



**ФИНАНСОВЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ**
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
Финансовый Университет при Правительстве РФ,
Барнаулский филиал**

**Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет (КазГЮИУ)
г. Семей, Республика Казахстан**

Кыргызско-Российский Славянский университет

**Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова
Алтайский государственный университет**



«СОВРЕМЕННЫЙ СПЕЦИАЛИСТ-ПРОФЕССИОНАЛ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»

**Материалы 9-й международной научной конференции
студентов и магистрантов в рамках III Международного Конгресса
молодых ученых по проблемам устойчивого развития,
г. Барнаул, 18, 25-26 мая 2017 г.**

Барнаул – 2017



**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
Финансовый Университет при Правительстве РФ,
Барнаулский филиал**

**Казахский гуманитарно-юридический инновационный
университет (КазГЮИУ)
г. Семей, Республика Казахстан**

Кыргызско-Российский Славянский университет

Алтайский государственный университет

**Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова**

**«СОВРЕМЕННЫЙ СПЕЦИАЛИСТ-ПРОФЕССИОНАЛ:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»**

**Материалы 9-й международной научной конференции студентов и
магистрантов в рамках III Международного Конгресса молодых ученых
по проблемам устойчивого развития,
г. Барнаул, 18, 25-26 мая 2017 г.**

Барнаул – 2017

УДК 330.1
ББК 65.9(2Рос)

С 69

Рецензент:

ИВ. Ковалева, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры управления производством и агробизнеса федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Алтайский государственный аграрный университет»

Современный специалист-профессионал: теория и практика: материалы 9-й междунар. науч. конф. студентов и магистрантов в рамках III Междунар. Конгресса молодых ученых по проблемам устойчивого развития, г. Барнаул, 18, 25-26 мая 2017 г. / под ред. Т.Е. Фасенко, Д.В. Коханенко. – Барнаул : Графикс, 2017. – 338 с.

ISBN 978-5-6040289-4-0

В сборнике представлены лучшие научные доклады магистрантов и студентов по итогам 9-й международной научной конференции студентов и магистрантов «Современный специалист-профессионал: теория и практика» в рамках III Международного Конгресса молодых ученых по проблемам устойчивого развития, состоявшейся 18, 25-26 мая 2017 г. в Барнаульском филиале ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации».

Охарактеризованы тенденции и показатели социально-экономические проблемы развития страны и регионов в условиях кризиса; проанализированы актуальные проблемы банковского сектора; обсуждены вопросы управления финансами на макро- и микроуровне, предложены отдельные направления совершенствования управления организациями и предприятиями.

Сборник предназначен для научных работников, специалистов организаций и предприятий, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов экономических специальностей вузов.

УДК 330.1
ББК 65.9(2Рос)
С 69

ISBN 978-5-6040289-4-0

© Финансовый университет при Правительстве РФ,
Барнаульский филиал, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ	9
Васильева Д.Е. Современный анализ и тенденции формирования структуры денежной массы в России.....	10
Доскач О.Е. Потерянное поколение: молодые, образованные и безработные (на материалах Алтайского края).....	15
Панюкова О.Д. Оценка инвестиционной привлекательности организации (на материалах ООО «Энергия-Транзит»).....	19
Позняковская А. А. Проблемы формирования и использования средств резервного фонда и фонда национального благосостояния РФ.....	23
Яремчук Н. Ю. Влияние управленческого учета на эффективность деятельности организации.....	28
НАУЧНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ	
Секция 1	32
Васильева Д.Е., Воронина Ю.С., Елисеева М.А., Петухова П.В., Коляда Н.И. Проблемы современной денежно-кредитной политики	33
Хачатрян Г.А., Коротеева М. А., Юшко Т.В. Риски: сущность и нормативно-правовое регулирование.....	37
СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СТРАНЫ И РЕГИОНОВ	
Секция 2	40
Арутюнян В.А. Современные тенденции развития туристского потенциала регионов Российской Федерации.....	41
Волкова Е.А. О применении некоторых видов диаграмм для визуализации социально-экономических процессов и явлений.....	44
Вольф А.А., Гебель А.С. Влияние санкций на внешнюю торговлю России.....	48
Габдулнасырова К.Г. Голосовая мускулатура и способы управления ей, как «живым» музыкальным инструментом.....	51
Гоженко А.А., Нестерова А. А. Россия и Китай: переход к рыночной экономике.....	54

Горбунова Т. В. Маркетинг лечебно-оздоровительного туризма на примере Завьяловского и Романовского районов Алтайского края.....	58
Дихтяренко Н. П. Динамика браков и разводов в Российской Федерации.....	61
Жердева Э. И., Кулешова Ю. Ю. Социально-экономический кризис как следствие антироссийских санкций.....	64
Жихарев И. И. Взаимодействие власти и бизнеса по развитию территорий (на материалах Алтайского края).....	67
Жихарев И. И. Зависимость инвестиционной активности предприятий Алтайского края от налоговой политики.....	71
Зуева В. А. Портрет потребителя туристских услуг на соленых озерах Завьяловского и Романовского районов Алтайского края.....	75
Ким В. Г. Инновационно-предпринимательская система региона: проблемы определения и актуальность исследования.....	79
Кобрин М. Ю. Влияние неравномерности экономического развития регионов СФО на региональную экономическую безопасность.....	82
Кривошеина М. Ю. К вопросу диверсификации развития ипотечного кредитования (на материалах Алтайского края).....	85
Леванюк В. А. Финансовая безграмотность населения: индивидуальная проблема или проблема государства	88
Лесных К. С. О роли культурной политики в социально – экономическом развитии территории.....	93
Лушева Д. А. Благотворительная деятельность в России: состояние и проблемы.....	96
Мальгина И. А., Савина В. А. Анализ поддержки малого и среднего бизнеса в Алтайском крае.....	99
Мойсиевская А. К. Перспективы развития и использования криптовалют в современной экономике.....	105
Рогова А. А., Тантыбарова А. С. Развитие российского рынка экологически чистых продуктов.....	108
Санарова Н. В. Алтайский край - центр развития туризма.....	112
Семенова С. В. Глобальная проблема бедности в современном мире.....	115

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСАМИ НА МАКРО- И МИКРОУРОВНЕ

Секция 3	118
Проблемы управления финансами на макроуровне	
Подсекция 1	119
Анисимова Е. С. Оценка уровня развития муниципального образования с точки зрения его инвестиционной привлекательности.....	120
Бикеев А. И. О национальной системе платежных карт.....	124
Буряк А. В. Ликвидность коммерческих банков в современных условиях.....	128
Горшенева В. К. Перспективы использования кредитных рейтингов в России.....	131
Джумиго А. М. Перекредитованность россиян как угроза экономической безопасности.....	135
Егорова Н. В. Проблемы вложения инвестиций в строительную сферу на примере Алтайского края.....	139
Епифанова Е. С. Проблемы развития сельскохозяйственных рисков в России и Алтайском крае.....	142
Котлярова О.О. Проблемы кредитования сельского хозяйства в России.....	146
Медведева Е. А. Кредитование юридических лиц в современных условиях....	149
Трифанова Е. Н. Государственная поддержка малого бизнеса в России.....	152
Шибает В. И. Переход на натуральные страховые возмещения по ОСАГО.....	155
Юдакова Т. В. Проблемы налогообложения доходов граждан в РФ.....	160
Проблемы управления финансами на микроуровне	
Подсекция 2	164
Коркина Н. В. Антикризисное управление в организации (на материалах МУП «Озерские коммунальные системы»).....	165
Феллури Эль-Язид Актуальные проблемы и экономическая эффективность опреснения вод использования в сельском хозяйстве Республики Алжир.....	169
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АНАЛИЗА И АУДИТА	
Секция 4	174

Проблемы и перспективы развития	
Подсекция 1	175
Артёмова А. С. Анализ себестоимости продукции в управленческом учете ..	176
Борискова Е. О. Бухгалтерские ошибки при составлении отчетности и их влияние на достоверность финансовой отчетности	180
Брютова Е. А. Особенности исчисления заработной платы программиста.....	183
Бычкова Т. С., Семенова С. В. Расходы на рекламу - признание и отражение в бухгалтерском и налоговом учете.....	187
Глубоков И. О. Организация управленческого учета: варианты, проблемы и пути решения.....	190
Дьякова Л. С. Искажения в бухгалтерской отчетности и причины их возникновения.....	193
Лобанова Е. С. Учет и влияние курсовых разниц на финансовый результат организаций.....	197
Воробьева И. В., Подъезжих Р. В. Интегрированная отчетность – актуальная форма отчетности перед пользователями и обществом	201
Польгейм Я. В. Эффективный контракт: проблемы внедрения в государственных учреждениях.....	204
Попова О. С. Изменения в учете основных средств в связи с переходом на федеральный стандарт.....	209
Рассади́на Т. Ю. Финансовые модели распределения накладных расходов.....	212
Хомутинникова Т. А. Сущность и методы анализа качества прибыли.....	215
Чижова Е. А. Организация учета арендных отношений в современных условиях.....	218
Яковлева А. И. Принятие краткосрочных решений по данным бухгалтерского управленческого учета	222
Совершенствование учетно-аналитического	
Подсекция 2	225
Гриценко И. С. Учетная политика как инструмент управления организацией.....	226
Кобзева А. С. Аналитическое обоснование хозяйственных процессов экономического субъекта.....	231

Косёнова П. А. Формирование стандартов и регламентов управленческого учёта коммерческой организации.....	234
Мерзлякова М. М. Прохождение аудита отчетности по МСФО.....	238
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЯМИ И ПРЕДПРИЯТИЯМИ	
Секция 5	242
Афоникова А. В. Особенности зарубежных моделей менеджмента.....	243
Бояринцева Е. С. Совершенствование мотивации торгового персонала в организации.....	247
Быкова М. В. Совершенствование кадрового потенциала организации.....	251
Горбунова Т. В. Проблемы и перспективы развития малого бизнеса на примере Сибирского Федерального Округа	254
Епифанова Е. С. Рекламная листовка: эффективные приёмы при оформлении.....	259
Климова С. В., Мишина Д. М. Оценка уровня экономической безопасности банковской сферы в России.....	263
Королева А. И., Смирнова К. С. Сетевой маркетинг и финансовые пирамиды.....	268
Мамедова Н. С. Роль организационных изменений в российской экономике.....	271
Мельник Д. В., Мальцева Г. И., Тенденции и проблемы развития банковского сектора.....	274
Миляев А. С. Продвижение бренда организации в социальной сети INSTAGRAM.....	278
Мороз А. А. Компетенции – как один из элементов оценки персонала организации: зарубежный опыт и практика применения в российских организациях.....	281
Нетёса Т. В. Территориальный маркетинг как инструмент управления территорией.....	288
Нурмагомедов А. А. Проблемы и перспективы развития корпоративной социальной ответственности в России	292
Кайзель К. А., Сысоева А. В. Корпоративное управление в России: проблемы и перспективы развития.....	297

Никольская В. В., Тавлеев В. А. О росте бизнеса: почему малый бизнес должен иметь свой веб-сайт.....	300
Тимохина А. А. Формирования портрета постоянного покупателя как основа организации рекламной деятельности предприятия.....	302
Хлянова Ю. А. Выявление актуальности такого способа мотивации персонала, как «Вознаграждения - Признательности»... ..	306
Шилова К. А. Эффективные механизмы внедрения проектного управления.....	310
Штерцер В. С. Особенности системы управления персоналом в ОАО «Торговый Дом «Русский Холодъ» филиал в г. Барнауле.....	314
НАУЧНЫЕ ТВОРЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ Секция 6.....	317
Финансовая политика государства в современных условиях Подсекция 1.....	318
Крестников А. А., Сиворонова Е. Р., Солодова А. И., Тяпкина Д. А., Шатаев А. Ю., Шуклин Д. А. Экономические кризисы и антикризисные программы: российский и мировой опыт	319
КРУГЛЫЙ СТОЛ.....	322
Батирова А. И. Оценка некоторых финансовых показателей экономики городов в регионах Сибирского Федерального Округа.....	323
Буряк А. В. Сравнительный анализ расходов на местное самоуправление в регионах Сибирского Федерального Округа.....	326
Исаева Е. А. Сравнительная оценка дебиторской задолженности по доходам в местные бюджеты регионов СФО и их налоговых расходов.....	330
Медведева Е. А. Распределение налоговых доходов в регионах Сибирского Федерального Округа.....	334

Пленарное заседание

СОВРЕМЕННЫЙ АНАЛИЗ И ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ СТРУКТУРЫ ДЕНЕЖНОЙ МАССЫ В РОССИИ

Васильева Дарья Евгеньевна, студент

*Научный руководитель: Шипулина Ирина Александровна,
кандидат экономических наук, доцент,*

*Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал,
656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия*

E-mail: IASHipulina@fa.ru

Аннотация: В статье анализируются денежное обращение в России в 2011 - 2016 году, в том числе представляется статистика и основные тенденции изменения основных денежных агрегатов.

Ключевые слова: денежная масса, денежные агрегаты, коэффициент монетизации, скорость обращения денег, денежный и банковский мультипликатор, ВВП, инфляция.

Важнейшим количественным показателем денежного обращения является денежная масса. Её величина влияет на объем национального производства, занятость, процентные ставки, уровень цен. Таким образом, внимание к показателям, характеризующим объем и динамику денежной массы, является своевременным и актуальным.

Денежная масса — совокупность всех денежных средств, обеспечивающих обращение товаров и услуг, находящихся в распоряжении экономических агентов.

Для измерения количества денег в обращении используются денежные агрегаты, которые представляют собой суммарные показатели объема и структуры денежной массы, отличающиеся друг от друга по степени охвата финансовых активов и уровня их ликвидности [3].

В 2015 году в России наблюдалась слабая кредитная активность, сдерживающая рост денежной массы. Прирост денежной массы по-прежнему отставал от прироста номинального ВВП, и отношение денежной массы к ВВП (монетизация) сохранялось ниже долгосрочного тренда. Агрегат М2 составил 35 908,2 млрд руб. на 1 января 2016 года, увеличившись с 1 января 2015 года на 3 797 млрд руб. или на 8,3% (таблица 1).

Основные показатели, формирующие денежный агрегат М2, на 1.01.2016 г. соответственно составляли:

- агрегат М0 – 7 239,1 млрд руб. (увеличился с 1 января 2015 года на 67,6 млрд руб. или на 0,9%);
- агрегат М1 – 16 575,2 млрд руб. на 1 января 2016 года (увеличился с 1 января 2015 года на 1 186,4 млрд руб. или на 7,7%).

Таблица 1 – Изменения количества наличных денег в России в 2011 – 2016 гг.

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Изменение 2011-2016
Агрегат М2, млрд.руб	20012	24483	27405	31405	32111	35908	79%
Темп прироста М2, %	31,1	22,3	11,9	14,6	2,2	8,3	-

Наибольший абсолютный прирост денежной массы произошел в 2011 году и составил 31 %. Далее в рассматриваемом периоде наблюдается снижение темпов прироста до 8,3% в прошлом году. Наименьший темп прироста отмечается в 2015 г. - 2,2 %. Низкие темпы прироста агрегата М2 в последние 2 года с одной стороны являются следствием проведения центральным банком мероприятий, направленных на снижение инфляции. С другой - могут свидетельствовать о нарастании кризисных явлений в экономике [2].

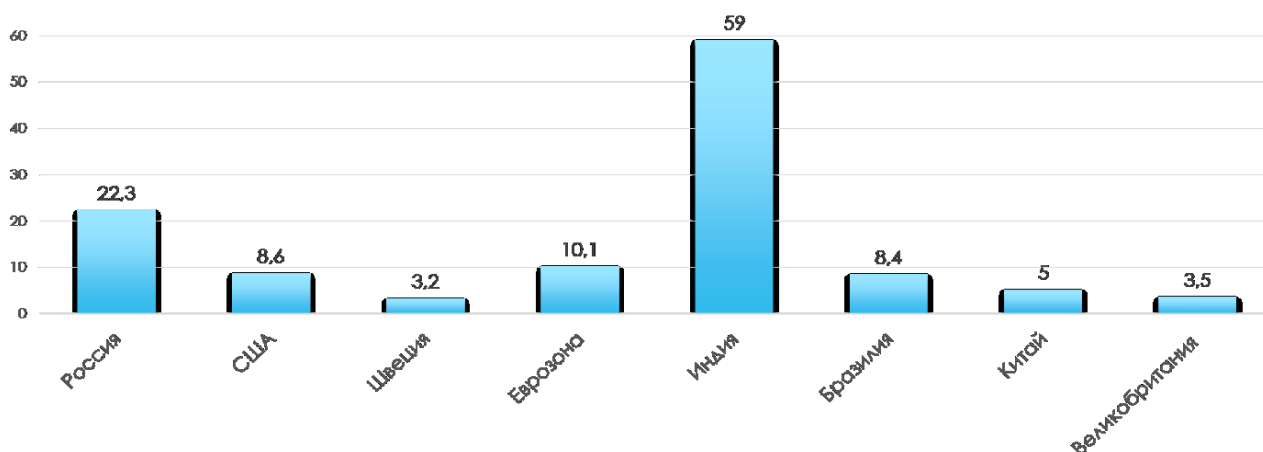


Рисунок 1 – Доля наличных денег в структуре денежной массы России и стран мира

В структуре денежной массы России за рассматриваемый период доля наличных средств уменьшалась, что характерно практически для всех стран мира, так как повсеместно происходит развитие безналичных расчетов и электронных денег. На 1 января 2015 г. доля наличных составила 22,3 % (рисунок 1). Но удельный вес наличных денег в денежной массе России еще достаточно велик по сравнению с развитыми странами. Так, наименьшее ее значение данного показателя - в Великобритании, где доля наличных средств в обращении составляет 3,5%, что свидетельствует о развитости в стране системы безналичных расчетов и хорошей обеспеченности предприятий финансовыми ресурсами.

Высокая доля наличных денег в России свидетельствует о том, что в стране присутствует высокий уровень теневой экономики, а также инфляция, отмечается неопределенность относительно динамики указанных показателей. Существует также недоверие населения к банковской системе так, что определенная часть сбережений аккумулируются не в банках. [4]

Соответствие денежной массы потребностям экономики характеризуется показателем коэффициента монетизации. Коэффициент монетизации, который представляет собой отношение денежной массы к ВВП, в 2011 – 2016 гг. в нашей стране увеличивался, но уровень его остается достаточно низким по сравнению с другими странами (рисунок 2). Считается, что для развитой страны монетизация должна составлять не менее 70–80%, при этом чем ниже монетизация экономики, тем выше инфляция. В 2015 году показатель монетизации составил 40%, при этом наблюдается тренд к увеличению.

Таким образом, можно сделать вывод, что экономика РФ недостаточно обеспечена деньгами и уровень инфляции в стране высокий.

Что касается показателя, обратному коэффициенту монетизации - скорости обращения денег - в 2015 году она составила 2,52 оборота в год, при этом с 2011 наблюдается тенденция к сокращению показателя.

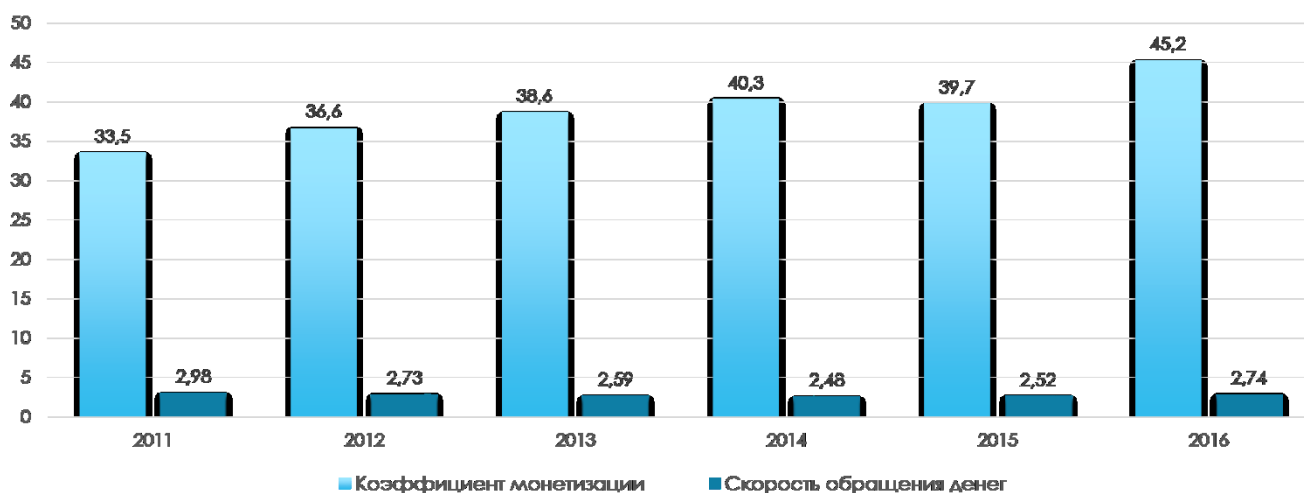


Рисунок 2 – Коэффициент монетизации и скорость обращения денег в России в 2011 – 2016 гг.

Снижение скорости обращения денежной массы свидетельствует о снижении оборачиваемости денежных агрегатов, т. е. их ликвидности. Причинами такой тенденции могут быть инфляция, неразвитость производства, несовершенство безналичных платежей, высокая процентная ставка на денежном рынке, низкая предельная склонность населения к потреблению, а также большая доля наличных в денежной массе. [1]

Центральный банк России законодательно призван осуществлять денежно-кредитную политику путем изменения объема денежной массы с использованием специальных инструментов по уменьшению или увеличению денежного предложения. В рамках стимулирующей монетарной политики с целью увеличения денежной массы и темпов роста валового внутреннего

продукта Банк России снижает ставку рефинансирования и норму обязательного резервирования, а также осуществляет покупку валюты и государственных ценных бумаг. [7]

Эффективность регулирования денежной массы можно оценить на основе таких показателей, как банковский и денежный мультипликаторы. Чем более развитой является экономика, тем выше значение денежного мультипликатора (для развитых стран — от 5 до 10). Это объясняется небольшой долей наличных денег в обращении и низкими резервными требованиями к коммерческим банкам. В странах с развивающимися рынками средним значением денежного мультипликатора является 2–3.

