовал в конкурсе «Молодой предприниматель Алтай». Это позволило ему расширить собственный кругозор, приобрести новые знакомства и пообщаться с другими сельскими предпринимателями.

Начинающим предпринимателям он советует никогда не унывать, проявлять целеустремленность и упорство в достижении собственных целей. А еще необходимо продумывать каждый свой шаг, просчитывать наперед все возможные обстоятельства и владеть ситуацией на рынке, чтобы знать, в какие проекты стоит вкладывать деньги.

По мнению Александра Тихонова основными составляющими эффективного бизнеса являются цена и качество предоставляемых услуг. Доверие клиента можно заслужить в первую очередь качеством услуг, сервисом и доступной ценой. Немаловажную роль имеет и личный фактор.

Предприниматель уверен, что здесь важную роль играет и обратная связь: бизнес сам по себе способствует проявлению личной инициативы, развитию личности и профессиональному росту. Но в погоне за эффективным бизнесом и профессиональным ростом не стоит забывать и о социальной ответственности предпринимательства, как об одной из важных и базовых его составляющих.

Одной из проблем, мешающих эффективному развитию малого и среднего бизнеса, является постоянная нехватка денежных средств.

Поэтому законодательство Алтайского края направлено на решение проблемы по доступу субъектов предпринимательства к кредитным ресурсам. По инициативе краевой администрации, которая была поддержана депутатами Краевого законодательного собрания (АКЗС), в регионе был учрежден Алтайский фонд микрозаймов.

Территориальные представительства данного фонда были открыты в семи сельских районах края (Благовещенском, Ключевском и пр.).

Фонд представляет кредиты для создания и развития собственного бизнеса. Также выделяются кредитные средства на приобретение нового оборудования, на расширение производства и иные цели, непосредственно связанные с предпринимательством.

Многие банки края сейчас разрабатывают и внедряют большое количество кредитных программ, что тоже позволяет расширить объемы кредитования малого и среднего бизнеса.

На территории края проводится политика софинансирования муниципальных программ поддержки малого и среднего предпринимательства, что позволяет привлечь инвестиции на уровне органов местного самоуправления. Так в 2012 году в результате конкурсного отбора 36 муниципалитетов края получили софинансирование из средств краевого и федерального бюджетов. Из этих средств

муниципалитеты возмещают расходы предпринимателей на аренду помещений, обучение, оплату банковских процентов полученных кредитов и т.д.

Продолжается грантовая поддержка начинающих предпринимателей. Им безвозмездно выделяется финансовая помощь в размере 300 тыс. рублей. Но для этого предприниматель должен предоставить бизнес-план и пройти обучение [1].

В 2017 году приоритетным направлением в рамках оказания государственной финансовой поддержки станет расширение доступа предпринимателей к заемным и кредитным ресурсам. Для этого за счет краевого бюджета и федерального бюджетов будет увеличена капитализация Алтайского фонда микрозаймов и разработаны приоритетные категории для предоставления заемных ресурсов по оптимизированным условиям (ставки, сроки).

Таблица 1 Основные экономические показатели деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства Алтайского края

Показатели	2014	2015	2016
Число малых предприятий (включая микропредприятия), единиц	31963	32613	38239
Доля малых предприятий в общем количестве предприятий Алтайского края, процентов	57,2	56,7	67,8
Число индивидуальных предпринимателей, человек	56104	54591	52730
Численность занятых на малых предприятиях (включая микропредприятия), человек	172806	164239	153500
Выручка от продажи товаров, продукции, работ, услуг индивидуальных предпринимателей, млн рублей	157292,5	109910,6	139805,6
Инвестиции малых предприятий (включая микропредприятия) в основной капитал, млн рублей	23366,0	13708,1	11809,6
Доля инвестиций малых предприятий (включая микропредприятия) в инвестициях в основной капитал Алтайского края, процентов	23,4	17,4	15,7
Инвестиции средних предприятий в основной капитал, млн рублей	2461,3	2953,9	5314,5

Проведя анализ экономических показателей деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства Алтайского края за последние три года можно сделать вывод, что число малых предприятий на территории Алтайского края в 2016 году увеличилось по сравнению с 2014 годом, однако доля инвестиций малых предприятий в инвестициях в основной капитал Алтайского края сократилась с 23,4 % до 15,7%. Число индивидуальных предпринимателей уменьшилось с 2014 по 2016 год.

Библиографический список

1. Постановление Администрации Алтайского края от 09.08.2011 № 437 [Электронный ресурс] – Режим доступа. - <http://www.smp22.ru/content/legislation/region>. (дата обращения 22.09.2018).
2. Основные экономические показатели деятельности субъектов малого и

среднего предпринимательства Алтайского края – Режим доступа http://akstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/akstat/ru/ (дата обращения 22.09.2018).