В России за анализируемый период происходил рост денежного мультипликатора с 2,44 в 2011 до 3,5 в 2016 году (таблица 2). Банковский мультипликатор напротив демонстрирует снижение показателей с 40 в 2011 году до 27 – в 2016, что свидетельствует о росте денежной массы. [6]

Таблица 2 – Показатели денежного и банковского мультипликатора в России в 2011 – 2016 гг.

Мультипликатор	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Денежный	2,44	2,83	2,78	2,99	2,83	3,5
Банковский	40	25	25	24	24	27

На основе сравнения темпов прироста денежной массы и ВВП можно сказать, что между показателями однозначно существует прямая взаимосвязь (рисунок 3). Заметим, что увеличение денежной массы не провоцирует в РФ увеличение уровня инфляции. Этот факт даёт основание сделать вывод, что для российской экономики в основном присуща не инфляция спроса, а инфляция издержек, то есть отмечается существенное влияние на инфляцию немонетарных факторов, таких как рост тарифов инфраструктурных монополий, увеличение издержек в результате применения в производстве несовременных технологий, снижения производительности труда и низкого уровня использования производственных фондов. [5]

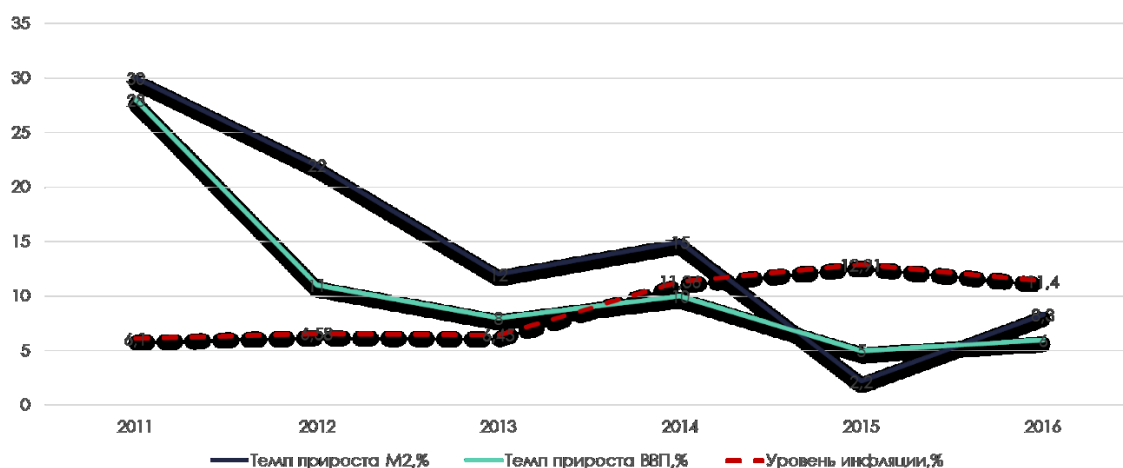


Рисунок 3 – Темпы прироста М2, ВВП и уровня инфляции в России в 2011 – 2016 гг.

Сложившая ситуация в экономике нашей страны ставит перед Центральным Банком России весьма сложные задачи. Значительное ухудшение внешнеэкономических условий для РФ стали серьезным испытанием для экономической и денежно-кредитной политики.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт Центрального Банка РФ – Режим доступа: <https://www.cbr.ru/>
2. Система цен и эффективность хозяйствования/ Под ред. Тарасова В.И., 2015.
3. Курс экономической теории. Под общей ред. Чепурина М.Н., Киселевой Е. А. Киров, 2013.
4. "Деньги и кредит в рыночной экономике " учебное пособие СПб. Изд-во Университета экономики и финансов, 2014.
5. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / Под общ. ред. А.Г. Грязновой. - М.: Финансы и статистика, 2013.
6. Официальный сайт государственной статистики – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
7. Банковское дело: Учебник / Под ред. О.И. Лаврушина. - М.: Финансы и статистика, 2015.

ПОТЕРЯННОЕ ПОКОЛЕНИЕ: МОЛОДЫЕ, ОБРАЗОВАННЫЕ И БЕЗРАБОТНЫЕ (НА МАТЕРИАЛАХ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)

Доскач Оксана Евгеньевна, студент

*Научный руководитель: Глотова Наталья Ивановна, кандидат экономических наук, доцент, Алтайский государственный аграрный университет, 656000, г. Барнаул, пр-т Красноармейский, 98, Россия
E-mail: oksana_1996_10@mail.ru*

Аннотация: В статье анализируется состояние молодёжной безработицы в Алтайском крае. Выявлены основные ее причины и последствия. Рассмотрены пути снижения уровня безработицы среди молодёжи.

Ключевые слова: молодёжная безработица, рынок труда, уровень безработицы, молодой специалист, инвалиды молодого возраста, система социальной защиты.

Безработица молодежи – это социально-экономическое явление, при котором лица в возрасте 16-29 лет находятся в поиске работы и готовы приступить к ней, но не имеют возможности реализовать свое право на труд, тем самым, теряют основные средства к существованию. Отсутствие работы ведет молодых к полной деградации: появляются проблемы в развитии и становлении личности, распадаются браки, увеличивается число преступлений, распространяются наркомания, алкоголизм, детская безнадзорность.

За последние 11 лет уровень безработицы среди молодежи снизился в пять раз. На 1 января 2017 года служба занятости зафиксировала уровень безработицы среди молодых в 0,7% к трудоспособному населению. На ту же дату 2006 г. этот показатель составлял 3,8% [1].

На начало 2017 года в Алтайском крае было зарегистрировано 20 тысяч безработных граждан, в том числе 2,9 тысяч молодых людей в возрасте 16-29 лет. Если сравнивать этот показатель с началом 2006 года, то в числе 74,2 тысяч безработных граждан 23,0 тысячи приходилось на молодежь [2].

Нужно отметить, что краевая служба занятости населения содействует сопровождению инвалидов молодого возраста при трудоустройстве. В 2016 году специалисты службы помогли найти подходящую работу 505 молодым жителям края, имеющим ограничения по состоянию здоровья. Также в 2017 году в Алтайском крае в органы службы занятости обратились 170 молодых инвалидов. За 2012-2017 годы уровень занятости молодых инвалидов увеличился на 16 % и сохраняется на уровне 74 % [3].

Результаты проведенного нами исследования показали, что молодёжная безработица возникает на двух этапах жизненного пути человека:

1. после окончания средней школы (если не удалось поступить в высшее учебное заведение, техникум или профессионально-техническое учреждение, трудоустроиться);
2. после получения профессионального образования (если нет гарантированного направления на работу или оно не устраивает молодого человека).

Наличие опыта и стажа работы, желательно по специальности, на сегодняшний день считается одним из требований к кандидатам на замещение предлагаемых на рынке труда вакансий. В соответствии с этим, не имеющих опыта работы и стажа выпускников ВУЗов в таком случае на работу зачастую берут неохотно. А значит, выпускники не имеют опыта работы и возможности его получения. Доля людей, работающих не по своей специальности, по-прежнему велика (60 %).

Мы считаем, что одним из решений этой проблемы может стать система условий, при которых работодателям было бы выгодно брать на работу выпускников. В частности, внедрить систему налоговых льгот на муниципальном уровне, принимающих на работу выпускников ВУЗов.

Кроме того, трудности, с которыми встречаются молодые люди в начале профессионального пути, зачастую происходят из нестыковки между их нуждами и стремлениями, с одной стороны, и тем, что общество предлагает и требует от них – с другой.

Согласно данным управления по труду и занятости населения Алтайского края, рейтинг востребованности профессий возглавляют наладчики, фрезеровщики, станочники, электромонтеры. На втором месте находятся врачи-специалисты, операционные медсестры, врачи-лаборанты, фельдшеры-лаборанты, статистики. В них нуждаются, как и сельские, так и городские медучреждения. Третье место у инженеров [4].

Для того чтобы решить эту проблему, на наш взгляд, молодежи следует дать возможность для самореализации, внести вклад в развитие общества. Результаты успешной адаптации молодежи на рынке труда зависят как от экономической ситуации и политической деятельности, проводимой государством, так и от усилий самих молодых людей, от их планирования собственной судьбы.

Для повышения престижа рабочих профессий работодателям необходимо больше внимание уделять модернизации производства. «Без создания современных и качественных рабочих мест одной только социальной рекламой эту проблему не решить», – подчеркнул глава региона А.Б. Карлин [5].

Молодые специалисты не хотят работать в селах Алтайского края: не секрет, что проблемы с работой, зарплатой и жильем делают непривлекательным этот сектор рынка труда для молодежи. При этом потребность сельхозтоваропроизводителей края в руководителях и специалистах среднего звена (агрономы, зоотехники, ветработники, техники-механики) составляет в настоящее время около 500 человек, остаются

незакрытыми более 350 вакансий по должностям этих категорий работников [6].

Когда поиски работы не приносят желаемого результата, когда молодой специалист не может устроиться по специальности – государство предоставляет финансовую поддержку. Лица, признанные официально безработными, имеют право на пособие. Пособие по безработице – это денежные выплаты гражданам, признанным безработными в установленном надлежащем порядке. Согласно Постановлению Правительства «О размерах минимальной и максимальной величины пособия по безработице» установлена на 2017 год его минимальная величина в размере 850 рублей в месяц и максимальная в размере 4900 рублей [7].

С целью создания условий для молодых специалистов, принявших решение, трудоустроиться в сельскохозяйственные организации, Главное управление сельского хозяйства в рамках целевых программ реализует комплекс мероприятий.

Так, например, в долгосрочной целевой программе «Развитие сельского хозяйства Алтайского края» на 2013-2020 годы молодым специалистам предусмотрена социальная выплата:

- для специалистов, имеющих высшее профессиональное образование, – 150 тыс. руб., в том числе в первый год работы – 100 тыс. руб., во второй год работы – 50 тыс. руб.;
- для специалистов, имеющих среднее профессиональное образование, – 60 тыс. руб., в том числе в первый год работы – 40 тыс. рублей, во второй год работы – 20 тыс. руб. [8].

Подводя итоги, нужно отметить, что само понятие «молодой специалист», предполагавшее ранее некий социальный статус гарантировавший трудоустройство после окончания учебного заведения, а также дополнительные трудовые права и социальные гарантии (прием на работу без испытательного срока, без увольнений в течение первых 3 лет, право на льготную очередь при получении жилплощади и т.д.), ушло в прошлое.

Молодой специалист, не сумевший найти работу в течение длительного времени, теряет желание заниматься ее поиском, при этом утрачиваются его профессиональные знания, возникает ощущение незначимости в жизни. Безработная молодежь ходит по улицам сел и городов с разочарованными взглядами на жизнь, без копейки в кармане. Можно сказать: это потерянное поколение, которому также хочется достойно жить, есть и прилично одеваться. Возможно поэтому многие молодые люди, находящиеся в поисках работы, совершают преступления. Все происходящее свидетельствует о том, что существует прямая взаимосвязь между безработицей, кражами и насилием.

Таким образом, мы видим, что проблема трудоустройства молодых людей является достаточно актуальной для современного российского общества. Поэтому необходима целенаправленная работа с молодежью,

направленная на повышение её конкурентоспособности на рынке труда. Содействие занятости молодёжи необходимо осуществлять за счёт реализации государственных программ и посредством целостной работы учреждений трудоустройства молодёжи.

Молодые специалисты – это гордость и надежда любого развитого государства, а если эта «надежда» не имеет соответствующей социальной защищенности, молодежь превращается в одну из наиболее серьезных угроз экономической безопасности и социальной стабильности страны.

Список использованных источников:

1. Алтайская правда // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.ap22.ru/paper/V-Altayskom-krae-snizilsya-uroven-bezrobotitsy-sredimolodezhi.html>.

2. Информационно - аналитический портал Алтайский край // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://doc22.ru/information/povestkadniarinoktruda/8251>.

4. Стали известны самые востребованные профессии в Алтайском крае 2017 г. // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://pospeliha.ru/articles/ekonomika-i-biznes/stali-izvestnyi-samyie-vostrebovannyye-professii-v-altayskom-krae.htm>.

5. Информационный портал Алтайского края по труду и занятости населения // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://trud22.ru/zanyatost/reyt/>.

6. Молодые специалисты не хотят работать в селах Алтайского края // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://myfermer.cloudapp.net/article/molodye-specialisty-ne-hotyat-rabotat-v-selax-altajskogo-kraja>.

7. Постановление Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2016 г. N 1326 // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://rg.ru/2016/12/16/posobie-dok.html>

8. Постановление Администрации Алтайского края от 25.03.2014 № 134 // [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.glavbukh.ru/npd/edoc/81_156290.

ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА МАТЕРИАЛАХ ООО «ЭНЕРГИЯ-ТРАНЗИТ»)

Панюкова Ольга Дмитриевна, студент

*Научный руководитель: Колобова Эльвира Ивановна, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: EIKolobova@fa.ru*

Аннотация: По результатам анализа автором предложен пересмотр финансовых показателей инвестиционной политики ООО «Энергия-Транзит» на 2018 - 2035 годы, дано обоснование её экономического и социального эффекта. Рекомендации автора направлены на оптимизацию стоимости заемных источников и средневзвешенной цены капитала.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, инвестиционная программа, анализ, тариф, эффективность.

Значение электроэнергетики трудно переоценить – это основа всей современной жизни. С 1998 по 2016 год потребление электроэнергии в РФ выросло более чем на 35%. Для удовлетворения возрастающей потребности и обеспечения бесперебойного энергоснабжения необходимы постоянная реконструкция и модернизация системы энергоснабжения, что требует значительного объема инвестиционных ресурсов.

Стимулирование инвестиционной деятельности со стороны государства отражается, например, в Постановлении Правительства РФ от 11.07.2001 № 526 «О реформировании электроэнергетики Российской Федерации», Федеральном законе от 23.11.2009 № 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности» и др. [1].

Исследования «свидетельствуют об отсутствии признаков индустриальной модернизации и низкой инвестиционной активности российских предприятий, вызванной, в первую очередь, недостатком источников финансирования» [2, с. 94]. Привлекать необходимый объем финансовых ресурсов позволяет высокий уровень инвестиционной привлекательности.

Под инвестиционной привлекательностью следует понимать «такое состояние организации, при котором у потенциального собственника капитала возникает желание пойти на определенный риск и обеспечить приток инвестиций в монетарной и (или) немонетарной форме» [3, с. 13].

Оценка инвестиционной привлекательности была проведена на примере ООО «Энергия-Транзит», осуществляющей электроснабжение жилых домов, муниципальных предприятий, производственных и торговых организаций в городе Барнауле. «Энергия-Транзит» является локальным монополистом. Целесообразность анализа инвестиционной привлекательности

ООО «Энергия-Транзит» заключается в том, что для осуществления инвестиционной программы у предприятия существует необходимость в привлечении дополнительных источников.

Инвестиционная привлекательность является многогранной характеристикой организации и зависит от большого количества взаимосвязанных факторов. Оценка инвестиционной привлекательности проведена с помощью многофакторного анализа с различными весовыми коэффициентами. Обобщающий показатель инвестиционной привлекательности по данной модели учитывает весовые коэффициенты свойств первого и второго уровней (таблицы 1, 2).

Таблица 1 – Оценка рыночного положения ООО «Энергия-Транзит»

Показатель	Вес показателя	Нормализованный вес	Оценка показателя	Оценка с учетом веса
Инвестиционный климат региона	9	0,17	3	0,51
Инвестиционная привлекательность отрасли	9	0,17	7	1,19
Географический рынок сбыта	7	0,13	5	0,65
Стадия жизненного цикла	9	0,17	8	1,36
Степень конкуренции	10	0,18	9	1,62
Уровень конкурентоспособности	10	0,18	9	1,62
ИТОГО	54	1,00	41	6,95

Анализ свойств второго уровня по финансовому состоянию показал (таблица 2), что текущая ликвидность организации значительно ниже нормы и за период имеет тенденцию к снижению.

Таблица 2 – Показатели финансового состояния ООО «Энергия-Транзит» за 2014 – 2016 годы и их нормативное значение

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Норма
Коэффициент текущей ликвидности	0,35	0,26	0,21	≥ 2
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	0,19	0,19	0,20	≤ 1
Коэффициент автономии	0,70	0,71	0,69	$\geq 0,5$
Коэффициент оборачиваемости активов	0,27	0,27	0,23	-
Рентабельность продаж, %	10,8	23,2	12,9	≥ 9
Рентабельность собственного капитала, %	0,41	0,30	0,34	-

Рентабельность собственного капитала намного меньше альтернативных источников вложения средств (например, среднерыночные процентные ставки по депозитам для нефинансовых организаций составляли 9,4% в 2015 и 9,8% в 2016 году). Остальные показатели являются оптимальными.

Обобщающий показатель инвестиционной привлекательности ООО «Энергия-Транзит» с учетом равных весовых коэффициентов показателей финансового состояния, рыночного положения и абсолютных показателей деятельности предприятия составит 6,92 балла из 10 возможных.

Оценка инвестиционной программы Общества позволила убедиться в эффективности разработанного проекта. На основе анализа инвестиционной программы, опросов менеджеров организации, Стратегии развития электросетевого комплекса России и условиях принятия исполнительными органами Алтайского края инвестиционных программ были разработаны рекомендации, при внедрении которых чистая приведенная стоимость инвестиционной программы возрастет как во время ее реализации, так и после (рисунок 1). Срок окупаемости сократится примерно на один год. Сумма переплаты по кредитам уменьшится почти на 3 млн рубля.

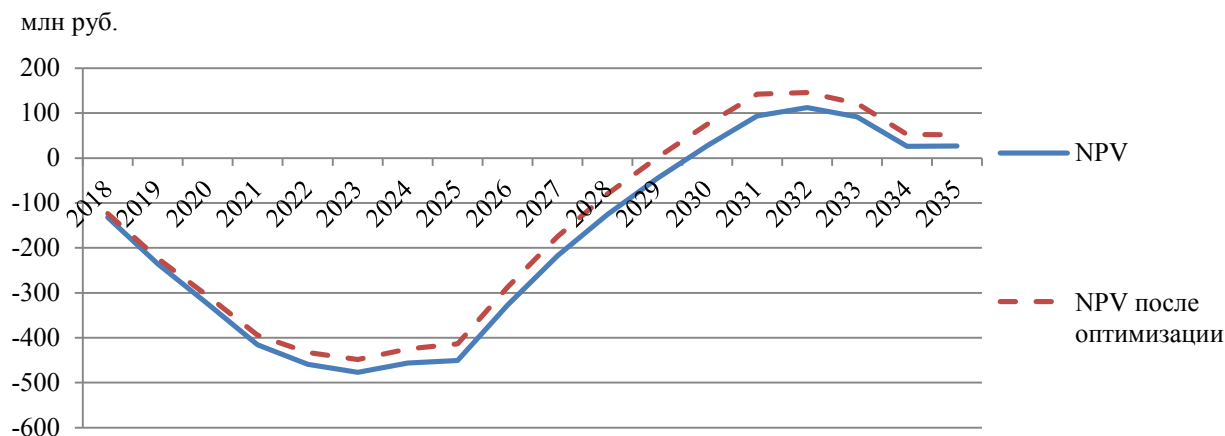


Рисунок 1 – Сравнение динамики чистой приведенной стоимости инвестиционной программы ООО «Энергия-Транзит»

Кроме экономического эффекта разработанные рекомендации несут в себе и социальный эффект. При сохранении технической стороны, инвестиционная нагрузка на тариф по передаче электроэнергии будет снижена.

Инвестиционная составляющая сократится с 7 до 35% за период. В 2018 – 2019 годах уровень инвестиционной части тарифа будет ниже максимально допустимого значения (таблица 3).

Таблица 3 – Оценка изменения инвестиционной составляющей в тарифе по инвестиционной программе ООО «Энергия-Транзит» на 2018-2025 годы после предложенных мероприятий, млн руб.

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.	2025 г.
До оптимизации	9,60	10,56	11,62	12,78	14,06	15,46	5,18	0,00
Максимально допустимый уровень	9,442	9,497	-	-	-	-	-	-
После оптимизации	6,26	8,45	9,53	10,79	11,56	14,45	3,49	0,00
Эффект, %	-34,80	-20,03	-18,00	-15,60	-17,75	-6,56	-32,53	0,00

Таким образом, предложенные рекомендации позволят повысить эффективность инвестиционной программы и снизить нагрузку на тариф по передаче электроэнергии. Инвесторы будут более заинтересованы в инвестировании в ООО «Энергия-Транзит», а исполнительные органы власти –

в утверждении инвестиционной программы как на действующий долгосрочный период регулирования, так и на последующий.

Список использованных источников:

1 Алтайский край [Электрон. ресурс] // Эксперт РА. – Режим доступа: http://raexpert.ru/database/regions/altai_ter/, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения 03.04.2017)

2 Колобова, Э.И. Совершенствование амортизационной политики как фактор роста инвестиционной активности / Э.И. Колобова// Вестник алтайской науки.–2012.–№3-2.–С.93-96.

3 Анализ инвестиционной привлекательности организации: монография / коллектив авторов; под ред. Д.А. Ендовицкого. – М. : КНОРУС, 2016. – 374 с.

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СРЕДСТВ РЕЗЕРВНОГО ФОНДА И ФОНДА НАЦИОНАЛЬНОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ РФ

Позняковская Алина Алексеевна, студент

*Научный руководитель: Баранова Елена Владиславовна, старший преподаватель, Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова, 656000, г. Барнаул, пр-т. Ленина, 46, Россия
E-mail: elenbaranova@yandex.ru*

Аннотация: В исследовании рассматриваются вопросы формирования и управления суверенными фондами РФ в условиях дефицита государственного бюджета России. Проанализирована динамика объема средств фондов, предложены рекомендации по повышению эффективности управления суверенными фондами.

Ключевые слова: Фонд национального благосостояния, Резервный фонд, дополнительные нефтегазовые доходы, бюджет РФ, суверенные фонды.

Вопросы формирования и использования суверенных резервных фондов в последнее время приобрели особую актуальность. Использование средств суверенных фондов зачастую выступает в качестве ключевого механизма обеспечения финансовой стабильности государства. В современных условиях нестабильности российской экономики актуальным является проведение анализа принципов и критериев формирования и использования финансовых резервов государства.

В 2008 году вместо Стабилизационного фонда РФ были образованы Резервный фонд и Фонд национального благосостояния (ФНБ) РФ. Создание Резервного фонда было продиктовано необходимостью обеспечения выполнения государством своих расходных обязательств в ситуации сокращения поступлений нефтегазовых доходов в федеральный бюджет, его отличие от предшествующего Стабилизационного фонда заключается в том, что он формируется не только за счет доходов от добычи и экспорта нефти, но и газа. Сущность фонда проявляется в его основной функции - он должен способствовать сохранению стабильного развития экономики государства путем снижения инфляционного давления и уменьшения зависимости от неравномерности поступлений от вывоза не возобновляемых природных ресурсов [1].

В соответствии со статьей 96.9 Бюджетного кодекса РФ установлена нормативная величина Резервного фонда в абсолютном размере, определенном исходя из 7% ожидаемого на соответствующий финансовый год объема ВВП, который указан в федеральном законе о федеральном бюджете на очередной финансовый год и плановый период [2]. В соответствии с пунктом 3 статьи 96.9 БК РФ Резервный фонд формируется за счет дополнительных нефтегазовых доходов федерального бюджета, если его накопленный объем средств не

достигает величины, определенной выше. При этом установлено, что до 01.02.2020 г. доходы от управления средствами фонда должны использоваться на финансовое обеспечение расходов федерального бюджета [2].

На рисунке 1 приведена динамика объема Резервного фонда. Статистические данные позволяют сделать вывод о разнонаправленной динамике объема средств Резервного фонда: с 2012 года до 2015 года наблюдался рост средств суверенных фондов (СФ), тогда как с 2015 года началось сокращение средств. Объем средств к началу 2017 года существенно снизился – до 972 млрд. рублей.

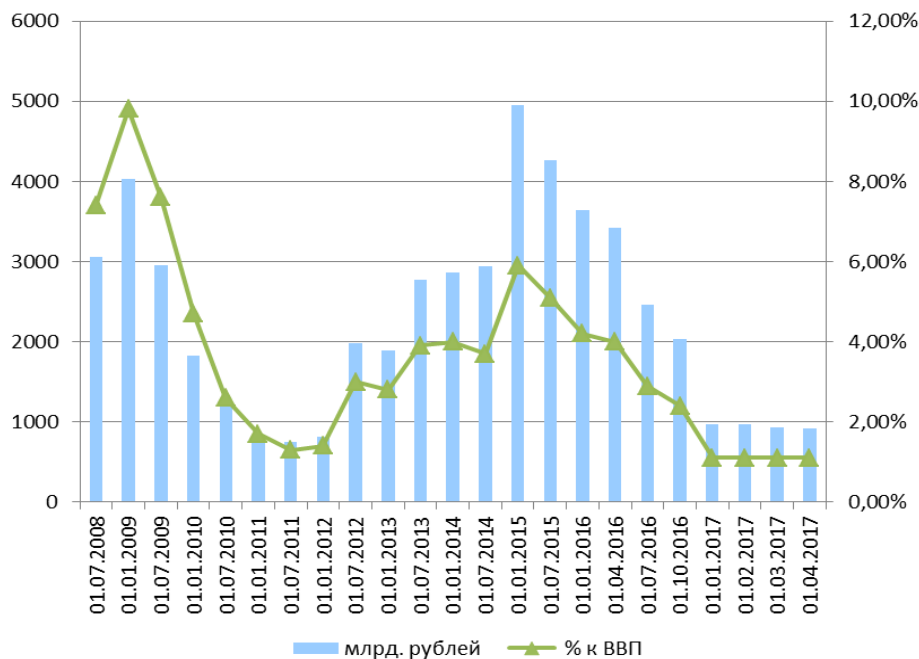


Рисунок 1 – Динамика объема Резервного фонда, млрд. руб. [1]

Таким образом, объем Резервного фонда на 01.01.2017 г. составил 972,13 млрд руб. и сократился по сравнению с началом 2016 г. на 73,3%, в том числе на 58,7% за счет использования средств фонда на финансирование дефицита федерального бюджета в сумме 2,14 трлн руб. и на 14,6% за счет отрицательной курсовой разницы в размере 531,5 млрд руб.

В соответствии со статьей 96.10 БК РФ ФНБ формируется в целях обеспечения софинансирования добровольных пенсионных накоплений граждан России и покрытия дефицита бюджета ПФ РФ [2].

Начиная с февраля 2016 г. объем средств Фонда национального благосостояния России в рублевом эквиваленте также начал снижаться с 5348,66 млрд. руб. до 4 134,27 млрд. руб. к апрелю 2017 года (рисунок 2).

Совокупный объем ФНБ на начало 2017 года составил 4,36 трлн руб., его размер снизился по отношению к январю 2016 г. на 16,6%, в основном за счет отрицательной курсовой разницы.

Доходность размещения средств Резервного фонда и ФНБ на счетах в иностранной валюте в Банке России постепенно снижается: в 2013 г. – 1,91%

годовых по Резервному фонду и 1,9% по ФНБ; 2014 г. – 1,75% и 1,74% годовых соответственно; 2015 г. – 1,59% и 1,58%; 2016 г. – 1,49 % и 1,48 % [1].

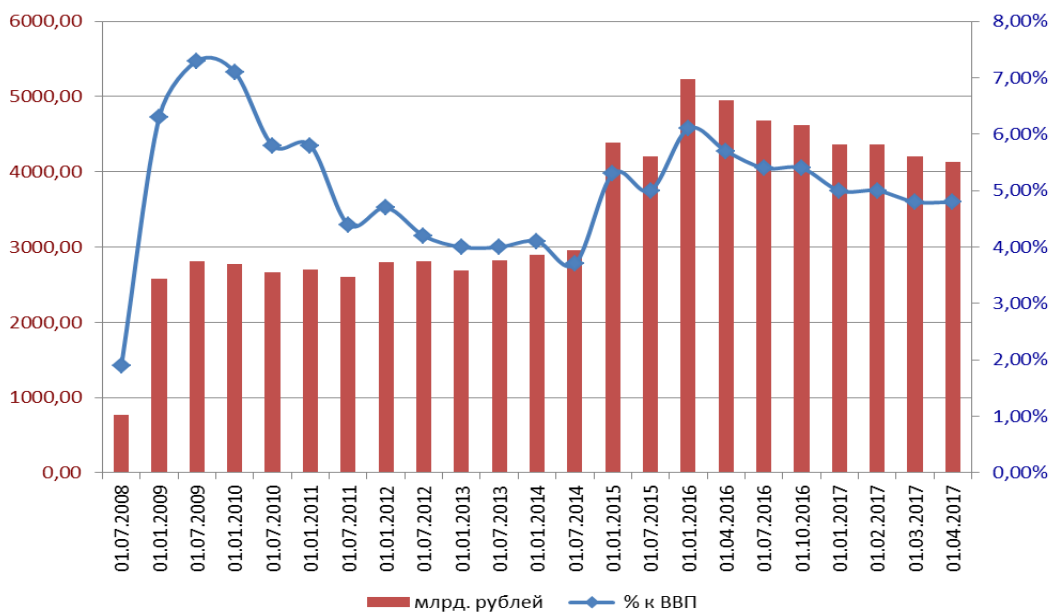


Рисунок 2 – Объем средств Фонда национального благосостояния РФ [1]

Доходность размещения средств ФНБ в ценные бумаги российских эмитентов, имеющие отношение к реализации самокупаемых инфраструктурных проектов, на депозиты и субординированные депозиты в кредитных организациях, а также в привилегированные акции кредитных организаций остается низкой. В 2016 г. она составила 26,6 млрд. руб., или 3,2% общего объема средств ФНБ, размещенных в указанные активы. На 01.01.2017 г. инициаторами проектов на их реализацию было использовано 404,3 млрд. руб., или 87,3% средств ФНБ, размещенных в финансовые активы, связанные с реализацией самокупаемых инфраструктурных проектов (463,2 млрд руб.).

Основные слабые места при реализации инфраструктурных проектов: несоблюдение сроков реализации мероприятий, предусмотренных паспортом инвестиционного проекта, низкий уровень выполнения строительных работ, несоблюдение сроков проведения конкурсных процедур, нарушение подрядчиками договорных обязательств по поставкам оборудования и выполнению работ и пр. (проект «Центральная кольцевая автомобильная дорога (Московская область)», инфраструктурный проект «Строительство «интеллектуальных сетей», проект «Модернизация железнодорожной инфраструктуры Байкало-Амурской и Транссибирской железнодорожных магистралей с развитием пропускных и провозных способностей»). Также отметим недофинансирование отдельных инфраструктурных проектов за счет иных источников, предусмотренных паспортами инвестиционных проектов, в том числе заемного финансирования, предоставленного кредитными организациями инициаторам проектов, собственных средств последних и

средств прочих участников проектов, что увеличивает риски для средств ФНБ в текущей структуре финансирования проектов.

Таким образом, максимально не используются механизмы государственно-частного партнерства, и риски в большей степени ложатся на государство, а фактическая реализация отдельных инфраструктурных проектов свидетельствует о неэффективном использовании размещенных средств ФНБ.

В законе о федеральном бюджете на 2017 год и плановый период 2018-2019 годов предложено изменение структуры финансирования его дефицита. В 2016 г. и 2017 г. более 65% дефицита покрывалось и планируется покрывать средствами суверенных фондов, в 2018 г. - в то время как в 2017 году на эти источники приходится 66%, в 2018 г.- около 58%, в 2019 – около 12% (рисунок 3). При этом наибольшую долю в структуре источников финансирования предлагается возложить на государственные ценные бумаги с учетом исчерпания средств Резервного фонда.

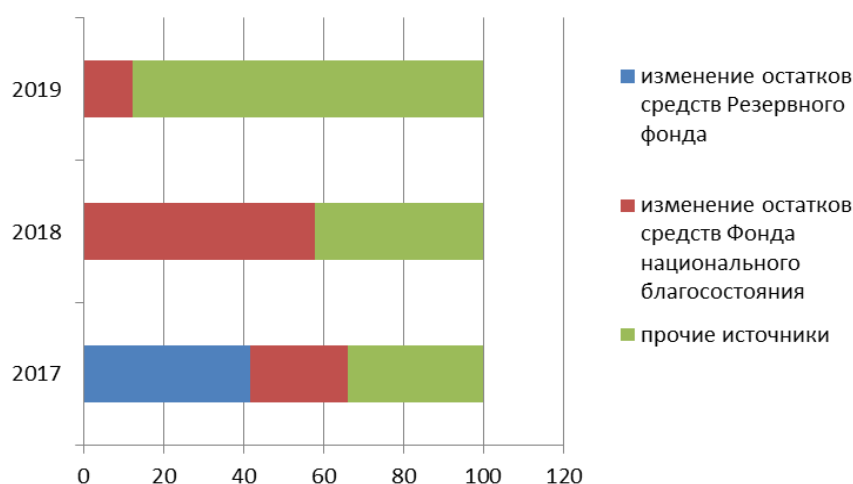


Рисунок 3 – Динамика соотношения источников финансирования дефицита федерального бюджета в 2017 г. и в плановом периоде 2018-2019 гг. [1]

На фоне этого в январе 2017 правительство объявило, что дополнительные нефтегазовые доходы, которые могут превысить 1 трлн рублей, будут направляться на уменьшение объемов использования средств Резервного фонда и ФНБ. Следует отметить, что за апрель 2017 года Резервный фонд РФ вырос на 2%, до 931,25 млрд руб. (в долларовом эквиваленте возрос на 0,9%, достигнув величины 16,34 млрд. долларов), а ФНБ увеличился на 1,4%, до 4,193 трлн руб.[1].

Для того, чтобы оценить эффективность управления и использования средств суверенных фондов, исследователи предлагают использовать критерии прозрачности фондов, к которым можно отнести индекс прозрачности Линабурга-Мадуэлла. Согласно статистическим данным, опубликованным Институтом исследования суверенных фондов, российские суверенные фонды имеют значение данного индекса, равное 5, в то время как максимальное его значение – 10. Россия разделяет позицию с Китаем, уступая при этом Норвегии,

США, Канаде, Бразилии и Сингапуру [3]. Низкое значение данного индекса свидетельствует о том, что средства суверенных фондов РФ недостаточно прозрачны, что снижает инвестиционную привлекательность проектов.

Повысить степень прозрачности деятельности суверенных фондов и, следовательно, эффективность управления ими можно с помощью определённых мероприятий. Во-первых, необходимо снизить зависимость федерального бюджета от конъюнктуры сырьевых рынков, для этого возможно проведение антициклической бюджетной политики. Во-вторых, необходимо более четко сформулировать стратегические цели и задачи суверенных фондов. В-третьих, рекомендуется регулярная публикация Министерством финансов РФ детальных данных о результатах управления суверенными фондами, о риск-параметрах их инвестиций и др. И, наконец, государству необходима разработка долгосрочной инвестиционной стратегии указанных фондов, обеспечивающую, с одной стороны, соответствие целей реализуемых инвестиционных проектов более глобальным макроэкономическим целям и текущей ситуации на финансовом рынке; с другой стороны, разумный баланс между поставленными в стратегии задачами и сроками их осуществления при учете ресурсного потенциала фондов и возникающих рисков [4].

Список использованных источников:

1. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Электронные данные. – Москва, 2017. – Режим доступа: <http://minfin.ru/ru/performance/> – Загл. с экрана.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 28.03.2017)
3. Sovereign Wealth Fund Institute. [Электронный ресурс]: официальный сайт. – Электронные данные. – Лас Вегас, 2017. – Режим доступа: <http://www.swfinstitute.org/> – Загл. с экрана.
4. Васин, Е.А. Повышение эффективности управления суверенными фондами в Российской Федерации : автореферат дис. ... кандидата экономических наук : 08.00.10 / Е.А. Васин. - Москва, 2015. - 26 с.

ВЛИЯНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Яремчук Наталья Юрьевна, магистрант

*Научный руководитель: Богданова Марина Михайловна, кандидат
экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве
РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: yaremchuk.n@bk.ru*

Аннотация: Управленческий учет как важнейший компонент системы бухгалтерского учета решает задачи, связанные с формированием себестоимости продукции, контролем над расходом ресурсов организации, определением конечного финансового результата деятельности компании.

Ключевые слова: управленческий учет, финансовый учет, принципы финансового учета, задачи и принципы управленческого учета.

К середине XX века бухгалтерский учет перестает быть только формой счетоводства и хранения документации. С появлением вычислительной техники, персональных компьютеров возможности бухгалтерской службы расширяются, она занимается не только учетом, но и участвует в планировании деятельности организации, принятии управленческих решений и контроле за их выполнении.

В условиях рыночной экономики большинством специалистов бухгалтерский учет рассматривается как информационная система, которая обеспечивает пользователей информацией, необходимой для принятия управленческих решений.

В структуре бухгалтерского учета выделяют две составные части (подсистемы учета):

- финансовый учет;
- управленческий учет.

Финансовый учет охватывает информацию, которая, помимо использования ее внутри предприятия руководством, учредителями, участниками и собственниками имущества организации, передается также и внешним пользователям – инвесторам, кредиторам, территориальным органам статистики, банкам, налоговой инспекции и другим пользователям бухгалтерской отчетности.

Финансовый учет строится на следующих основополагающих принципах:

– Ведение учета должно осуществляться на базе Международных и Российских стандартах учета и отчетности.

– Одним из основных принципов финансового учета является применение метода двойной записи.

– Финансовый учет и составление финансовой отчетности осуществляются в денежном выражении.

– Основным способом представления пользователям вне предприятия информации, собранной и обработанной в системном бухгалтерском учете, является внешняя отчетность общего назначения.

– Бухгалтерская информация, приводимая в финансовых отчетах, должна быть полной и содержать максимум того, что необходимо пользователю информации.

– Важным принципом финансового учета и отчетности является возможность анализа финансового состояния предприятия. Он предполагает выявление ликвидности активов баланса, определение наличия производственных запасов и других материальных ценностей

– Организация учета инфляции (под учетом инфляции предполагается изменение цен предприятия, согласно приводимым в печати индексам цен, должны определять действительную стоимость материальных и иных ценностей).

Таким образом, финансовый учет нормативно регулируется, информация представляется потребителям в унифицированном виде согласно формам бухгалтерской отчетности, утверждаемым Министерством финансов Российской Федерации. Информация финансового учета носит открытый и ретроспективный характер и представляется в сопоставимых числовых показателях в денежном измерении.

Управленческий учет - это интегрированная система учета затрат и доходов, нормирования, планирования, контроля и анализа, которая систематизирует информацию для оперативных управленческих решений и координации проблем будущего развития предприятия.

Управленческий учет является составной частью системы управления предприятием. Он призван обеспечить формирование информации для:

– контроля экономичности текущей деятельности организации;

– планирования будущей стратегии и тактики осуществления коммерческой деятельности, оптимизации использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации;

– измерения и оценки эффективности хозяйствования, выявления степени рентабельности отдельных видов продукции, работ, услуг, секторов и сегментов рынка;

– корректировки управляющих воздействий на ход производства и реализации продукции, товаров и услуг, уменьшения субъективности в процессе принятия решений на всех уровнях управления.

Исходя из этого, главными принципами управленческого учета являются ориентация на достижение поставленной цели предпринимательства, необходимость обеспечения альтернативных вариантов решения поставленной задачи, участие в выборе оптимального варианта и в расчетах нормативных параметров его исполнения, ориентация на выявление отклонений от заданных параметров исполнения, интерпретация выявленных отклонений и их анализ.

Влияние управленческого учета на эффективность деятельности организации обусловлено его задачами и принципами.

Основные задачи управленческого учета:

- своевременное, полное и достоверное отражение фактических затрат на производство и реализацию продукции;
- исчисление показателей себестоимости продукции (плановых, нормативных, фактических);
- контроль за экономным и рациональным использованием материальных, трудовых и финансовых ресурсов;
- получение оценочных данных по различным моделям хозяйствования;
- определение финансовых результатов деятельности структурных подразделений.

На основе данных управленческого учета принимаются управленческие решения о внедрении современной техники и технологии, применении новых форм организации труда, выявлении резервов экономии материальных и трудовых ресурсов с целью снижения себестоимости и увеличения рентабельности.

В зависимости от выполняемых задач можно выделить три основных направления управленческого учета:

1) *Учет затрат на производство и калькуляция себестоимости продукции (работ, услуг).* В рамках данного направления производится системный сбор информации о совершенных затратах на производство, накопленные затраты группируются и распределяются по видам производимой продукции (работ, услуг), после чего калькулируется себестоимость продукции (работ, услуг), определяется эффективность производства.

2) *Учет финансовых результатов по центрам ответственности.* В рамках данного направления осуществляется управленческий контроль над структурными подразделениями организации, производящими некоторую продукцию (работы, услуги) и несущими затраты, определяется эффективность продаж по видам продукции (работ, услуг).

3) *Дифференцированный учет.* В рамках данного направления производится оценка конкретных моделей хозяйствования, прогнозируются показатели будущих периодов для ответа на вопрос, какая из моделей хозяйствования будет лучшей.

Данные управленческого учета предназначены для внутренних пользователей: руководителей организации, бухгалтерии, а также плановых, производственных и прочих служб организации.

Управленческий учет и финансовый учет взаимно дополняют друг друга: данные управленческого учета о производственных затратах и себестоимости продукции используются в финансовом учете при оценке незавершенного производства, готовой продукции и себестоимости реализации.

Управленческий учет характеризуется:

1) отсутствием стандартизации – способы и формы ведения управленческого учета не ограничены нормативным регулированием; формы представления отчетных данных могут быть любыми;

2) конфиденциальностью – информация управленческого учета предназначена исключительно для внутреннего потребления;

3) плановым характером – управленческий учет призван давать прогнозы по различным аспектам деятельности организации (объему реализации, эксплуатационным расходам, расходам на персонал и пр.);

4) измерением показателей, как в денежном, так и в натурально-вещественном выражении, например, измерение количества производственных запасов в штуках, погонных метрах, тоннах и т.д.

5) актуальностью предоставленной информации (за счет использования приблизительных оценок, неполного набора данных). Оперативная отчетность составляется на основе данных оперативного учета и содержит сведения по основным показателям за короткие промежутки времени;

6) гибко определяемой, индивидуальной периодичностью отчетов;

7) расширенным составом объектов учета – в качестве объектов учета могут выступать отдельные изделия, виды деятельности, центры ответственности.

Таким образом, подводя итоги, можно сказать, что управленческий учет представляет собой систему учета, планирования, контроля, анализа доходов, расходов и результатов хозяйственной деятельности в необходимых аналитических разрезах, оперативного принятия различных управленческих решений в целях оптимизации финансовых результатов деятельности предприятия в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Список использованных источников:

1. Концепция развития бухгалтерского учета и отчетности в Российской Федерации на среднесрочную перспективу [Электронный ресурс] // Режим доступа – URL: <http://www.consultant.ru>.

2. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс] // Режим доступа – URL: <http://www.cfin.ru/vernikov/kias/consulting.shtml>.

СЕКЦИЯ 1

Научные творческие проекты молодых исследователей

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ

*Васильева Дарья Евгеньевна, Воронина Юлия Сергеевна, Елисеева Мария Александровна, Петухова Полина Владимировна, студенты
Коляда Николай Иванович, кандидат экономических наук, доцент,
Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал,
656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: NIKolyada@fa.ru*

Аннотация: В данной работе предложены варианты совершенствование денежно-кредитной политики страны. Показаны механизмы, которые будут стимулировать переход к более благоприятным макроэкономическим параметрам.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика (ДКП), таргетирование инфляции, валютный курс, денежная масса, ключевая ставка, инфляция, эмиссия, вывоз капитала, иностранный сектор, экономический рост.