3. Хорунжин М.Г. Оценка ситуации на локальном рынке труда проблемы и пути их решения (на примере города Рубцовска) автореферат дис. кандидата экономических наук / Алт. гос. ун-т. Барнаул, 2007

УДК 33

ВОЗМОЖНОСТЬ «УБЕРИЗАЦИИ» РЫНКА АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Шустрова Т. Н., магистрант,

Наумчик Т. С., магистрант

Научный руководитель: Калашиникова Татьяна Владимировна, кандидат технических наук, доцент

Национальный исследовательский Томский политехнический университет

Россия г. Томск

E-mail: tvkalash@tpu.ru

Аннотация: В статье рассматривается процесс «уберизации» рынка автосервисных услуг. Проведен анализ популярных сервисов-агрегаторов, используемых на рынке СТО (станция технического обслуживания). Выявлены сложности «уберизации» рассматриваемой сферы услуг, а также предложена новая бизнес-модель взаимодействия клиента с автосервисами.

Ключевые слова: «уберизация», «убер–платформа», «убер-сервис», бизнес-модель, автосервис, СТО.

Одним из актуальных вопросов в сфере экономики на протяжении последних лет является «уберизация». В общем смысле, под «уберизацией» понимается влияние на сектора экономики сервисов, обеспечивающих координацию деятельности независимых агентов рынка, оптимизирующих взаимосвязи между ними [1] Эффективно организованный процесс «уберизации» выполняет следующие функции: непрерывную оптимизацию экономических связей и цепочек; исключение непроизводительных звеньев, не создающих реальной ценности; распространения единого подхода на всех участников; автоматизацию всего перечисленного выше, исключения человека из процесса [2].

Однако в России остается огромное множество старых, закостенелых рынков услуг, к которым можно отнести и сферу автосервисных услуг. В течение всего времени существования этого рынка, на нем практически ничего не изменилось. Появляются франшизные модели, различные сайты-агрегаторы, которые постепенно переводят данный рынок на online-платформу. При этом новой, реально действующей, бизнес-модели рынку до сих пор не предложено. Главная сложность появления «убер-модели» в той или иной сфере это роль инициатора.

Целью исследования выступает разработка новой концепции российского сектора автосервисных услуг на основе анализа уровня «уберизации».

Актуальность данной темы определяется тем, что за последние 5 лет,

начиная с кризиса 2013 года, объемы продаж новых машин падают, а спрос на б/у машины и ремонт только растет. В 2017 году соотношение новых и б/у машин составляло 1:3,6. Это сказывается на увеличении потока клиентов на СТО [3]. Что касается емкости рынка услуг автосервисов в России, то в 2017 году она была оценена в 543,9 млрд. рублей в год, а потенциал для роста – еще в 147,5 млрд.: сюда включены ремонтные работы, которые производят сами хозяева автомобилей или частные мастера [4].

Классическая бизнес-модель используемая в автосервисе очень проста: приезжаете в автосервис, вам оказывают услуги, за которые вы платите деньги. Конечно, можно сказать это универсальная бизнес-модель, но в разрезе данного рынка она имеет множество серьезных проблем.

Для клиента одной из ключевых проблем, помимо траты большого количества времени, является отсутствие системы контроля выполнения работ. Так, по данным аналитического агентства Автостат, 66% автовладельцев имеют опасения при обращении в независимый СТО и 80% при обращении в официальный дилерский центр [5]. Основные опасения клиентов: навязывание ненужных работ; недостаточная компетентность работников; увеличение стоимости ремонта в процессе обслуживания; использование некачественных деталей; подмена качественных деталей на некачественные; вероятность повреждения автомобиля; отсутствие автомобиля на длительный срок ремонта. Данные опасения, связанные с отсутствием системы и гаранта контроля, порождает та самая традиционная схема взаимодействия между поставщиками и потребителями услуг, так как существуют противоречия интересов между клиентом и СТО, решить которые классическая бизнес-модель не способна.

Для автосервисов основной проблемой, помимо поиска путей привлечения клиентов, является то, что этот бизнес является сезонным, и часто в пики спроса СТО не справляются с загрузкой, а в месяцы простоев несут убытки.

Для решения некоторых проблем, рынком были предложены сервисы-агрегаторы, которые оптимизируют ряд этапов взаимодействия клиентов с автосервисами. Например:

– Сервисы «В-АВТОСЕРВИС», «Fixam», «Uremont», «Autoreshenie», «Авто.ру» не оказывают услуг по ремонту автомобиля, но помогают пользователю найти лучшие варианты, где отремонтировать автомобиль. Клиенту необходимо лишь заполнить заявку на сайте и сервис подберёт подходящее СТО.