Денежно-кредитная политика основывается на теоретических представлениях экономистов о влиянии денег на цены, экономический рост, занятость и платежный баланс. Проводником денежно-кредитной политики выступает центральный банк. Вид денежно-кредитной политики зависит от ситуации в стране. Если экономика переживает спад или депрессию, то проводится гибкая политика, предполагающая снижение ставки процента и рост предложения денег. В период усиления инфляции проводится жёсткая монетарная политика, направленная на сокращение совокупных расходов и совокупного спроса. В этом случае центральный банк увеличивает норму обязательных резервов и ключевую ставку снижая денежное предложение.

Поэтому, при неблагоприятных внешних условиях для ведения бизнеса в последние 3 года, Центробанк должен был снизить ставку рефинансирования и увеличить денежное предложение, а не сконцентрировать свою деятельность на инфляционном таргетировании, которое ведёт к росту процентных ставок и ограничению инвестиционной активности.

Однако, в 2014 году ЦБ РФ не отменил переход к плавающему валютному курсу и таргетированию, чем спровоцировал дополнительные инфляционные ожидания и спрос на валюту. Это привело к созданию благоприятных условий для реализации избыточных золото - валютных резервов на внутреннем рынке по завышенным ценам. Причём переход к плавающему валютному курсу оказался досрочным и совпал по времени с окончанием третьего этапа политики количественного смягчения в США, когда ФРС особенно нуждалась в реализации эмитированной наличности. [1] Таким образом, экономические интересы ФРС, Банка России, а также сырьевых монополий нашей страны совпали с политикой наказания России за независимый внешнеполитический курс. Более того, снижение валютного курса

рубля было выгодно и Министерству финансов, располагающего «подушкой безопасности» в виде Резервного фонда и Фонда национального благосостояния номинированных, по большей части, в валютных активах.

Снижение курса национальной денежной единицы приводит к росту величины экспорта в товарном выражении и снижению финансовой выручки в первые год-полтора после девальвации. Поэтому, по итогам 2016 г., положительное сальдо текущего счета платежного баланса России составило \$22,2 млрд. - втрое ниже уровня 2015 г. (\$69,0 млрд). [2] Таким образом, от девальвации выигрывают иностранный сектор и экспортёры данной страны. Переход значительной денежной массы в валютные активы привёл к дефициту рублёвых средств и резкому росту их цены, что и подтвердило увеличение ставки рефинансирования Центробанком. Сокращение дохода домохозяйств и спроса на заёмные средства сузило внутренний рынок и стимулировало вывоз капитала за рубеж в размере около 210 млрд. долларов за 2014-2015 года. [1] А последующее снижение вывоза эксперты связывают с общим снижением финансовой активности и стагнацией экономики.

В то же время, снижая курс рубля, ЦБ РФ простимулировал инфляцию издержек и создал инфляцию спроса с которой обязан был бороться. В теории, основные условия для реализации инфляционного регулирования - это размеры прироста денежной массы и ВВП, отсутствие колебаний валютного курса, положительное сальдо платёжного баланса, развитая финансовая система. На рисунке представлено сравнение темпов прироста денежной массы и инфляции, которые опровергают тезис Центробанка об опасности увеличения инфляции при рублёвой эмиссии. [3]

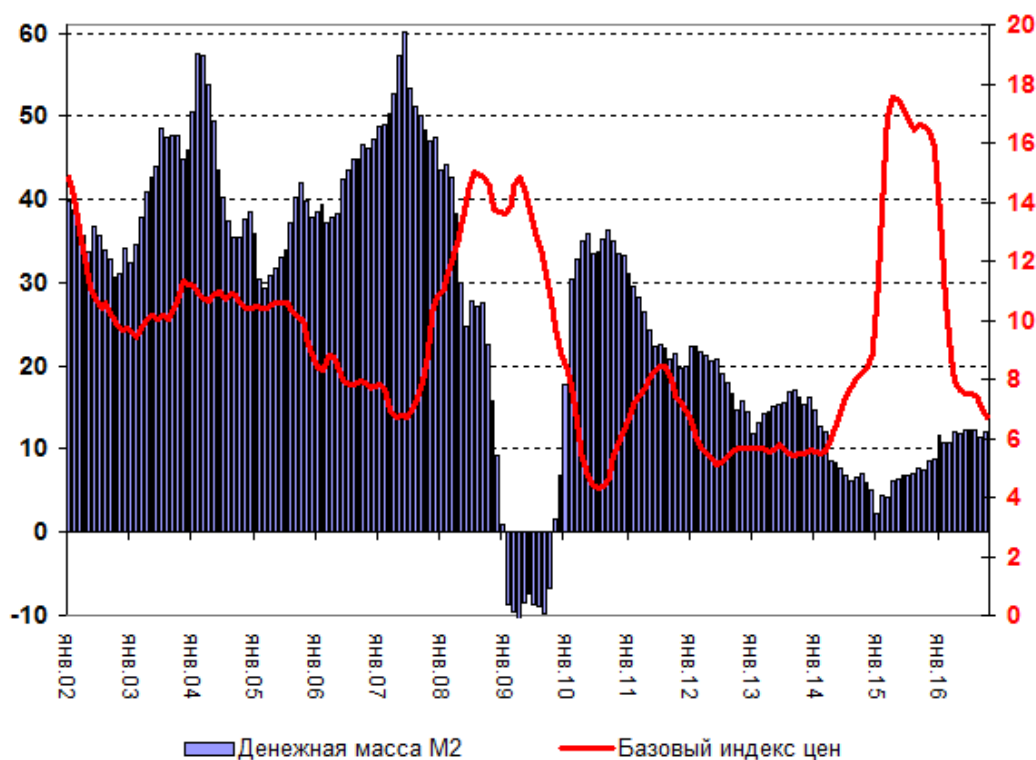


Рисунок 1 – Показатели прироста денежного агрегата M2 и базового индекса инфляции в % к соответствующему периоду предыдущего года [3]

В то же время, на основе сравнения темпов прироста денежной массы и ВВП можно сказать, что между ними существует прямая взаимосвязь. По нашим расчетам, в 2002-2007 годах, реальная денежная масса выросла почти в 4 раза, а рост ВВП нашей страны в долларовом эквиваленте в 3,76 раза. За последние 6 лет, наибольший прирост денежной массы в номинальном выражении произошел в 2011 году и составил 31 %. С 2013 года мы видим снижение прироста до 12 %, а в 2015 г. он составил всего 2,2 % в номинальном выражении, то есть, в 2014-2015 годах в реальном выражении динамика роста денежной массы была отрицательной, что недопустимо с точки зрения современной науки. Таким образом, ДКП Центробанка с 2013 года была не только направлена на снижение темпов ВВП, но и создала кризис 2015 года. [1] В современных условиях, при необходимости резкого роста инвестиций, концентрация усилий Банка России на одной лишь инфляции без учёта других показателей ведёт только к снижению экономического роста и стагнации.

В итоге, к проблемам денежно - кредитной политики мы можем отнести:

- 1) заинтересованность монетарных властей в снижении курса национальной валюты;
- 2) ориентацию на интересы иностранного сектора в ущерб доходам основной части национальных потребителей и бизнеса;
- 3) законодательно установленные цели ДКП, в которых экономический рост как цель отсутствует.

Совершенствование денежно-кредитной политики ЦБ РФ должно состоять в её ориентации на интересы российских фирм и домохозяйств, созданию условий, способствующих развитию внутренних инвестиций. Для этого необходимо снизить ключевую ставку и увеличить денежное предложение. Рост реальной денежной массы должен быть не менее 5% в год. Также необходимо перейти к фиксированному или регулируемому валютному курсу и установить преграды к вывозу капитала из страны. Незачем привлекать внешних инвесторов, когда свой бизнес бежит из страны.

Таким образом, переход к внутренним денежным механизмам роста, повышение уровня монетизации экономики, отказ от инфляционного таргетирования и свободного плавания рубля будут стимулировать переход к более благоприятным макроэкономическим параметрам.

Список использованных источников:

- 1 Современная денежно-кредитная политика: учебное пособие / Н.И. Коляда. – Барнаул: Концепт, 2016. – 54 с.
- 2 Статистический бюллетень Банка России [Электронный ресурс] //Банк России – 2016. - №10. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/publ/BBS/Bbs1510r.pdf>. – (Дата обращения 15.05.2017).

3 Центральный банк РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http // www.cbr.ru/](http://www.cbr.ru/).

РИСКИ: СУЩНОСТЬ И НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

*Хачатрян Гаянэ Араиковна, Коротеева Маргарита Андреевна,
Юшко Татьяна Васильевна, студенты*
*Глубокова Людмила Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент,
Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал,
656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия*
E-mail: LGGlubokova@fa.ru

Аннотация: В статье представлены основные результаты научно-исследовательской работы, определено понятие риска, выявлены его основные черты и функции, проанализировано их нормативно-правовое регулирование в российском и международном законодательстве.

Ключевые слова: риски, виды рисков, кредитный риск, МСФО, риск ликвидности, нормативно-правовое регулирование, рыночный риск.

В условиях рыночной экономики организации взаимодействуют с поставщиками, подрядчиками, покупателями, органами власти, и прочими субъектами, в процессе чего между ними возникают финансовые отношения. Их взаимодействие обеспечивается представлением финансовой отчетности пользователям. Бухгалтерская (финансовая) отчетность – это основной источник сведений о финансово-хозяйственной деятельности организации, но ее показателям присуща неопределенность. В связи со значимостью бухгалтерской отчетности организации в ее взаимоотношениях с различными рыночными агентами необходимо эффективное нормативное регулирование рисков.

Риск – сложное явление, имеющее большое количество различных определений. Но в общем виде под риском подразумевается возможность возникновения события, при котором организация, принявшая решение, необходимое для достижения поставленной цели, может понести дополнительные расходы либо получит доходы ниже прогнозных [4].

К основным характеристикам риска относят: экономическую природу риска (риск проявляется в сфере экономической деятельности организации); объективность проявления (риск избежать невозможно, но можно понизить его до приемлемого уровня); вероятность риска; субъективность оценки (вероятность риска и величина потерь или выгод оценивается человеком на основании профессионального суждения); возможность потерь или получения выгод; неопределенность результата; изменчивость риска (риск изменяется под воздействием различных факторов) [5, стр. 12].

Можно выделить две основные функции риска: стимулирующую и защитную. Стимулирующая функция заключается в том, что риск играет роль катализатора, особенно при решении инвестиционных задач. Смысл защитной

функции – в том, что человек стихийно ищет средства защиты от возможных негативных последствий. На практике это выражается в страховании предпринимательских рисков, создании резервов. Также она предполагает внедрение в законодательство категорий правомерности риска.

Шапкин А. С. приводит классификацию рисков, которая представлена на рисунке [7, стр. 11].



Рисунок 1 – Классификация рисков

Вопросы, связанные с учетом и отражением в отчетности информации о рисках, в законодательстве РФ освещены недостаточно.

В России формирование и отражение в финансовой отчетности информации об активах и обязательствах предприятия осуществляется согласно нормативным правовым актам по бухгалтерскому учету. При этом в ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» указано, что, если в процессе составления бухгалтерской отчетности организация выявляет недостаточность данных для формирования полного представления о финансовом положении организации и его изменении, результатах ее деятельности, тогда в бухгалтерскую отчетность добавляются дополнительные показатели и пояснения [2]. Исходя из этого, в бухгалтерской отчетности подлежат раскрытию показатели и пояснения о потенциально значимых рисках, которым подвержена организация. Для этого необходимо опираться на обобщение практики применения законодательства, разработанным Департаментом регулирования государственного финансового контроля, аудиторской деятельности, бухгалтерского учета и отчетности Минфин России «О раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности» [1]. Согласно этому нормативно-правовому акту риски группируются по видам: финансовые, репутационные, страновые и региональные, правовые, др. В бухгалтерской отчетности по каждому из видов рисков раскрывается информация о таких характеристиках деятельности организации, как: механизм управления рисками; концентрация риска; изменения в сравнении с предыдущим годом; подверженность рискам и причинах возникновения данных рисков.

Информация о финансовых рисках раскрывается группировкой на рыночные, кредитные риски и риски ликвидности.

При представлении информации о рисках необходимо учитывать требования Международных стандартов.

В соответствии с п. 125 МСФО (IAS) 1 организация должна предоставлять информацию об источниках неопределенности, которая связана с расчетными оценками по данным на конец отчетного периода, которые содержат риск того, что в последующем финансовом году будет необходима значительная корректировка балансовой стоимости активов и обязательств [3].

Другие МСФО требуют раскрытия информации о некоторых допущениях, которые в другом случае необходимо было бы раскрыть в соответствии с пунктом 125 МСФО (IAS) 1. Таким образом, риск – это деятельность, которая связана с преодолением неопределенности, в процессе которой существует возможность оценить вероятность достижения предполагаемого результата, неудачи и отклонения от цели. В российском законодательстве пока не разработаны стандарты по раскрытию информации о рисках хозяйственной деятельности организаций. Однако с 2012 г. в РФ признаны МСФО, на основе которых Министерством финансов РФ было разработано требование к раскрытию в бухгалтерской отчетности информации о рисках.

Список использованных источников:

1. Информация Министерства финансов РФ № ПЗ-9/2012 «О раскрытии информации о рисках хозяйственной деятельности организации в годовой бухгалтерской отчетности» (ред. от 14.09.2012) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>

2. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99)» (ред. от 08.11.2010) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>;

3. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» (введен в действие на территории РФ Приказом Минфина России от 28.12.2015 N 217н) (ред. от 27.06.2016) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>;

4. Пташкина Е.С. Влияние рисков хозяйственной деятельности на показатели бухгалтерской отчетности организации / Е.С. Пташкина. // Российское предпринимательство. – 2013. – № 19 (241). – 54-58 стр.

5. Санникова, И. Н. Риски реального сектора экономики в контексте экономической безопасности региона: монография / И. Н. Санникова, Т.А. Рудакова и др. – Барнаул : Изд-во Алт. Ун-та, 2015. – 186 с.

6. Сигидов, Ю. И. Влияние рисков на показатели бухгалтерской финансовой отчетности / Ю. И. Сигидов, Е. А. Щеткина. // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2016. – № 119. – 1-12 с.

7. Шапкин, А.С. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций / А.С. Шапкин, В. А. Шапкин. – М. : Дашков и К°, 2012. – 514 с.

СЕКЦИЯ 2

Социально- экономические проблемы развития страны и регионов

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Арутюнян Виктория Ашотовна, студент

*Научный руководитель: Широкова Ольга Вячеславовна, кандидат экономических наук, Финансовый университет при Правительстве РФ, Липецкий филиал, 398050, г. Липецк, ул. Интернациональная, 12б, Россия
e-mail: shirokova-ov@mail.ru*

Аннотация: В данной статье отмечены направления развития туристского потенциала регионов Российской Федерации на фоне экономической нестабильности и осложнения геополитических отношений. Определены основные факторы, оказавшие влияние на развитие туристического потенциала регионов Российской Федерации. Предложены наиболее вероятные пути решения выявленных проблем и повышения привлекательности ряда регионов Российской Федерации для туристов из разных городов и стран.

Ключевые слова: туризм, регионы, экономическое развитие, туристский потенциал, инфраструктура.

Под туристским потенциалом традиционно понимается совокупность природных, социально-экономических, культурно-исторических предпосылок для организации на какой-либо территории туристской деятельности. Туристский потенциал территории включает в себя три вида ресурсов: природные (флора, фауна, климат, вода, воздух, условия для лечения), культурно-исторические (материальные, духовные) и социально-экономические (рабочая сила, информационное обеспечение, аппарат управления, финансы). Туристская инфраструктура – это средства размещения, питания, транспорта, досуга и отдыха. Но наличие всего вышеперечисленного либо одной группы ресурсов не является гарантией того, что регион окажется популярным среди туристов. Эксперты сходятся во мнении, что условием успешного развития туристского потенциала территории можно считать наличие уникальных мест и объектов, интересных разным категориям граждан. Именно этот фактор в последнее время определяет степень привлекательности региона для туристов. Людей нужно удивлять, показывать им что-то необычное. Не менее важно обеспечить достойные условия проживания – такие, чтобы в уже знакомый город захотелось вернуться ещё не раз. Предпочтения и пожелания потребителей услуг, однако, быстро меняются, поэтому при выборе стратегии повышения привлекательности объекта для туристов нельзя останавливаться на каком-то одном направлении. Следует учитывать все ресурсы в комплексе и составить такую комбинацию, подобных которой не найти в других городах.

Проблема поиска новых средств развития туристического потенциала становится более актуальной для Российской Федерации в связи с ростом спроса на услуги туристического бизнеса. По данным Росстата, в сентябре 2016 года впервые было зафиксировано превышение количества граждан РФ, которые провели отдых внутри страны, над численностью тех, кто предпочёл заграничные курорты. Самыми популярными направлениями стали Крым (более 3 миллионов человек за лето, что на 25% выше, чем в 2015 году) и Краснодарский край (+12%). Рост спроса на бюджетные варианты отдыха вызван ослаблением рубля и, как следствие, снижением реальных доходов населения [1]. Не менее значимый фактор – обострение политических отношений (Турция, Египет). Поэтому регионы России активно включились в процесс привлечения туристов – момент для этого самый благоприятный. На высшем уровне также были приняты соответствующие меры. К примеру, в апреле 2017 года премьер-министр РФ Д.А. Медведев утвердил список стран, граждане которых могут приезжать на российский Дальний Восток без виз. Предпринимателям и туристам из Японии, Турции, Индии, Ирана и ряда других государств достаточно будет ввести свои данные на сайте. Представители власти считают, что введение этой системы позволит повысить не только туристическую, но и инвестиционную привлекательность Дальнего Востока. В 2018 году планируется ввести электронные визы для иностранцев, планирующих посетить Калининградскую область. Инфраструктура названных регионов уже сегодня находится на высоком уровне, но требует решения транспортная проблема. Власти хотят превратить недостаток в достоинство – местоположение Калининградской области и городов Дальнего Востока является благоприятным в первую очередь для гостей из-за рубежа. Рост туристического потока в эти регионы призваны обеспечить такие меры, как разработка новых маршрутов в сфере экологического, делового и событийного туризма и введение единой интернет-площадки, на которой желающие могли бы получить исчерпывающую информацию о поездках.

Электронные визы предлагают ввести и в Санкт-Петербурге, который ежегодно посещает более семи миллионов человек. Туристский потенциал Ленинградской области был презентован на выставке «Ворота Севера» в рамках межрегионального проекта «Серебряное ожерелье России». Разработчики проекта придумывают нестандартные экскурсии – по фортификационным сооружениям области, по древнейшим монастырям и святыням. Каждый маршрут соединён с каким-либо регионом: Вологодской, Псковской, Архангельской областями, Республикой Карелия. Это необходимо, чтобы сделать привлекательными для туристов новые направления. Например, Вологодчина, которая считается «душой русского Севера», в 2016 году уже установила абсолютный рекорд по привлечению туристов. Историю и культуру региона ещё предстоит открыть тем гражданам, которые захотят принять участие в проекте.

Развитие туристского потенциала старейших городов страны требует решения проблем, связанных в первую очередь с инфраструктурой. До Великого Новгорода, к примеру, трудно добраться из Москвы. Качество дорог

оставляет желать лучшего. Из-за неразвитости инфраструктуры туристы не задерживаются в регионе больше, чем на пару-тройку дней. Власти планируют стимулировать любителей истории за счёт льгот (возврат налогов – tax free). Другой эффективной мерой может стать стимулирование интереса к народным промыслам [2].

Казань – «третья столица России» - обладает культурным и историческим потенциалом, достаточным для того, чтобы турпоток ежегодно становился интенсивнее. Президент Республики Татарстан Р. Минниханов считает, что в условиях кризиса операторы должны ориентироваться на внутренний туризм. В соответствии с этой стратегией власти предлагают маршруты, которые включают посещение значимых религиозных памятников, знакомство с исламскими традициями, бытом мусульман, национальной кухней. Подобные мероприятия проводятся в Чеченской Республике. Эти меры рассчитаны на привлечение в регионы туристов из государств Юго-Восточной Азии, а также россиян, которые интересуются культурой народов мира и изучают особенности религиозных течений.

Наконец, на многих территориях развитие туристского потенциала осуществляется в разных направлениях, а власти стремятся избавиться от стереотипов. Примером может служить опыт Липецкой области. Липецк вошёл в историю как город металлургов и курорт минеральных вод, Елец – как город мастеров... Другие малые города туристы зачастую незаслуженно обходили вниманием. Но сегодня регион делает ставку на действующие программы, по которым можно путешествовать в любое время года (экскурсии в старинные усадьбы, на ярмарки, клубы исторической реконструкции). Поездки на фестивали в перспективе станут альтернативой традиционным маршрутам, а гастрономические туры – мероприятием, способствующим инвестированию в производство отечественной продукции и импортозамещению.

Таким образом, для развития туристского потенциала регионов РФ стоит разрабатывать инновационные стратегии, основой осуществления которых должно стать наличие качественной инфраструктуры, сервиса и рекламы.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 19.04.2017).
2. Фомин, И. Туристический запас прочности / И. Фомин // Известия. — 2017. — № 9. С. 4-5.

О ПРИМЕНЕНИИ НЕКОТОРЫХ ВИДОВ ДИАГРАММ ДЛЯ ВИЗУАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И ЯВЛЕНИЙ

Волкова Елена Александровна, студент

*Финансовый университет при правительстве РФ, Челябинский филиал,
454084, Челябинск, ул. Работниц, 58, Россия
E-mail: volkovabadina-2011@bk.ru*

Аннотация: В данной статье рассмотрена сущность диаграмм и особенности их использования не только в математических дисциплинах, но и в повседневной жизни.

Ключевые слова: Столбчатые диаграммы, статистические графики, сетевые графики.

В современном мире нас везде окружает информация: на уроках, в учебниках и книгах, газетах, компьютере и телевизоре и т.д. Окружающая нас информация может выглядеть по-разному: в виде текста, рисунка, таблицы, схемы и т.д.

Модель информации, как правило, представлена в текстовом виде, а качественные методы могут оказать существенную помощь на всех этапах моделирования социальных процессов. Решая слабоструктурированные, неформализованные социальные проблемы, человек просто вынужден оперировать качественными суждениями. Однако качественное мышление также нуждается в опоре на вспомогательные средства, которые облегчают сложный концептуальный анализ, позволяют выявить границы возможных действий и, главное, помогают найти перспективное направление поиска решений. Человек не может полагаться только на свой интеллект, проигрывая проблемную ситуацию в уме. Поэтому визуализация представлений и их дальнейший анализ на качественном уровне наиболее актуален. Не редко в газетах, в рекламных проспектах, на экране телевизоров нам приходится сталкиваться с различными диаграммами и графиками. Значит необходимо не только элементарно представлять диаграммы, но и обладать способностью их строить и читать.

Рассмотрим, каким образом появились диаграммы.

Мысли о функциональной зависимости возникли еще в древности. Она проявляется еще в первых математически выраженных соотношениях величин и первых правилах действий над числами, в формулах вычисления площади и объема геометрических фигур [2]. Астрономические таблицы, созданные в Вавилоне, Древней Греции и Индии – красочный пример табличного задания функции, а таблицы, надлежащим образом, представляют собой хранилище данных для диаграмм.

В семнадцатом веке французские учёные Франсуа Виет и Рене Декарт разработали основы понятия функции и создали единую буквенную математическую символику, получившую вскоре всеобщее признание. Также геометрические работы Декарта и Пьера Ферма позволили составить отчётливое представление переменной величины и прямоугольной системы координат, которые в наши дни являются вспомогательными элементами всех современных диаграмм [2].

Первые статистические графики были построены английским экономистом У. Плейфером в работе «Коммерческий и политический атлас» в 1786 году.

Диаграмма – это графически представленные данные с помощью линейных отрезков или геометрических фигур, дающие возможность быстро произвести оценку соотношения нескольких величин. Она представляет собой геометрическое символьное изображение информации посредством различных приёмов техники визуализации.

Другими словами, диаграммы – это любой чертёж, созданный для геометрического или другого объяснения (объяснительный чертёж или рисунок, выполненный в красках для наглядности изображения какого-нибудь явления в описательных науках, наиболее часто применяется в статистике).

Временами оформление диаграмм производится с помощью трёхмерной визуализации, спроецированной на плоскость, для придания диаграмме отличительных черт либо для составления общего представления об области её применения. Например, финансовая диаграмма, отражающая денежные суммы, может быть представлена количеством купюр в пачке или монетами в стопке; диаграмма сравнения количества подвижного состава выглядеть в виде различной длины изображённых поездов и т. д. В связи со своей наглядностью и удобством использования, диаграммы часто применяются не только в будничной работе бухгалтеров, логистов и прочих служащих, но и для подготовки материала презентаций клиентам и менеджерам разных предприятий [1].

В разных графических программах и электронных таблицах при изменении данных, составляющих основу для построения диаграммы, она будет автоматически перестраиваться в связи с вносимыми изменениями в таблицу исходных данных. Это даёт возможность быстро производить сравнение разных показателей, статистических данных и т. д. – возможно ввести свежие данные и сразу увидеть изменение диаграммы.

Диаграммы в основном состоят из геометрических объектов (точек, линий, фигур различной формы и цвета) и вспомогательных элементов (осей координат, условных обозначений, заголовков и т. п.). Также диаграммы делятся на плоскостные (двумерные) и пространственные (трёхмерные или объёмные). Сравнение и сопоставление геометрических объектов на диаграммах может происходить по различным измерениям: по площади фигуры или её высоте, по местонахождению точек, по их густоте, по интенсивности цвета и т. д. Кроме того, данные могут быть представлены в прямоугольной или полярной системе координат.

Классическими диаграммами являются столбчатые и линейные (полосовые) диаграммы. Также они называются гистограммами. Столбчатые диаграммы в основном используются для наглядного сравнения полученных статистических данных или для анализа их изменения за определённый промежуток времени. Построение столбчатой диаграммы заключается в изображении статистических данных в виде вертикальных прямоугольников или трёхмерных прямоугольных столбиков. Каждый столбик изображает величину уровня данного статистического ряда. Все сравниваемые показатели выражены одной единицей измерения, поэтому удаётся сравнить статистические показатели данного процесса.

Разновидностями столбчатых диаграмм являются линейные (полосовые) диаграммы. Они отличаются горизонтальным расположением столбиков. Столбчатые и линейные диаграммы взаимозаменяемы, рассматриваемые в них статистические показатели могут быть представлены как вертикальными, так и горизонтальными столбиками. В обоих случаях для изображения величины явления используется одно измерение каждого прямоугольника – высота или длина столбика. Поэтому и сфера применения этих двух диаграмм в основном одинакова.

Столбчатые диаграммы могут изображаться и группами (одновременно расположенными на одной горизонтальной оси с разной размерностью варьирующих признаков). Образующие поверхности столбчатых и линейных диаграмм могут представлять собой не только прямоугольники, но также квадраты, треугольники, трапеции и т. д. [1].

Назначение столбчатых диаграмм: сравнение нескольких величин в нескольких точках. Почему столбчатая? Потому, что массы изображаются не отрезками, а прямоугольными столбиками. Столбики заметнее отрезков.

По данным диаграммы можно анализировать, сравнивать данные и решать задачи. Гистограммы и графики, используемые обычно для наглядного сравнения каких-либо статистических показателей или для анализа их изменения за конкретный промежуток времени позволяют наглядно изобразить количество осадков в стране, выпавших за год, представить информацию о смертности, рождаемости, инфляции, урожайности и многое другое.

Для оптимизации планирования и управления сложными разветвленными комплексами работ, которые требуют участия большого числа исполнителей и затрат ограниченных ресурсов применяются методы сетевого планирования, в частности использование сетевых графиков.

Сетевой график представляет собой стрелочную диаграмму, состоящую из работ и событий, графически отражающую взаимосвязь между действиями, выполнение которых необходимо для достижения одной или нескольких поставленных задач. При построении сетевого графика необходимо соблюдать ряд правил для корректного отображения взаимосвязи между работами [3].

Сетевые графики позволяют представить графически и систематизировать информацию о количестве времени и ресурсов, необходимых для выполнения той или иной работы в современных условиях. С помощью сетевой модели руководитель работ может комплексно и масштабно

представить весь ход работ или текущих мероприятий, управлять процессом их реализации, а также маневрировать ресурсами.

Следовательно, диаграммы необходимы людям в повседневной жизни для наглядного отображения социально-экономических процессов и явлений.

Список использованных источников:

1. Мелкумов Я.С. Социально – экономическая статистика: учебное пособие / Я.С. Мелкумов.- М.: Инфра-М, 2011.
2. Основы информатики: учебник / В. Ф. Ляхович, С. О. Крамаров, И. П. Шамараков. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 715 с.
3. Постовалова И.П. Эффективный синтез сетевой модели «работы-дуги» с минимальным числом фиктивных работ. Управление большими системами: сборник трудов. 2014. № 52. С. 118-132.

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА ВНЕШНЮЮ ТОРГОВЛЮ РОССИИ

*Вольф Алина Андреевна, Гебель Альбина Сергеевна, студенты
Научный руководитель: Саврасова Дарья Валерьевна,
Финансовый университет при Правительстве РФ, Омский филиал,
644099, г. Омск, ул. Партизанская, 6, Россия
E-mail: DVSavrasova@fa.ru*

Аннотация. В статье рассмотрена роль санкций в экономике страны, а также положительное и отрицательное влияние на неё. Дан анализ импорта и экспорта страны в период действия санкций. Также рассмотрено влияние санкций на отношения с основными торговыми партнёрами России.

Ключевые слова: санкции, импорт, экспорт, экономика, внешняя торговля.

Исторически введение экономических санкций одними странами в отношении других всегда было сопряжено с принуждением правительства стран-объектов санкций к изменению своего политического курса. Как правило, санкции имеют свое выражение в запрете импорта и (или) экспорта из этих стран товаров, услуг, ограничения финансовых операций с данными странами, корпорациями этих стран, прекращении экономического партнерства и инвестиций (как полном, так и частичном объеме).

Цель экономических санкции по отношению к РФ – заставить снизить темпы совершенствования производственного аппарата, понизить конкурентоспособность производимой продукции, заставить шире открывать внутренний рынок для товаров других стран, ограничить возможности проведения независимой национальной внутренней и внешней политики [1].

2015 год был тяжелым для экономики России: девальвация рубля, осложнение отношений с торговыми партнерами, падение цен на нефть пагубно сказались на всех сферах жизни государства. Особенно сильный спад показала внешняя торговля. По данным ФТС, на конец 2015 года зафиксировано падение внешнеторгового оборота РФ на 34 % - с 604,835 до 399,223 млрд. долларов.

Внешняя экономика России направлена на экспорт, прежде всего, сырьевой продукции за границу. Так, лидирующими статьями российского экспорта по данным федеральной таможенной службы остается сырая нефть, природный газ, мазут и дизельное топливо. Кроме того, Россия в больших количествах экспортирует в другие государства сталь, оборудование для промышленности, различные нефтепродукты, цветные металлы, первичные лесоматериалы, пшеницу, бензин, а также оружие.

В 2015 году экспорт России составил 343,4 млрд. долларов, сократившись на 31 %, а импорт 182,7, снизившись на 36,3 %. Причиной этого стали цены на нефть, которые обновили минимумы из-за избыточного предложения на

мировом нефтяном рынке, а также высоких темпов добычи стран ОПЕК. Падение цен на нефть повлекло девальвацию рубля – доллар увеличился до 70 рублей, а евро – 80 рублей.

Что касается импорта, то экономика РФ, в первую очередь, ощущает острый недостаток в продуктах питания, автомобилях, высокотехнологичном оборудовании и приборах. В общей структуре импорта России первое место занимает продукция машиностроения, в том числе - автомобилестроения (около 44,8 %). Далее идёт продукция химической промышленности, каучук (18,6%), продовольственные товары и сельскохозяйственное сырьё (14,5%).

На начало 2016 года продолжилось падение экспорта и импорта товаров. Но в отличие от 2015 г. динамика импорта выглядит лучше, чем экспорта. В 2016 году экспорт уменьшился на 17,2%, а импорт сократился на 0,9%.

Ряд экономистов считает, что санкции не имели прямого негативного влияния на экономику России, поскольку уже наметившийся спад просто усилился внешнеэкономическими факторами и последующими внутренними тенденциями. Ослабление экономического развития в российской экономике, наблюдалось в течение нескольких лет еще до украинского кризиса.

Например, в 2011 г. ВВП России вырос на 4,3%, в 2012 – на 3,4%, а в 2013 – всего на 1,3%. В первом полугодии 2014 г., т.е. еще до введения западных санкций и катастрофического снижения цен на нефть, наблюдалось дальнейшее ухудшение основных макроэкономических показателей, к примеру, снижение темпов роста ВВП в 2014 г. составило в первом полугодии 8,5%, а во втором только 6,5%. Сокращение внешнеторгового оборота составило около 7,5%. Следует отметить, что еще до введения эмбарго экспорт снизился почти на 6%, а импорт сократился почти на 10% [2].

И все же, введение ограничительных мер стоит рассматривать не только с отрицательной стороны. К положительным последствиям относится то, что чистый вывоз капитала частным сектором в январе - ноябре 2016 года, по оценке Банка России, по сравнению с сопоставимым периодом предыдущего года уменьшился до 16,1 млрд. долларов США (в январе - ноябре 2015 года - 54,1 млрд. долларов США).

Также был введен процесс импортозамещения. Согласно опубликованным данным Федеральной службы государственной статистики, добыча полезных ископаемых растет: газ нефтяной попутный +9.2 %, уголь +5.2 %, нефть +3.9 %, материалы строительные нерудные +6.1 %. В пищевой промышленности мы также видим положительную динамику: крупа гречневая +15.5 %, мясо и субпродукты убойных животных +13.5 %, пшено +9.6 %, газированные воды +8.2 %, мясо птицы +6.2 %. Наибольший рост наблюдается в сфере легкой промышленности: замша +35.5 %, чулочно - носочные изделия +21.8 % (раньше Турция, Польша), ткани +21.2 %, спецодежда +19.1 %, хромовые кожтовары +15.6 %, книги +11 %, целлюлоза +7.3 %. [3].

Введённые санкции оказали существенное влияние на отношения России с её основными торговыми партнёрами. Так политический конфликт из-за

военных действий на Донбассе и присоединения Крыма к России привели к серьезным экономическим последствиям.

По итогам 2016 года внешнеторговый оборот России со странами дальнего зарубежья составил 85% от всего объема торговли. При этом доля Европейского союза уменьшилась с 44,8% до 42,8% в пользу стран АТЭС, и главным образом Китая – с 28,1% до 30%. Из-за девальвации рубля российские экспортеры отчасти переориентировались на страны дальнего зарубежья, поскольку валюты государств СНГ также ослабли из-за девальвации, и выход на иные рынки нередко был более привлекательным. Российский импорт из стран дальнего зарубежья также стал выше, чем импорт из стран СНГ.

Таким образом, к негативным последствиям введения санкций для российской экономической системы можно отнести:

- падение цен на нефть и снижение котировок национальной валюты;
- необходимость увеличения отчислений из федерального бюджета с целью поддержки отраслей, попавших под санкции;
- снижение покупательной способности населения при росте цен на большинство товаров.

К положительным же тенденциям в развитии экономики РФ на фоне действия санкций можно отнести:

- тенденции к развитию аграрного сектора страны;
- выход на новые рынки импорта и сбыта продукции;
- акцент на развитие новых высоких технологий в стране;
- расширение продовольственной базы в противовес сбыту полезных ископаемых.

К сожалению, отрицательный эффект введения санкций более существенный. Замедление экономического роста, визовые ограничения, отсутствие или сокращение на российских рынках многих товаров импортного происхождения продовольственной группы, ослабление национальной валюты и т.д. Однако Россия не стоит на месте, а ищет пути развития в уже существующих экономических ограничениях и стремится к дальнейшему благоприятному развитию экономики, разрабатывая новые перспективы.

Список использованных источников:

1. Фадейкина Н.В., Демчук И.Н. Внешние экономические санкции по отношению к России и дедолларизация: их влияние на состояние национальных экономик // Экономика и социальная политика. №4. 2016. С. 3-24.
2. Юрьев В.М., Карпунина Е.К., Колесниченко Е.А. Реальные модели и инструменты импортозамещения в экономике России // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 2 (142). С. 17-24.
3. Внешняя торговля Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.ru/index.php/> (дата обращения: 7.04.2016).

VOICE MUSCLES AND HOW TO CONTROL IT, AS "LIVE" MUSICAL INSTRUMENT

Gabdunasyrova K.G.

Scientific adviser: **Kovaleva E.Yu.**, senior lecturer,
*Financial University under the Government of the Russian Federation, Omsk
branch, 644099, Omsk, Partizanskay St., bld. 6, Russia*
E-mail: Kovalyova81@mail.ru

Abstract: The article deals with the structure of vocal apparatus and exercises for the development of vocal sensations.

Keywords: Voice, music, singing, vocal apparatus.

The musculature of the vocal apparatus is a system of transversely striated and smooth muscles participating in voice formation. Most people owe much to their voice, since the first impression on people produces within the first few seconds is, of course, the voice of a person they do not know, whether it's an artist, announcer or politician. It does not matter whether you are a known person or not, but a considerable impression is rendered by your voice on another listener and the person determines whether you are pleasant to him or not. For example, when it comes to some famous artist, remembering the features of his appearance, we also remember his voice in the first place. The voice is very important for a person the same way as style, manners, appearance. With the help of instruments like voice, people convey their feelings, emotions, in general, what they want to convey to other people so that they are heard. To achieve mutual understanding between the speaker and the listener, you need speech and voice data such as timbre, emotional voice color. It is possible to influence people by voice: to appeal to anything, to gain the trust of people, to attract attention.

Throughout the history of mankind, people have created many musical instruments. The drum and the shepherd's horn pretend to be the oldest of them, but the most important, the very first and, by the way, the most perfect musical instrument, whose history begins even in the days of Pithecanthropus and Cro-Magnon, is the voice.

This topic is relevant, since all people have vocal musculature, but many people are not aware of how to control it as a "live" musical instrument. In order to "play" on this musical instrument, you need to know at least its main "technical properties", since the voice apparatus is whimsical and obeys not only musical, but also physiological laws.

The correct structure of the vocal cords and throat in general is very important for the formation of strong sound, a pleasant timbre and a large range of the singer. In essence, no musical instrument can be compared with a voice, at concerts of famous performers people fall into an ecstatic state and literally go crazy. All this is due to

the fact that when singing an extensive range of sounds is achieved, no traditional musical instrument can achieve such a range and colors of sound.

For the production of musical sound, any instrument has three main parts, such as:

1. The source of sound;
2. Resonators, which serve to strengthen the main frequencies in the voice;
3. A hole through which sound enters the air and directly to the listener.

The source of sound in the human voice is the vocal folds in the larynx. Voice folds have a very complex structure, consisting of three layers of tissues, which allow us to reproduce sound frequencies in the range of several octaves. In the vocal folds there is a vocal cords, a little deeper is the contractile muscle tissue, all this is covered on the outside by the mucous membrane. Each element of this complex structure is very important for the functioning of the voice apparatus. The contraction-stretching of the vocal folds makes it possible to produce sound, and thanks to the mucous membrane, sound waves are created.

It is worth noting that only one profession in the world, only one kind of musical performance - singing, a human voice (not important solo or in the choir) - differs from all other professions in that the "instrument" is in the person. These are the vocal cords, the breathing apparatus, the muscular strength of the organism, the psyche and the nervous system, which serve as a means for developing and steadily developing the professionalism of possessing this most complex, at times capricious tool, depending on the multiple causes of the person's moral, psychological, and physiological state.

For beginner vocalists, in order to experience what processes occur in singing, you need to do a few fairly simple exercises:

1. Open the oral cavity, hold for a few seconds in this position of the muscle to feel the freedom of the oral cavity. Then, close your lips a little, leaving your throat all as free and pamper, on any convenient tone for you, the lips and nasolabial part should encompass tickling - this is a sign of a correctly performed exercise.

2. Take a deep breath, as if you inhale the fragrance of beautiful spirits, your lungs are filled with this fragrance, in this case you feel the appearance of the inner volume. Many times repeating this exercise, you will have an idea of the correct "vocal yawn," there will be a feeling that your palate is lifted by a dome (or you can imagine an egg in your mouth, or a state of yawn), the mouth should be round. This state should occur throughout the singing, from the moment of sound. Breathing should be for you the bottom support, and the dome in the mouth - the upper one.

3. Breathe often, often and intermittently, the pace depending on your capabilities, but if possible it should be quick. Air accumulates in the diaphragm (in no case in the lungs).

Any of these exercises will help to find vocal sensations.

Singing should be done with the use of upper resonators (head), which are the upper support of sound. Here you can use the following exercise: open the mouth and insert the index finger into it as deep as possible, press the finger to the palate (with the hand palm down), start exhaling outward, the finger will feel the warmth of the air stream and hit the same place A stream of sound waves during singing.

For proper sounding of the voice, you must sing first with the sounds "n", "m" closed with your mouth open, thereby sensing a vibration in the bridge of the nose, on the lips.

In order to clearly pronounce the words during singing, you should say the tongue twisters daily, for example: "bull bullhead, stupid goby". For the development of diction it is possible in one breath and on one note, to say the following patter as soon as possible:

«Andrey - sparrow
Do not drive pigeons
Hit the checkmarks
From under the sticks.
Do not bite the sand
Do not be blunt with a sock
Sock is useful -
Spitting the spikelets. "

All exercises must be performed with equal force and in full voice, only in this case the voice device will warm up and they will train all the components of the voice musculature. The basic principle in the work on the voice: the accuracy of intonation, the lack of entrances, slides, everything is clear, accurate, rhythmic.

Often people harm themselves, developing their voice apparatus, the cause of defects is often the improper operation of the voice apparatus, as well as the psychological and physiological features of a certain voice, so the teacher faces a difficult task - to refine his voice and not harm.

Summarizing, one can conclude without any doubts that the voice apparatus is an ideal "live" musical instrument capable of conveying the depth of human feelings and emotions, bringing to people an artistic image embodied in music.

List of sources used:

1. Official site // Wikipedia - the free encyclopedia / [the Electronic resource].
URL: <https://ru.wikipedia.org/>

ГОЛОСОВАЯ МУСКУЛАТУРА И СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ ЕЙ, КАК «ЖИВЫМ» МУЗЫКАЛЬНЫМ ИНСТРУМЕНТОМ

Габдулнасырова Ксения Габдулбариевна, студент

Научный руководитель: Ковалева Елена Юрьевна, старший преподаватель, старший преподаватель,

*Финансовый университет при Правительстве РФ, Омский филиал,
644099, г. Омск, ул. Партизанская, 6, Россия*

E-mail: Kovalyova81@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается строение голосового аппарата и упражнения для развития вокальных ощущений.

Ключевые слова: Голос, музыка, пение, голосовой аппарат

РОССИЯ И КИТАЙ: ПЕРЕХОД К РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

*Гоженко Александра Анатольевна, Нестерова Анастасия Андреевна, студенты. Научный руководитель: Мищенко Инна Витальевна, кандидат экономических наук, Алтайский Государственный Университет, 656000, пр-т. Ленина, д.61, Россия
E-mail: Mis.iv@mail.ru*

Аннотация: Проведен сравнительный анализ перехода России и Китая к рыночной экономике. Изучены причины современного состояния экономики России. Предложены возможные способы применения опыта Китая.

Ключевые слова: Переход к рыночной экономики, конкуренция, управление, государство, экономические реформы.

Удача рыночных реформ в Китае и их провал в России очевидны, хотя шансов у Китая было гораздо меньше. Нами был проведен сравнительный анализ перехода этих стран к рыночной экономике.