– Сервис «CarFix», помимо вышеперечисленных функций, берет на себя обязательства по доставке в сервис расходных материалов и запчастей, а также заключает контракт с автосервисами, где также прописываются условия оказания услуг, и оговаривается прайс-лист на услуги для клиентов.

Таким образом, данные сервисы решают, главным образом, задачу оптимизации связей между заказчиком и исполнителем услуг. Почти вся схема взаимодействия переходит на online-платформу, где сервис берет на себя часть этих функций. Для клиентов – это возможность быстро, не

выходя из дома, выбрать и записаться в автосервис, для СТО – поток клиентов. Однако согласно практике данных сервисов-агрегаторов, поток клиентов увеличивается только для оказания простых, дешевых услуг, что касается крупных ремонтных работ, то клиент также, выбирает СТО по проверенным рекомендациям и личному опыту и не доверяет online-сервисам. Так как нет контроля выполнения работ и сопровождения сделки со стороны сервиса-агрегатора, а только предоставление информации об СТО, они ничем не отличаются от простых маркетплейсов. Также имея процент со сделки, сервис-агрегатор, как и СТО, заинтересован в навязывании большего объёма работ. Решить накопившиеся проблемы возможно при изменении самой бизнес-модели взаимодействия сервиса-агрегатора и СТО.

Для «уберизации» сферы автосервисных услуг и решения проблем простого агрегирования (оптимизации цепочек) недостаточно, так же должны соблюдаться другие условия. Предложенная модель «убер-сервиса» включает следующие аспекты во взаимодействии между СТО и автовладельцами:

1. Изменение классической бизнес-модели, а именно изменение денежных взаимоотношений с сервисами, что приведет к оптимизации экономических связей и цепочек. Сумма от оказанных услуг СТО аккумулируется на счету «убер-сервиса», после чего, в течение года, ежемесячными платежами, перечисляется автосервису, что поможет нормализовать структуру доходов автосервиса, независимо от сезона.

2. Видеофиксация ремонтных работ. Автоматизированная система осуществляет передачу видеоотчёта клиенту. Мастер также сможет оперативно сообщать об обнаружении дополнительных неисправностей. Таким образом, «убер-сервис» обеспечит контроль выполнения сделки.

3. Мобильное приложение и ПО, основные функции которого – автоматизация взаимодействия клиента и автосервиса.

4. Подключение к системе автосервисов, включая ИП и частные мастерские, специализирующихся на разных услугах. Специализированные СТО имеют широкий спектр узконаправленного оборудования. Особенностью таких СТО является, также роль конкретного мастера. Поэтому «убер-сервис» должен включать параметр выбора клиентом конкретного мастера, чему способствует распространение единого подхода на всех участников.

5. Создание единого закупочного центра автозапчастей для СТО. Работа с едиными партнерами даёт возможность, за счёт объёма, закупать запчасти с существенными скидками и своевременно предоставлять их на ремонт.

6. Создание отдельного центра приёма клиентов, что исключает такое звено как мастер-приемщик в самом автосервисе

Таким образом, «уберизация» оказывает влияние на формирование рынка автосервисных услуг нового поколения: открытого и работающего исключительно на системе саморегуляции, исключая ненужных

посредников [6]. Предложенная модель разработана на базе выявленных ключевых проблем автосервисных услуг и представляет собой взгляд в будущее данной сферы экономики.

Библиографический список

1. Подвольский Г.Л. Роль новых технологий в экономике XXI века // Мир новой экономики. – 2016. – №4 – С. 6–15.
2. Попова И.В., Хусейнова А.А. "Уберизация" российской экономики: цель, недостатки, преимущества, перспектива // Молодой исследователь Дона. – 2017. – №4 (7). – С. 165–169.
3. Итоги конференции «Автосервис – 2018». Электронный ресурс] // Аналитическое агентство Автостат – Режим доступа: <https://www.autostat.ru/press-releases/35639/> (дата обращения 10.09.2018).
4. Ёмкость российского рынка услуг автосервиса в 2017 году. Электронный ресурс] // Аналитическое агентство Автостат – Режим доступа: <https://www.autostat.ru/infographics/32676/> (дата обращения 10.09.2018).
5. Какие опасения испытывают автовладельцы при обращении на сервис? [Электронный ресурс] // Аналитическое агентство Автостат – Режим доступа: <https://www.autostat.ru/infographics/31254/> (дата обращения 11.09.2018).
6. «Уберизация» экономики [Электронный ресурс] / РБК – Режим доступа: <http://www.rbc.ru/business/> (дата обращения 15.09.2018).