Во-первых, начнем с условий, которые имелись у стран к моменту преобразований.

Среди главных условий РФ можно назвать: успешное использование метода централизованного планирования, высокие в мире объемы добычи нефти, угля, газа производства пшеницы, обуви и ряда других товаров; крупнейший внутренний рынок; целостная инфраструктура, широчайшие природные ресурсы.

В отличие от этого, возможности Китая были гораздо скромнее: ограниченный в отношении платежеспособности внутренний рынок; сельское, в основном неграмотное население, малоуспешное функционирование плановой экономики; низкий рынок индустриализации и развития инфраструктуры; узкие природные ресурсы [1].

Однако вопреки ожиданиям рыночные реформы в Китае оказались удачными, а в России они не удалась. Начиная с 2005 г. и до 2015 г. Темпы развития экономического роста в Китае составляют в среднем 10,3% в год – колоссальный, высочайший показатель для любой крупной страны мира. В Российской Федерации, в среднем наблюдается ежегодный спад. В результате чего, Россия переместилась со 2-го места в мире по масштабам экономики на 11 – 12-е, сравнявшись с Бразилией или Мексикой. Между тем, длительная инфляция «съела» сберегательные накопления населения и разрушила средний класс – основу любого общества, вызвала политическую нестабильность [2].

Во-вторых, отличался сам переход к рыночной экономике. Китай начал не с политических, а с рыночных реформ, он оставил их на более позднее время или блокировал, сохранил авторитарную политическую систему, чтобы избежать политического риска. Россия пытались параллельно проводить

экономические и политические реформы, т.е. одновременно вводить гласность и реализовывать перестройку.

Китай начал с реформы в сельском хозяйстве, раздробил крупные коллективные хозяйства на более мелкие, но более эффективные единицы и ввел систему ответственности домохозяйств. Крестьяне разбогатели, стали преобразовывать сельскохозяйственную систему, торговать с городом и создали огромный, ранее не существовавший внутренний рынок потребительских товаров [3]. Россия же игнорировала сельское хозяйство и такие вопросы, как, сельское образование, собственность на землю, роль местных органов власти и т.д. Между тем, ее прежний обширный внутренний рынок оказался разрушенным вследствие длительной инфляции, а также задержки заработной платы и пенсий.

Китай основал прибрежные свободные экономические зоны на юге страны, в провинции Гуандун, которые привлекли к себе промышленное производство, ориентированное на экспорт, что дало возможность зарабатывать необходимую иностранную валюту [3]. Россия не располагает экономикой, ориентированной на внешний рынок, если не считать экспорт нефти и природного газа. Наша страна старалась создать свободные экономические зоны, но безуспешно.

Китай ослабил централизованный контроль и сконцентрировал внимание на «новой экономике», а не на растрачивании скромных ресурсов в ходе приватизации «старой», стимулировал развитие новых предприятий национального, провинциального, поселкового и деревенского уровней. Местная инициатива оказалась успешной. Новые хозяйственные субъекты сумели войти в конкуренцию с существующими предприятиями, отвоевать у них трудовые ресурсы и капитал. Россия, напротив, сконцентрировалась на «старой экономике» и следовала инициативам, исходящим из центра. Через приватизацию и государственные субсидии поддерживались старые неэффективные государственные предприятия. Центральное правительство пыталось спасти их и тратило на это большие ресурсы, но безуспешно [4].

В-третьих, еще одна Причина неудач России, по мнению ряда экспертов, связана с тем, что при переходе к рыночной экономике она взяла за основу так называемый подход СЛП (стабилизация, либерализация, приватизация), а успехи Китая – с отказом от такого подхода.

Первая составляющая в рамках подхода СЛП – стабилизация макроэкономики, включая ограничение дефицита государственного бюджета. Однако следствием «шоковой терапии» стали и «великая депрессия», и «великая инфляция».

Второй компонент – либерализация цен, определяемых впредь не бюрократией, а рынком. Однако в настоящее время они, по существу, устанавливаются монополистами, коррумпированными чиновниками.

Третий компонент – приватизация. В отсутствие соответствующих юридических институтов приватизация привела к криминализации экономики – все большую власть над ресурсами и их распределением захватывают

криминальные элементы. Номенклатурная приватизация, породила российских «предпринимателей», состоящих в основном из монополистов.

И все же, несмотря на свое современное состояние, Россия может извлечь уроки из примера Китая, если решить воспользоваться подходом ИКУ (институционализация, конкуренция, управление), примененным им, а еще ранее Японией, Тайванем и Южной Кореей.

Первый компонент в рамках подхода ИКУ – формирование институтов рыночной экономики, включая такие, которые вводятся государством или местными органами власти (юридическая система, право собственности, система коммерческих и инвестиционных банков, финансовая система, торговый кодекс, страхование).

Вторая составляющая – конкуренция с приданием большого значения новым конкурирующим фирмам, отвоевывающим у неконкурентоспособных предприятий лучшие ресурсы, необходимые для производства, а также созданию новых предприятий.

Под управлением в рамках подхода ИКУ имеются в виду активные действия органов власти на всех уровнях, начиная с общенационального вплоть до провинциального [5].

В заключении хотелось бы сказать, что правительственным органам следует поддерживать независимую инициативу на местах – региональных и городских органов власти. Подобно тому, как это имеет место в Китае, местным органам власти следует самим активно помогать созданию рыночных институтов и фирм, включая содействие установлению отношений сотрудничества между ними и частными или иностранными компаниями. Правительство и местные органы власти должны оказывать поддержку промышленным предприятиям (будь то государственные или частные) в предоставлении информации и создании стимулов. Позитивные финансовые стимулы могут связываться с главными показателями работы предприятий, в том числе с созданием рабочих мест, величиной инвестиций, объемом экспорта, экономическим ростом и повышением производительности.

Также серьезной проблемой местного самоуправления является отсутствие дифференциации между населенными пунктами. По сути, законом (ФЗ №131) территория нашей страны рассматривается как некое «однородное поле» без учета местных особенностей, что делает непродуктивной любую, даже самую идеальную программу социально-экономического развития. Различный менталитет, уровень жизни и культуры, состояние рынка труда, плотность населения предполагают самостоятельные подходы к разработке структуры местного самоуправления. Несмотря на общемировое признание западной модели муниципальной власти, она не может быть применима на территории России без учета ее самобытности. Наше государство не поспособствовало «самостоятельности» местного самоуправления, сделав его несостоятельным и порой бесполезным.

Список использованных источников:

1. Гельбрас В., Цена экономических успехов Китая; МЭиМО, 2007, №9.
2. Географический портал «Весь мир» (<http://allworld.wallst.ru>).
3. Линь Ифу, Цай Фан, Ли Чжоу. Китайское чудо: стратегия развития и экономическая реформа / Пер. с кит. - М., 2011.
4. Попов В., Китайский глобализм; Деловой журнал «China PRO» - Весь Китай, 2005.
5. Интрилигейтор М., Чему Россия могла бы научиться у Китая при переходе к рыночной экономике, 2006, (<http://www.china.org.cn>).

МАРКЕТИНГ ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ЗАВЬЯЛОВСКОГО И РОМАНОВСКОГО РАЙОНОВ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Горбунова Татьяна Васильевна, студент

Научный руководитель: Разгон Антон Викторович, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия

E-mail: AVRazgon@fa.ru

Аннотация: В статье анализируется опыт продвижения лечебно-оздоровительного туризма органами власти муниципальных районов Алтайского края, находящихся в зоне соленых озер. Выделены основные черты применяемых технологий маркетинга, предложены рекомендации по их развитию на краткосрочную перспективу.

Ключевые слова: Маркетинг территории, лечебно-оздоровительный туризм, бренд-платформа.

В современных условиях в кругу актуальных задач муниципальных органов власти особое место занимают внедрение и реализация маркетингового подхода к управлению [1, с. 83]. Ухудшение финансового состояния муниципалитетов подталкивает их к все более активному использованию имеющегося потенциала саморазвития. Муниципалитеты превращаются по сути в бизнес-структуры, конкурирующие за инвестиции, продвигающие собственные интересы с целью зарабатывания необходимых для реализации возложенных функций денег.

Наиболее активно инструменты маркетинга применяют муниципалитеты, имеющие возможность привлекать на свою территорию туристический поток ввиду наличия благоприятных климатических и природно-географических условий. Среди них Завьяловский и Романовский районы, находящиеся в степной зоне, в северо-западной части Алтайского края, характеризующиеся географическим соседством и предлагающие туристический продукт, схожий по своим свойствам и целевым потребителям, – лечебно-оздоровительный отдых на соленых озерах. Популярность отдыха на соленых озёрах возрастает с каждым годом, о чем свидетельствуют данные учета приезжающих из более чем 30 субъектов РФ (таблица 1).

Таблица 1 – Туристический поток в Завьяловский и Романовский районы Алтайского края в 2013-2016 гг., чел. [2, 3]

Наименование района	2013	2014	2015	2016
Завьяловский район	42365	46000	52078	52100
Романовский район	7300	10500	16315	27781

Причиной роста числа отдыхающих на соленых озерах стали девальвация рубля, ухудшение жизненного уровня населения, запрет на выезд из страны многим сотрудникам силовых ведомств, угроза террористических актов за границей и прочие факторы, которые способствовали возрождению интереса к внутреннему туризму в России. В сложившихся условиях муниципальные органы власти туристических районов находятся в крайне благоприятных условиях, грамотно использовать которые поможет применение современных маркетинговых инструментов, позволяющих выиграть конкурентную борьбу у других местных туристических дестинаций.

Анализ ныне применяемых руководством Завьяловского и Романовского районов маркетинговых инструментов позволяет сделать ряд выводов:

- предлагаемый территориями туристский продукт находится в стадии зрелости для Завьяловского района и стадии роста для района Романовского;

- потребители продукта характеризуются высокой степенью лояльности и удовлетворенности;

- приезжающие в большинстве своем люди семейные, по уровню доходов относятся к эконом-сегменту, оставляя в день на человека в местных продуктовых магазинах и кафе около 130 руб. и 270 руб. на базах за проживание (данные на июль 2016 г.) [4, с. 10];

- посетители соседствующих районов отличаются схожими характеристиками и зачастую воспринимают предлагаемые районами туристские продукты как аналогичные, но сохраняют при этом верность выбранным направлениям, не чередуя визиты в разные районы;

- самым действенным инструментом продвижения соленых озер остается сарафанный маркетинг;

- руководство районов в качестве основных технологий маркетинга видит увеличение мест размещения, проведение событийных мероприятий спортивно-развлекательной и гастрономической направленности, продвижение в СМИ и интернете, участие в туристических выставках;

- важное место в усилиях районных администраций занимает развитие туристических зон в направлении круглогодичного функционирования;

- в целом маркетинг туристического продукта районов можно охарактеризовать как малобюджетный, финансируемый по остаточному принципу.

В качестве предложения по развитию муниципального маркетинга рассматриваемых районов можно предложить создание и продвижение межмуниципальной бренд-платформы «Завьялово-Гуселетово». В перспективе идея состоит в создании туристического кластера «Завьялово-Гуселетово», который в условиях непростой ситуации с частными инвестициями и наполняемостью местных бюджетов пока мог бы продвигаться лишь как новый формат привлечения туристов. Для Завьяловского района совместное продвижение будет своего рода ребрендингом, который освежит в восприятии целевой аудитории соленые озера с. Завьялово, позволит уйти от образа места традиционного, возможно заезженного, где почти исчерпалась грязь и слишком много туристов. Для с. Гуселетово совместный брендинг позволит повысить

узнаваемость за счет привязки к туристической зоне гораздо более известной и популярной. В дальнейшем по мере стабилизации положения в экономике страны идея совместного продвижения районов может материализоваться в конкретные инвестиционные проекты. Список мероприятий по продвижению межмуниципальной бренд-платформы на 2017 г. представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Бюджет маркетинговых мероприятий на 2017 г. по продвижению межмуниципальной бренд-платформы «Завьялово-Гуселетово»

	Наименование показателя	Сроки	Сумма, тыс. руб.
1	Строительство рынка фермерских продуктов (на перекрестке дороги на с. Завьялово и трассы Барнаул-Павлодар)	Май	108
2	Закупка и установка 2 WEB-камер, годовая подписка на сервис GuaranaCam	Май	46
3	Изготовление и установка соляных скульптур и соляного селфи-туннеля (въезды в с. Романово, с. Завьялово)	Май	150
4	Изготовление POS-материалов для продвижения кластера «Завьялово-Гуселетово»	Май	20
5	Строительство спелеокамеры (с. Завьялово), 30 м ²	Май	340
6	Фестиваль-конкурс «Готовим на пляже» (с. Завьялово, с. Гуселетово)	Июнь	92
7	Фестиваль «Музыка соленых озер» (с. Завьялово, с. Гуселетово)	Июль	226
	Итого:		998

Общий объем финансирования мероприятий составит около 1 млн рублей, где почти 85% средств – деньги частных предпринимателей, имеющих интересы в туристической сфере районов, начиная от владельцев баз отдыха, заканчивая фермерами. Благодаря таким мерам, ожидаемое увеличение туристического потока по сравнению с 2016 г. составит более чем 16 тысяч человек или 20%.

Список использованных источников:

1. Бочаров С.Н. Маркетинг территорий как важный фактор развития регионального туризма // Экономика Профессия Бизнес. – 2015. – Т. 1. – № 1 (1). – С. 81-85.
2. Официальный сайт Завьяловского района Алтайского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://www.zavyalovo-altai.ru> (дата обращения: 04.02.2017).
3. Официальный сайт администрации Романовского района Алтайского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://admromalt.ru> (дата обращения: 04.02.2017).
4. Научное исследование по определению «среднего чека» на оказание туристских услуг в Романовском и Завьяловском районах Алтайского края. – 2016. – 15 с.

ДИНАМИКА БРАКОВ И РАЗВОДОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ.

Дихтяренко Надежда Павловна, студент,

*Научный руководитель: Санникова Инна Николаевна, доктор экономических наук, профессор, МИЭМИС, Алтайский государственный университет, 656049, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.61, Россия
E-mail: nadya_dikhtyarenko@mail.ru*

Аннотация: в статье рассмотрена динамика заключения и расторжения брака в Российской Федерации и на территории Алтайского края, а также основные причины расторжения брака. Актуальность исследования состоит в том, что в настоящее время в стране сложная демографическая ситуация, кроме того, отношение молодёжи к браку неоднозначное. Проблема семьи, ее сохранения и укрепления основ ее жизни занимает сегодня едва ли не первое место по важности среди социальных проблем общества.

Ключевые слова: семья, заключение брака, расторжение брака, супруги, причины расторжения брака.

Семья представляет собой сложное социальное образование. Семья — это основанная на единой общесемейной деятельности общность людей, связанных узами супружества и тем самым осуществляющих воспроизводство населения и преемственность семейных поколений, а также социализацию детей и поддержание существования, членов семьи.

Психотерапевты давно заметили, что эффективное супружеское взаимодействие определяется динамическим равновесием понятий "МЫ" и "Я". Равновесие действительно является динамическим, и в каждый момент времени существует акцент только на одном из двух понятий. При слишком сильном развитии составляющей "МЫ" — всегда существует опасность торможения личностного роста одного из супругов (а иногда и обоих). Если сильно развит "Я"-компонент — возникают предпосылки для разобщенности и обид.



Рисунок 1 – Динамика заключения брака и расторжения брака в России за 2010- 2014 годы

Из рисунка 1 мы видим, что количество заключения браков в 2011 году возросло на 575745 по сравнению с 2010 годом, а с 2012 по 2014 постепенно возрастает.

С увеличением числа зарегистрированных браков увеличивается число разводов. Значительный рост зафиксирован в период с 2012 по 2014, где число разводов возросло на 49 629.

В Алтайском крае ситуация с заключением и расторжением брака аналогична.

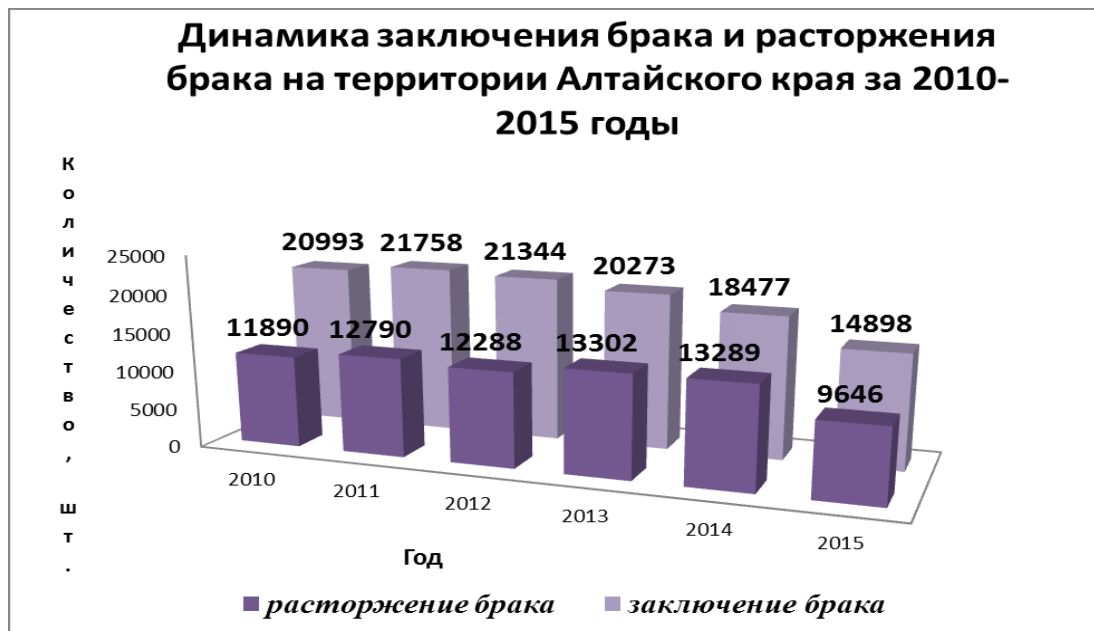


Рисунок 2 – Динамика заключения брака и расторжения брака на территории Алтайского края за 2010-2015 годы

Развод или расторжение брака – это всегда трудный и многогранный процесс. Глубокий конфликт между супругами часто мешает им расстаться без взаимных претензий, и, в этом случае, хороший юрист может понадобиться любому человеку.

Многим людям в своей жизни приходилось сталкиваться с расторжением брака. Развод супругов - явление довольно частое в нашей настоящей жизни. Люди, прожившие друг с другом несколько лет или даже десятков лет, вдруг становятся совершенно чужими. И единственным выходом по их мнению в такой ситуации становится именно развод.

По годам семейной жизни разводы можно распределить так: до 1 года – 3,6%, от 1 до 2 лет – 16%, от 3 до 4 лет – 18%, от 5 до 9 лет – 28%, от 10 до 19 лет – 22%, от 20 и более лет – 12,4%. Максимум наблюдается в период от 9 до 19.

Таким образом, за первые 4 года совместной жизни происходит около 40% разводов, а за 9 – около 2/3 их общего числа.

Так, согласно данным статистики, нынче в России расторгается каждый второй зарегистрированный брак. Причем, наибольшее количество разводов (28%) наблюдается у тех пар, которые прожили вместе от 5 до 9 лет. Кроме этого, гораздо чаще принимают решение о разводе супруги, создавшие семью

после 30 лет, так как после 30 лет людям гораздо сложнее перестраивать себя в соответствии с потребностями проживания вдвоем и вхождения в семейные роли. Более молодые же легче расстаются с привычками, травмирующими супруга.

Абсолютное большинство разводов приходится на возраст от 18 до 35 лет. Резкий подъем начинается в возрасте 25 лет.

Существует несколько версий о причинах разводов в РФ.

Основными причинами развода в РФ являются:

- Пагубные привычки - алкоголизм, наркозависимость, игровая зависимость - Эта причина является наиболее распространенной, и вызывает распад 41% браков;
- Отсутствие собственного жилья. По данной причине разводятся около 26% супружеских пар;
- Вмешательство родственников в семейную жизнь. Эта причина вызывает около 14% разводов;
- Невозможность завести ребенка – 8% разводов;
- Длительное раздельное проживание – 6% разводов;
- Тюремное заключение – 2%;
- Длительная болезнь супруга – 1%.

Список использованных источников:

1. Назаров М.Г. Курс социально-экономической статистики: учебник [Текст] - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 771с.
2. О современной семье и её воспитательном потенциале / О. В. Кучмаева, Е.А. Марыганова // Социс. – 2011. – №7. – С. 49-55.
3. Синельников А.Б. Уважительные причины развода // Демография.ру [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.demographia.ru/articles_N/index.html?idR=20&idArt=1476.
4. Соколин В.Л. Российский статистический ежегодник // Государственная служба Федеральной статистики, М. 2007. - с. 123.
5. Федеральная служба государственной статистики URL: <http://www.gks.ru/>.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС КАК ПОСЛЕДСТВИЕ АНТИРОССИЙСКИХ САНКЦИЙ

Жердева Эльвира Ивановна, Кулешова Юлия Юрьевна, студенты
Научный руководитель: Глотова Наталья Ивановна, кандидат экономиче-
ских наук, доцент, Алтайский государственный аграрный университет,
656000, г. Барнаул, пр-т Красноармейский, 98, Россия
E-mail: elka13tuk@mail.ru

Аннотация: В статье рассматриваются основные проблемы социально-экономической сферы жизни населения страны после принятия антироссийских санкций 2014 года. Проанализированы их причины с целью выявления возможных последствий.

Ключевые слова: социально-экономический кризис, антироссийские санкции, уровень инфляции, банковская сфера, туризм, импортозамещение, финансовый сектор.

Начиная с 17 марта 2014 года были введены антироссийские санкции с целью оказания давления на Россию, изменения её позиции по крупным международным вопросам, а также для ослабления российской экономики. Вокруг данной проблемы и по сей день не утихают политические дебаты. Все происходящее оказало не только колоссальное воздействие на положение России на международной арене, но и нанесло серьёзный удар практически по каждому жителю страны.

Проанализировав различные источники и статистические данные, можно сказать, что, в первую очередь, это отразилось на росте цен: с 2014 года показатель инфляции стремительно начал расти. Населению со среднестатистическим доходом пришлось более тщательно планировать свой бюджет и отказаться от некоторых продуктов, стоимость потребительской корзины возросла [1].

Во-вторых – «падение» рубля. Политические события 2015 года оказали сильное воздействие на котировки валют. На конец 2014 года доллар составил 56.2584, евро 68.3427, а на начало 2016 года наблюдался рост доллара до 78,4862 и евро до 85,2988 [2].

Европейские санкции напрямую затронули крупнейшие российские банки. Невозможность долгосрочного кредитования в США и странах ЕС повлекла большие риски для банков, меньше стало возможностей по выдаче займов населению. В итоге ухудшилось положение, как бизнеса, так и обычных людей: граждане вынуждены брать ипотеку под более невыгодные условия и возможно, отказаться от покупки автомобиля в кредит, ведь такая банковская операция стала сложнее и затратнее [3].

Бизнесу дополнительные средства нужны для финансирования своей деятельности, а при таких условиях получить их уже не так просто. В итоге организации вынуждены останавливать рост зарплаты, иногда сокращать сотрудни-

ков, многие новые компании не открылись по вине ухудшения условий с привлечением заемных средств. Как следствие – сокращение рабочих мест, что опять же значительно повлияло на положение обычных граждан.

Выросла ставка по потребительскому кредиту, а это ещё больше усложнило приобретение необходимой бытовой техники, покупка которой и так стала затруднительной из-за инфляции [4].

На фоне сложной ситуации в сфере кредитования стали появляться небанковские коммерческие организации, выдающие кредиты под огромные проценты. Не самая лучшая альтернатива для населения [5].

В-третьих, туризм. Визовые санкции против россиян неблагоприятно повлияли на туристическую отрасль. В 2015 году в России закрылись две трети компаний, которые занимались зарубежным туризмом. Большинство жителей России (70%) считают, что из-за угроз, которые поджидают их в других странах, от дальних поездок стоит отказаться. В 2016 году туристический поток из России упал до пятнадцатилетнего минимума. Больше других пострадали экзотические страны: Доминикану посетили на 88% меньше российских туристов, Тунис – на 83% меньше. В Индию, Китай и Таиланд приехали вдвое меньше россиян (падение на 52–55%).

Россияне на треть (34%) сократили путешествия в страны Европы. Большинство отказалось от Австрии, Италии, Чехии, Финляндии, Швеции, Великобритании и Германии [6].

Нужно отметить, что государство пытается стабилизировать сложившуюся экономическую ситуацию. Так, была принята программа импортозамещения, основной целью которой ставится возможность к 2020 году на 90% обеспечить потребности населения за счёт национального производства.

Однако всё идёт не так гладко, как бы этого хотелось. Эффект оказался куда ниже самых скромных ожиданий. На наш взгляд, проблема заключается в том, что отрасли, где отечественное производство должно было восполнить отсутствие иностранного, не вышли на полную мощность – притом, что Фонд развития промышленности оказал помощь 74 российским проектам. Быстрый рост сельского хозяйства породил большое количество фальсифицированных продуктов. В феврале 2017 года стало известно о том, что в России возник дефицит высококачественной пшеницы, что приводит к снижению качества хлебобулочных изделий. [7].

Следовательно, товары отечественного производителя не смогли до конца удовлетворить потребности населения, что, несомненно, сказалось на уровне жизни и здоровья в целом.

События 2014 года привели к изменениям и в туристической отрасли полуострова Крым. Так, в первый сезон после воссоединения с Россией Крым принял лишь около 4 млн туристов. Прямые доходы туристической отрасли в 2014 году снизились примерно со 160 до 103 млрд рублей. В 2015 году ситуация улучшилась: полуостров принял уже 4.6 млн туристов. При этом только за 9 месяцев 2015 года доходы от туризма составили 108.5 млрд рублей. Увеличение туристического потока в 2016 году (5.57 млн чел.) позволило полностью компенсировать потери 2014-2015 гг. В 2017 году планируется принять не ме-

нее 6 млн. туристов. Однако поездки в Крым не смогут в полной мере удовлетворить туристические потребности населения [8].

В заключение следует отметить: радужных перспектив не так много. Россия была не готова к санкциям, и теперь стоит только надеяться, что постепенно жизнь населения войдёт в прежнее русло. С 2016 года инфляция начала снижаться, банковская система адаптируется к новым условиям. Однако, даже в сложившейся ситуации ещё остаётся надежда на урегулирование обстановки и стабилизацию международного положения России в целом.

Список использованных источников:

1. Уровень Инфляции в Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: http://уровень-инфляции.рф/таблица_инфляции.aspx/ (дата обращения: 10.03.2017).
2. Консультант Плюс [Электронный ресурс]. URL: <https://www.consultant.ru/law/ref/stavki/kurs-dollar-euro/> (дата обращения: 18.03.2017).
3. Глотова Н.И., Тупикина А.Н. Финансово-кредитный механизм в АПК на современном этапе. – В книге: Аграрная наука – сельскому хозяйству сборник статей: в 3 книгах. Алтайский государственный аграрный университет. 2017. С. 161-163.
4. Bankchart.ru. Рейтинги банковских услуг [Электронный ресурс]. URL: http://www.bankchart.ru/potrebitelskie_kredity/stati/obrazets_stabilnosti_obzor_rynka_potrebitelskih_kreditov_za_2014_god/ (дата обращения: 25.03.2017).
5. Глотова Н.И. К вопросу развития некредитных финансовых организаций. – В сборнике: Социально-экономическая политика России при переходе на инновационный путь развития материалы 8-й международной научно-практической конференции. Барнаул, 2016. С. 54-57.
6. Информационный портал "Российский туризм". [Электронный ресурс]. URL: http://russiantourism.ru/main/main_15143.html/ (дата обращения: 01.04.2017).
7. Lenta.Ru (Лента.Ру). [Электронный ресурс]. URL: <https://lenta.ru/news/2017/02/13/vsemugolova/> (дата обращения: 15.04.2017).
8. Группа «Эксперт». [Электронный ресурс]. URL: <http://expert.ru/2016/04/5/mnogo-shuma-iz-nichego/> (дата обращения: 07.04.2017).

«ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВЛАСТИ И БИЗНЕСА ПО РАЗВИТИЮ ТЕРРИТОРИЙ (НА МАТЕРИАЛАХ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)»

Жихарев Иннокентий Иванович – студент

*Научный руководитель: Межина Марина Валерьевна, кандидат экономических наук, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: reg_ekonomika@mail.ru*

Аннотация: В статье представлены основные результаты научно-исследовательской работы «Взаимодействие власти и бизнеса по развитию территории (на материалах Алтайского края)».

Рассмотрены основные формы взаимодействия, определены основные проблемы и перспективы развития системы взаимодействия власти и бизнеса в Алтайском крае.

Ключевые слова: развитие территорий, взаимодействие власти и бизнеса, Алтайский край.

Современный этап развития экономики страны и регионов связан с активным поиском и разработкой новых рыночных механизмов, способствующих развитию территорий.

Дефициты региональных и муниципальных бюджетов, сокращение федеральных трансфертов, направляемых на реализацию инвестиционных проектов, необходимость модернизации устаревших объектов, приводят к поиску внебюджетного финансирования, которое в мировой практике осуществляется на основе взаимодействия, партнерства власти и бизнеса. [1, стр. 153]

Цель исследования - выявление проблем и перспектив развития системы взаимодействия власти и бизнеса в Алтайском крае.

Задачи:

1) Раскрыть теоретические основы устойчивого развития сельских территорий и бизнеса.

2) Проанализировать систему взаимодействие власти и бизнеса по развитию территорий Алтайского края.

3) Разработать предложения по развитию системы взаимодействия власти и бизнеса.

Объект - формы взаимодействия власти и бизнеса по развитию территорий.

Предмет - взаимоотношения власти и бизнеса по развитию территорий.

Системообразующие сферы территорий - экономическая, социальная и экологическая. На основе использования инструментов взаимодействия власти и бизнеса, развитие происходит благодаря мобилизации человеческого и экономического потенциала территорий [2].

Алтайский край характеризуется значительным, но пока недостаточно реализованным экономическим потенциалом. Экономика края – это сложившийся многоотраслевой комплекс.



Рисунок – Структура ВРП Алтайского края.

Важно отметить, что в структуре валового регионального продукта существенно преобладают промышленность, сельское хозяйство, торговля – формирующие около 55% от общего объема ВРП. Последние годы активно развивается сфера туризма.

Алтайский край – крупнейший аграрный регион России. Отличительной особенностью края является высокая доля сельского населения - 44% (по России - 26%).

Целью взаимодействия власти и бизнеса является разработка наиболее эффективной модели социально-экономического развития территорий. Важным принципом развития взаимодействия является согласованность действий.

В процессе изучения и анализа системы взаимодействия власти и бизнеса в Алтайском крае, были выявлены следующие основные формы взаимодействия:

- Государственная поддержка (субсидии, в т.ч. гранты местных инициатив);
- Государственные и муниципальные закупки (в т.ч. не менее 15% от годового объема – доля субъектов малого бизнеса);
- Государственно-частное, муниципально-частное партнёрство (инвестиционные проекты);
- Концессионные соглашения (каток СДЮШОР «Алтай»; центр народных ремесел КГБПОУ «Алтайский колледж промышленных технологий и бизнеса»);
- Особые экономические зоны («Бирюзовая Катунь», «Белокуриха-2», «Сибирская монета»);
- Процедура создания территорий опережающего развития (Заринск, Новоалтайск; в перспективе: Алейск, Яровое и Степное Озеро).

Основные проблемы взаимодействия власти и бизнеса:

- недостаточность отечественного опыта по взаимодействию власти и бизнеса по реализации проектов;
- ограниченность финансовых ресурсов власти и бизнеса для инвестиционной деятельности;
- высокая стоимость заёмных и кредитных средств сдерживает инвестиционную активность;
- несовершенство законодательства (правовая неопределенность при толковании терминов и норм, неразвитость механизмов реализации концессионных соглашений по бюджетному, земельному, налоговому, экологическому законодательству);
- длительное оформление документации на этапах разработки проектов;
- общее недоверие, отсутствие системного информационного сопровождения процессов взаимодействия власти и бизнеса.

Повышению эффективности системы взаимодействия будет способствовать реализация следующих положений:

- 1) Совместная разработка властью и бизнесом согласованной и инвестиционно-привлекательной модели социально-экономического развития территорий;
- 2) Проведение компании по повышению квалификации субъектов бизнеса Алтайского края по возможностям взаимодействия с властью и реализации инвестиционных проектов;
- 3) Популяризация и активное привлечение представителей бизнеса к работе общественных советов по развитию предпринимательства, отраслей экономики и территорий.

Сегодня особую актуальность обретает необходимость формирования положительного общественного мнения о сотрудничестве власти и бизнеса как фактора успешного развития территорий. [3]

Решением обозначенной проблемы может стать реализация «Медиа-проекта: Алтай – территория развития», который ориентирован на различные слои населения.

Формы медийного диалога - информационные ресурсы в т.ч. региональных СМИ:

- 1) Рубрика «Дневник диалога» в молодежном журнале «Алтай молодой»;
- 2) Информационная специализированная рубрика в издании алтайской торгово-промышленной палаты «Наше дело»;
- 3) Рубрика «Социальное партнёрство: бизнес и власть» в издании «Местное самоуправление на Алтае»;
- 4) Телевизионная передача «Аспекты взаимодействия» на канале «Катунь-24»;
- 5) Информационный портал (совместный проект Правительства и бизнеса края, информационного агентства Алтапресс, газеты Алтайская правда) «Регион: власть+бизнес+инновации»;
- 6) Социальная реклама;
- 7) Издание ежегодного презентационного видеоролика и буклета «Власть и бизнес: диалог ради будущего».

Использование предложенных форм медийного диалога позволит сформировать общественное мнение население региона о конструктивном характере, согласованной политики сотрудничества власти и бизнеса, и его роли в развитии территорий.

Подводя итоги рассматриваемой темы, необходимо отметить, что партнёрские отношения власти и бизнеса в интересах развития территорий – это инвестиции, имеющие общественную значимость государственные и частные вложения в отрасли общественного производства (инфраструктурные проекты, здравоохранение, энергетика, транспорт и культура, строительство и ЖКХ и тд.) для развития человеческих ресурсов, доход от которых будет в долгосрочном периоде поступать в виде устойчивого роста благосостояния населения территории.

Список использованных источников:

1. Шуртушина Е.А. Государственно-частное партнёрство как эффективная форма взаимодействия власти и бизнеса/ Вестник общественных наук, №1. 2012 г.
2. Межина М. В. Совершенствование агро-социальной системы муниципального района на материалах Алтайского края: диссертация кандидата экономических наук: 08.00.05.
3. Ларченко И.А., Способы сотрудничества власти и бизнеса: анализ региональных аспектов взаимодействия/ Вестник самарского университета. 2013 г.

ЗАВИСИМОСТЬ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АЛТАЙСКОГО КРАЯ ОТ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА

Жихарев Иннокентий Иванович – студент

*Научный руководитель – Межина Марина Валерьевна, кандидат
экономических наук, Финансовый университет при Правительстве РФ,
Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: reg_ekonomika@mail.ru*

Аннотация: Статья посвящена значению налогов в инвестиционной активности предприятий Алтайского края. Рассмотрены меры государственной поддержки в области стимулирования инвестиционной деятельности.

Ключевые слова: инвестиционная активность, налоговая политика, государственная поддержка, Алтайский край.

Алтайский край на сегодняшний день является дотационным регионом Российской Федерации. С переходом на рыночную экономику край сохранил и в перспективе обозначил приоритетной для развития отрасль - сельское хозяйство, ведь отличительной чертой региона является высокая доля сельского населения - 44,4%.

Туризм сегодня так же стал значимым направлением в развитии края, мы видим, что на территории края динамично развивается особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь», автотуристский кластер «Золотые ворота», кластер «Белокуриха», субкластер «Белокуриха-2», субкластер «Сибирское подворье», туристско-рекреационный кластер «Барнаул – горнозаводской город».

Текущий этап развития экономики страны связан с активным процессом поиска и разработки новых рыночных механизмов, способствующих повышению эффективности производственных предприятий, внедрению новых инновационных проектов, созданию благоприятных условий для ликвидации вопроса импортозамещения.

Возможным решением обозначенных проблем может стать стимулирование инвестиций в местные экономики, которые представляют собой финансовые и иные средства, используемые для получения определенного положительного результата (экономического, социального, интеллектуального и т.д.)

Уровень инвестиционной активности зависит от нормы прибыли предприятия. Норма прибыли складывается из различных факторов, среди которых: сфера деятельности предприятия, срок оборота капитала, размер затрат, необходимых для получения предпринимательской прибыли – в эти затраты и включаются расходы на уплату налогов.

Задача повышения инвестиционной активности хозяйствующих субъектов обуславливает необходимость выработки эффективных инструментов налогового регулирования и стимулирования в Алтайском крае.

Налоговые доходы на региональном уровне составляют до 60% доходов консолидированного бюджета края это – 45,5 млрд. рублей. За январь-июль 2015 года положительный финансовый результат (прибыль – убыток) организаций (без банков, страховых организаций и бюджетных учреждений, без субъектов малого предпринимательства) в действующих ценах составил 18352,0 млн рублей (514 организаций получили прибыль в размере 22692,4 млн рублей, 225 организаций имели убыток на сумму 4340,4 млн рублей).

На 1 августа 2015 по сравнению с 1.08 2014 года доля убыточных организаций увеличилась на 0.9 % и составила – 30,4 % общего числа. Число убыточных организаций уменьшилось на 32, или на 12,5 %, сумма убытка увеличилась на 8,4 %. В общем итоге по краю 33,7 суммы убытка и 20,4% убыточных организаций приходились на организации обрабатывающих производств, соответственно 22,7 и 7,1% - на организации операции с недвижимым имуществом, аренды и предоставления услуг.

Ведущими видами экономической деятельности в промышленности края являются производство пищевых продуктов, машиностроительной продукции (вагоно-, котло-, дизелестроение, сельхозмашиностроение, производство электрооборудования), производство кокса, резиновых и пластмассовых изделий, а также химическое производство.

Так, на 1 апреля 2015 года действуют 54 тыс. 594 индивидуальных предпринимателей в Алтайском крае. В первом полугодии на территории Алтайского края зарегистрировано около 3 тысяч юридических лиц и 5,4 тысячи индивидуальных предпринимателей. По специальным налоговым режимам, на которых работает практически вся сфера малого и среднего предпринимательства, зафиксирован рост поступлений. По ЕНВД и УСН рост составил 166 млн. рублей, по единому сельхозналогу – 43 млн. рублей, или 60%.

Но, сегодня у бизнеса существуют и проблемы: уходить "в тень" заставляют постоянно изменяющиеся правила игры – обязательные взносы и налоги для предпринимателей с завидной регулярностью повышают, а поддержки со стороны государства практически никакой. Банки предлагают кредиты начинающим предпринимателям за баснословные проценты. [2]

В сфере туризма государственное финансирование идет зачастую только на поддержку крупных федеральных масштабных проектов и компаний, на мой взгляд, выходом для малого бизнеса может служить эффективное муниципально-частное партнёрство.

Сегодня в крае реализуется государственная программа "Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае" на 2014 — 2020 годы:

- гранты для открытия собственного дела,
- возмещение затрат по договорам лизинга,
- возмещение части затрат при приобретении оборудования,

- субсидирование части банковской процентной ставки по кредитам, привлеченным на приобретение оборудования и строительство производственных помещений,

- заемные средства Алтайского фонда микрозаймов, поручительства Алтайского гарантийного фонда. Также реализуются мероприятия по поддержке муниципальных программ развития предпринимательства [1].

В 2014 году общая сумма средств государственной поддержки, предоставленной предпринимателям в рамках реализации всех отраслевых программ на территории региона, составил более 3,5 млрд. рублей, получателями стали около 8 тыс. 400 хозяйствующих субъектов.

Эффективность реализации мер государственной финансовой поддержки на территории края составила один к шести: на каждый рубль финансовой поддержки в виде налоговых поступлений в бюджеты различных уровней вернулось шесть рублей.

Сегодня в регионе сформированы новые механизмы управления инвестиционной деятельностью:

- Принят закон «Об инвестиционной деятельности в Алтайском крае», где предусмотрены дополнительные меры поддержки и страхования рисков инвесторов.

- Развивается система государственной поддержки инвесторов.

- Внедрен стандарт деятельности органов исполнительной власти субъекта РФ по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в регионе.

В части патентной системы налогообложения предполагается привязка размера патента к численности экономически активного населения в том или ином муниципальном образовании. Снижается размер патента для социально значимых видов бизнеса, признанных приоритетными в регионе или территории (к примеру, импортозамещающими). Снижается прямая зависимость размера патента от численности работающих, чтобы стимулировать, таким образом, занятость населения, особенно в сельской местности.

Нельзя сегодня обойти вниманием «Налоговые каникулы». С 2016 года на территории края, вновь зарегистрированные индивидуальные предприниматели на упрощенной и патентной системах в первые два года работы освобождаются от уплаты налогов. Освобождение от уплаты налогов будет действовать до 2020 года. Налоговые каникулы предоставляются для ИП в следующих сферах: производственной, социальной, научной.

Но, у «налоговых каникул», на мой взгляд, имеется два противоположных результата: с одной стороны, они активизируют бизнес, а с другой – повлекут серьезное выпадение доходов муниципальных бюджетов.

Ещё одним перспективным направлением может стать игорный бизнес, созданный с целью пополнения регионального бюджета: сумма налоговых отчислений в бюджет Алтайского края от игорного бизнеса уже составила 4,75 миллиона рублей за первые четыре месяца 2015 года. За один игровой стол в бюджет платится 125 тысяч рублей, за один игровой автомат – 7,5 тысячи

рублей, за один процессинговый центр букмекерской конторы – 125 тысяч рублей, за один пункт приема ставок букмекерской конторы – 7 тысяч рублей [3].

По характеру и динамике процессов, которые происходят в инвестиционной сфере, можно судить об общем состоянии дел в экономике региона или страны в целом. Экономика Алтайского края нуждается в инвестиционных средствах. Стимулирующим инструментом повышения может стать грамотная налоговая политика, действующая в интересах предприятий различных отраслей хозяйства. Наш край имеет хорошие условия для развития санаторно-курортной сферы, туризма, агропромышленного комплекса и др. секторов промышленности.

Инвестиционный климат Алтайского края можно улучшить посредством расширения определенных финансовых и налоговых стимулов. Например, налоговые и таможенные льготы, льготы по аренде земли, доступ к льготному финансированию, гарантии и т.д. Также необходимо дальнейшее развитие базовой инфраструктуры и создание эффективных процессов привлечения средств и взаимодействия с потенциальными инвесторами.

Кроме того, вся система налоговых мер должна ориентироваться на усиление инвестиционной активности и технологического развития производства на базе инноваций. основополагающим инструментом стимулирования должны стать налоговые послабления, в частности льготы, вычеты, преференции.

Список использованных источников:

1. Постановление Администрации Алтайского края от 24. 01. 2014 г. №20 Об утверждении государственной программы Алтайского края «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае» на 2014 - 2020 годы.

2. Предприниматели Алтайского края – [Электрон. ресурс] Режим доступа: <http://www.amic.ru/news/297346/>, «Амител» — информационный сервер Алтайского края. (Дата обращения 12.06.2017).

3. Налогообложение в Российской Федерации/ действующие в РФ налоги и сборы – [Электрон. ресурс] Режим доступа: <https://www.nalog.ru>. (Дата обращения 12.06.2017).

ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ НА СОЛЕННЫХ ОЗЕРАХ ЗАВЬЯЛОВСКОГО И РОМАНОВСКОГО РАЙОНОВ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Зуева Виктория Алексеевна, студент

Научный руководитель: Разгон Антон Викторович, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия

E-mail: AVRazgon@fa.ru

Аннотация: В статье анализируются возможности развития туристического продукта, предлагаемого Завьяловским и Романовским районами Алтайского края, на основе формирования так называемого портрета покупателя с выделением его основных черт, особенностей потребления, размеров и направлением расходования денежных средств во время отдыха.

Ключевые слова: портрет покупателя, средний чек, потребительская лояльность, лечебно-оздоровительный туризм.

Завьяловский и Романовский районы, находящиеся в степной зоне, в северо-западной части Алтайского края, характеризуются географическим соседством и предлагают туристический продукт, схожий по своим свойствам и целевым потребителям, – лечебно-оздоровительный отдых на соленых озерах. Популярность отдыха на соленых озёрах возрастает с каждым годом, о чем свидетельствуют данные учета приезжающих (таблица 1).

Таблица 1 – Туристический поток в Завьяловский и Романовский районы Алтайского края в 2013-2016 гг., чел. [1, 2]

Наименование района	2013	2014	2015	2016
Завьяловский район	42365	46000	52078	52100
Романовский район	7300	10500	16315	27781

Для определения маркетинговых возможностей развития туристического продукта, предлагаемого Завьяловским и Романовским районами, целесообразно провести анализ его целевых покупателей. Для этих целей воспользуемся результатами научного исследования по определению «среднего чека» на оказание туристских услуг в Романовском и Завьяловском районах Алтайского края, проведенного на базах отдыха в июле 2016 г. по заказу КГБУ «Туристический центр Алтайского края» барнаульской компанией ASBA-консалтинг. Результаты исследования до этого не публиковались, не размещались в сети интернет и не были представлены каким-либо иным способом широкой общественности.

В данных туристических зонах отдыхает население всех возрастов, подавляющее большинство из них – люди семейные (78%), практически половина отдыхающих имеет детей в возрасте до 17 лет (47,5%) [3, с.12].

Приезжающие на соленые озера – это в основном жители Алтайского края (51,0%), Кемеровской (23,5%) и Новосибирской (19,5%) областей [3, с. 15]. Большинство приезжающих (почти 80%) размещается на озерах что называется «дикарями» [3, с.8].

Уровень дохода у опрошенных туристов различный – примерно половина из них (53,6%) сообщили, что имеют доход в месяц на одного члена семьи от 10000 до 25000 рублей, 19,3% – имеют доход до 10000 рублей на одного члена семьи в месяц и 27,3% – имеют доход от 25000 рублей на одного члена семьи в месяц [3, с. 15].

Три четверти отдыхающих на озерах делали это в 2016 г. не впервые [3, с. 4]. Это говорит о высокой лояльности отдыхающих как к отдыху на соленых озерах. Из тех респондентов, которые уже ранее отдыхали на озёрах Алтайского края, почти две трети в 2015 и 2016 гг. делали это от двух до пяти раз. 13,8% опрошенных респондентов – посещали озера более пяти раз за последние два года [3, с. 5].

Уровень удовлетворенности отдыхом опрошенных агентством ASBA-консалтинг респондентов достаточно высок – 68,5% респондентов оценили отдых на озерах Романовского и Завьяловского района на 5 баллов из пяти возможных, 26,0% – на 4 балла [3, с. 9]. Лояльные отдыхающие не только положительно оценивают свой отдых в большинстве случаев, но и вообще считают место своего пребывания лучшим на территории Алтайского края.

Для 41,3% опрошенных респондентов оздоровительный эффект, который они получают от пребывания на соленых озерах, стал основным критерием выбора именно этого места для отдыха [3, с. 6].

Характерно, что при высокой лояльности гостят отдыхающие на соленых озерах в массе своей не долго. По-видимому, это объясняется желанием посетить в течение летнего сезона несколько туристических мест региона, а может просто невозможностью получить отпуск в летнее время. По данным ASBA-консалтинг, предпочтения относительно продолжительности пребывания выглядят следующим образом [3, с. 8].

Примерно половина опрошенных респондентов приехали на 1-3 дня (выходные дни с пятницы по воскресенье), 40% респондентов отметили, что их отдых продлится от 4 до 7 дней. 12% отдыхающих сообщили, что приехали на период более семи дней, в этой группе встречались люди, которые приехали на месяц и даже на весь сезон. Следует отметить то, что отдых на озёрах является семейным, так как 83% респондентов, сообщили, что приехали на отдых всей семьёй, часть из них (16%) добавили, что отдыхают с семьями в компании друзей (компания из нескольких семей) [3, с. 9].

Далее рассмотрим информацию, представленную в отчете ASBA-консалтинг, касающуюся затрат туристов на проживание, питание, развлечения и экскурсии, сувенирную продукцию и другое. Именно эта информация позволяет сделать о уровне платежеспособного спроса отдыхающих и дать

пищу для размышлений о возможности развития предоставляемых услуг и потребностей целевых клиентов.

Обобщённая информация о всех тратах отдыхающих, представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Средние затраты одного туриста на территории Романовского и Завьяловского районов Алтайского края

Статья затрат	Величина затрат, рублей	Примечания
Проживание	270,0	В сутки
Питание	430,0	В сутки
Другие затраты	24,0	В сутки
Итого затраты в сутки:	724,0	В сутки
Развлечения и экскурсии	659,5	За поездку
Сувенирная продукция	474,0	За поездку

Итак, проведенный в июле 2016 года компанией ASBA-консалтинг опрос четырехсот туристов, отдыхающих на территории Романовского и Завьяловского района, показал, что затраты одного отдыхающего в среднем составляют в сутки 724,0 рубля (проживание, питание, затраты на уголь, газ и дрова). Кроме того, за одну поездку 659,5 рублей в среднем отдыхающий тратит на экскурсии и другие развлечения, 474 рубля расходуется на сувенирную продукцию.

Следует отметить, что опрос – это не самая надежная технология сбора первичных данных ввиду невысокой точности получаемой информации. Люди не склонны делиться достоверной информацией о себе. В частности, в местах потребления, а опрос проводился непосредственно на базах отдыха, люди склонны завышать уровень своих доходов и расходов с целью демонстрации достатка. Поэтому эти данные продуктивно сопоставить с другими источниками информации, например, данными учета баз отдыха. Однако получить эту информацию нереально, т.к. предприниматели еще более закрыты, чем люди и считают все это своей коммерческой тайной. Можно просто применить какой-нибудь корректирующий коэффициент в сторону уменьшения показателей в ответах. На наш взгляд, уменьшение полученных значений на 10-20% даст реальные представления о ситуации со средним чеком и, соответственно, с платежеспособным спросом на соленых озерах Завьяловского и Романовского районов.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт Завьяловского района Алтайского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://www.zavyalovo-altai.ru> (дата обращения: 15.03.2017).

2. Официальный сайт администрации Романовского района Алтайского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://admromalt.ru> (дата обращения: 15.03.2017).

3. Научное исследование по определению «среднего чека» на оказание туристских услуг в Романовском и Завьяловском районах Алтайского края. – 2016. – 15 с.

ИННОВАЦИОННО-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ СИСТЕМА РЕГИОНА: ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И АКТУАЛЬНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЯ

*Ким Виктор Геннадьевич, магистрант Новосибирского национального
исследовательского государственного университета,*

630090, г. Новосибирск, ул. Пирогова, 2, E-mail: kim_vg94@mail.ru;

*Дубина Игорь Николаевич, доктор экономических наук, профессор
Новосибирского национального исследовательского государственного
университета и Алтайского государственного университета,*

656049 г. Барнаул, пр. Ленина, 61, E-mail: igor_dubina@yahoo.com

Аннотация: в докладе представлены определения, в том числе авторские, различных терминов, связанных с понятием «инновационно-предпринимательская система региона». На основе анализа литературы по данной тематике с использованием наукометрических баз Scopus, Web of Science, e-library (РИНЦ), а также специализированной научно-ориентированной поисковой системы Google Scholar, обоснована новизна и актуальность тематики исследований региональных инновационно-предпринимательских систем.

Ключевые слова: инновации, предпринимательство, инновационная система, инновационно-предпринимательская система региона.

Инновационно-предпринимательская система (ИПС) региона, является новым понятием, возникшем как пересечение понятий “инновационная система” и “предпринимательская система”. Перед рассмотрением проблем определения и анализа ИПС региона необходимо дать определение основным терминам, являющимися базовыми для формирования понятия ИПС, таким как “инновация”, “инновационная система” и другим.

Инновация - это понятие, которое имеет важное значение в наше время и очень часто используются в экономике. В то же время, несмотря на большую распространенность и широкий спектр областей, где этот термин используется, его не определяют однозначно, соответственно перед работой с этими понятием, необходимо уточнить определение. В рамках своей исследовательской работы каждый автор дает собственное определение.

Например, по мнению Грищенкова А.И., Дмитриева Е.А., Легченко М.А [1], инновация определяется как новый или улучшенный продукт, или новый процесс, который был введен в использование. Космагамбетова С.Т. [2] определяет инновацию как результат, представленный на рынке в виде новой продукции, метода и т.д.

Опираясь на труды, посвященные данной теме, сформулируем собственное определение для дальнейшей работы с ним. Инновация – это результат исследований, представимый в виде новой техники, продукции, знаний или метода, использующийся в практической деятельности.

Также сформулируем следующие термины, опираясь на определения, которые дали другие авторы.

Инновационный процесс - процесс создания, развития и внедрения новых продукции, технологий, методов (инновации) для использования в практических целях. Инновационный процесс является совокупностью научной, технической и организационной деятельности.

Инновационная система - совокупность различных субъектов и объектов и их взаимодействия, деятельность которых направлена на создание и распространение новых знаний и технологий.

Инновационная система региона - совокупность различных субъектов и объектов и их взаимодействия на региональном уровне, деятельность которых направлена на создание и распространение новых знаний и технологий.

Предпринимательство – вид экономической деятельности, направленная на получение прибыли от производства и продажи товаров, оказания услуг, выполнения работ.

Инновационное предпринимательство – частный случай предпринимательства, в котором используются инновации и (или) присутствует инновационный процесс.

Инновационно-предпринимательская система – совокупность субъектов и объектов, занимающиеся инновационной и (или) предпринимательской деятельностью, и их взаимодействия.

После определения ключевых терминов, требуется обосновать, необходимость выделения ИПС как отдельного объекта исследования, научную новизну и актуальность данного понятия.

Соответственно, был проведен анализ литературы, которая посвящена интересующей нас тематике. Для такого анализа использовались наукометрические базы данных Scopus, Web of Science, e-library (РИНЦ), а также специализированная научно-ориентированная поисковая система Google Scholar. В таблице 1 приведены численные результаты поиска литературы по соответствующей тематике данного исследования (показано количество статей, в которых встречаются интересующие нас термины в названии, ключевых словах и аннотации).

Таблица 1 – Результаты анализа литературы.

Термины	Результаты поиска	Термины	Результаты поиска
Инновация	Web of Science - 186201 Scopus - 302075 Elibrary - 506793 Scholar google - 402000	Инновационная система региона	Web of Science - 2989 Scopus - 4294 Elibrary - 5099 Scholar google - 247
Инновационный процесс	Web of Science - 46480 Scopus - 73728 Elibrary - 40987 Scholar google - 15600	Инновационное предпринимательство	Web of Science - 1633 Scopus - 1899 Elibrary - 5426 Scholar google -

			3850
Предпринимательство	Web of Science - 21400 Scopus - 26090 Elibrary - 62333 Scholar google - 193000	Инновационно-предпринимательская система	Web of Science - 351 Scopus - 1273 Elibrary - 33 Scholar google - 149
Инновационная система	Web of Science - 47960 Scopus - 96236 Elibrary - 43538 Scholar google - 11600		

На текущий момент создание, развитие и внедрение инноваций является одной из важных задач, результаты которой положительно скажутся на развитии экономического роста. Темы, такие как “инновационное предпринимательство”, “инновационная система”, “инновационный процесс”, является актуальными на сегодняшний день, существует достаточно большое количество статей по ним, которые исчисляются тысячами.

Однако, как видно из результатов поиска, количество статей посвященных инновационно-предпринимательской системе на несколько порядков меньше, чем количество статей, посвященных инновационному предпринимательству, инновационной системе, предпринимательской структуре. Доля статей, которая описывает связанную с тематикой данного исследования, меньше 1%. Похожая ситуация наблюдается и в иностранных, и в российских источниках. Полученные результаты свидетельствуют о новизне и актуальности данной тематики.

Список использованных источников:

1. Грищенко А.И., Дмитриева Е.А., Легченко М.А. Инновации - определение, классификация, стадии / Вестник Брянского государственного университета // №3/2014

2. Космагамбетова С.Т. Теоретические аспекты определения инновации как фактор экономического роста / Основы экономики, управления и права // №3(9)/2013

ВЛИЯНИЕ НЕРАВНОМЕРНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ СФО НА РЕГИОНАЛЬНУЮ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ

Кобрин Михаил Юрьевич, студент,

*Научный руководитель: Санникова Инна Николаевна, доктор экономических наук, профессор, МИЭМИС, Алтайский государственный университет, 656049, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.61, Россия
E-mail: kobrimiha@gmail.com*

Аннотация: в статье рассматривается проблема неравномерного экономического развития регионов Сибирского федерального округа и влияние этой неравномерности на региональную экономическую безопасность. Дается определение понятия региональная экономическая безопасность. Приводятся основные показатели, по которым можно судить о неравномерности развития и уровне этой безопасности. При оценке неравномерности развития регионов основной упор делается на ВРП, долю инвестиций в регионы в общем объеме инвестиций и на рейтинг инвестиционной привлекательности регионов, предоставленный рейтинговым агентством РАЕХ. Также предлагаются меры для преодоления неравномерности экономического развития регионов.

Ключевые слова: региональная экономическая безопасность, ВРП, инвестиции, угрозы, неравномерность экономического развития регионов, регионы СФО, экономическое развитие.

Тема региональной экономической безопасности очень актуальна, т.к. она оказывает непосредственное влияние на государственную экономическую безопасность. Однако при оценке региональной безопасности не всегда можно применять те же приемы и методы, что на государственном уровне.

Экономическая безопасность региона – это комплекс мер, направленных на устойчивое, постоянное развитие и совершенствование экономики региона, включающий механизм противодействия внешним и внутренним угрозам [2].

В интересы каждого региона входит стабильное и продолжительное развитие, приумножение демографического, социального и экономического потенциала. Однако это затруднительно из-за неравномерности экономического развития, которая существенно усиливается в условиях кризиса.

Основным показателем для оценки региональной экономической безопасности является ВРП [1,3]. И одной из проблем является различная динамика изменения ВРП в регионах СФО, что представлено в таблице 1, как следствие возникает угроза того, что отсталые регионы будут отставать еще сильнее, а более развитые регионы будут увеличивать темпы роста развития, тем самым усиливая неравномерность экономического развития.

Таблица 1 – ВРП на душу населения, рублей*

	2010	2011	2012	2013	2014	Темпы роста 2014г. к 2010г.
Сибирский федеральный округ	214402	249420	269171	287294	316380	1,47564
Республика Алтай	108730	127150	145400	157887	184011	1,69238
Республика Бурятия	137565	158137	169553	181828	189326	1,37626
Республика Тыва	99999,9	108178	120583	132746	149335	1,49335
Республика Хакасия	180352	212488	245294	265861	299913	1,66293
Алтайский край	124956	137677	153557	173764	187587	1,50123
Забайкальский край	150549	184869	204112	209781	209003	1,38827
Красноярский край	372848	413172	416273	441085	498372	1,33666
Иркутская область	224364	261550	304546	332701	375482	1,67354
Кемеровская область	226198	272564	261527	243932	273825	1,21055
Новосибирская область	181733	223623	269870	300523	326868	1,79862
Омская область	193216	228487	248940	279510	303089	1,56865
Томская область	272577	317037	350117	377218	399208	1,46457

*-данные представлены Федеральной службой статистики РФ [5]

С целью дальнейшего анализа поставленной проблемы был рассмотрен показатель доли инвестиций в регионы в общем объеме инвестиций, т.к. корреляционный анализ показал сильную связь между этим показателем и ВРП (коэффициент корреляции равен 0,96). Также были приведены оценки инвестиционной привлекательности от агентства RAEX [4]. Судя по данным можно говорить, что возникает угроза экономической безопасности регионов с низкой оценкой, так как наблюдается отток капитала и специалистов в более привлекательные регионы.

Отставание одних регионов от других также оказывает негативный эффект на государство, потому что ему приходится финансировать данные регионы из бюджета и сокращать бюджетные ассигнования в другие, возможно, более прибыльные и важные сферы.

Вывод: региональная экономическая безопасность заслуживает внимания не меньше, чем государственная, так как она оказывает прямое воздействие на

безопасность и государства и отдельных предприятий. Особенно остро на экономическую безопасность регионов влияет различие их уровня экономического развития. Требуется разработка и применение комплекса мероприятий для сглаживания неравномерности экономического развития.

Список использованных источников:

1. Денежкина И.Е., Суздалева Д.А. Система показателей для мониторинга экономической безопасности региона. Эффективное антикризисное управление. 2011;(3):96-101. DOI:10.17747/2078-8886-2011-3-96-101
2. Лаврут Н.С. Экономическая безопасность регионов как основа безопасности страны // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. XXII междунар. науч.-практ. конф. – Новосибирск: СибАК, 2013.
3. Новикова И. В., Красников Н. И. Методика выделения индикаторов экономической безопасности региона // Пространство экономики. 2009. №2-3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/metodika-vydeleniya-indikatorov-ekonomicheskoy-bezopasnosti-regiona>.
4. Рейтинговое агентство RAEX. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов. URL: <http://raexpert.ru/ratings/regions/>
5. Федеральная служба государственной статистики URL: <http://www.gks.ru/>

К ВОПРОСУ ДИВЕРСИФИКАЦИИ РАЗВИТИЯ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ (НА МАТЕРИАЛАХ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)

Кривошеина Мария Юрьевна, студент

*Научный руководитель: Глотова Наталья Ивановна, кандидат экономических наук, доцент, Алтайский государственный аграрный университет, 656000, г. Барнаул, пр-т Красноармейский, 98, Россия
E-mail: kriv39@mail.ru @mail.ru*

Аннотация: В статье проведен анализ условий организации системы ипотечного жилищного кредитования в Алтайском крае. Выявлены направления диверсификации на рынке ипотечного кредитования. Обоснована необходимость государственной поддержки ипотечного жилищного кредитования для всего населения.

Ключевые слова: социально-экономические факторы, ипотечное кредитование, коммерческие банки, государственная поддержка, субсидирование, диверсификация.

Ипотечное кредитование представляет собой социально-значимый аспект современности. Первоочередной потребностью для каждого человека, для каждой молодой российской семьи является собственное жилье. Ипотека создает дополнительный спрос на жилье, поскольку без ипотечного кредитования подавляющее большинство населения не способно решить свою жилищную проблему в силу низкого уровня дохода. Проблема предоставления имущественных залоговых займов в настоящее время является одной из наиболее актуальных для многих регионов России, в том числе и Алтайского края [1].

Большинство будущих владельцев недвижимости вынуждены прибегнуть к помощи банков в области ипотечного кредитования. А, по мнению экспертов, главным драйвером кредитного рынка в Алтайском крае по-прежнему остается ипотека.

Ипотечный рынок представляет собой взаимосвязанную систему, состоящую из трех основных элементов рынка:

1. рынка ипотечных кредитов (первичного ипотечного рынка);
2. рынка ипотечных ценных бумаг (вторичного ипотечного рынка, который, в свою очередь, тоже делится на первичный и вторичный);
3. рынка недвижимости.

В Алтайском крае с января по февраль 2017 года банки выдали населению 1 411 ипотечных кредитов на приобретение вторичного жилья на общую сумму 1 млрд 780 млн руб. Такие данные обнародовал Центробанк. При этом в среднем заемщики оформляли ссуду на 15 лет под 12,08% годовых.

По прогнозам местных экспертов, несмотря на снижение ставки рефинансирования и широкий выбор квартир на рынке недвижимости, объемы

ипотечного кредитования упадут. Так, за аналогичный период прошлого года было заключено 1 766 договоров ипотеки на сумму 2 млрд 266 млн руб. Это подтверждает потерю интереса населения к приобретению жилья: те, у кого были средства и возможность, уже давно улучшили свои жилищные условия, инвестиции в недвижимость сократились до минимума, а многие хотели бы, да не имеют возможности обратиться к ипотеке.

Схожая ситуация наблюдается и в сегменте первичного жилья. За 2 месяца текущего года в регионе заключено 208 договоров ипотеки на сумму 401 млн руб. Средний срок кредитования составил 16,2 лет, а ставка – 11,58%.

При этом ровно два года назад число выданных кредитов на покупку строящегося и нового жилья было 672 на общую сумму 903 млн руб. Отметим, что срок, на который банки выдавали средства, был меньше – 15 лет. Это говорит о том, что граждане чувствуют финансовую нестабильность и пытаются уменьшить размер платежей по ипотечному кредиту [2].

Правительство приняло решение не продлевать программу ипотеки с господдержкой в 2017 году. В настоящее время банки предлагают ипотечные ставки от 12% и ниже.

В преддверии окончания программы господдержки ипотеки граждане активизировали спрос на такие кредиты. По итогам ноября объем ипотеки увеличился почти на 140 млрд руб., что стало рекордом с момента возобновления программы [3].

Несмотря на прекращение финансирования подпрограммы «Льготная ипотека для молодых учителей в Алтайском крае» на 2015-2020 гг. из федерального бюджета ее действие в Алтайском крае, одном из немногих субъектов Российской Федерации, продолжается. Сейчас в рамках действующей подпрограммы молодым учителям предоставляют субсидию на уплату первоначального взноса при получении ипотечного кредита на приобретение (строительство) жилья в размере 20% от расчетной стоимости жилья и льготный ипотечный кредит.

В краевом бюджете предусмотрено более 3 млн руб. на компенсацию части банковской процентной ставки 120 молодым учителям – участникам подпрограммы, оформившим ипотечные кредиты в 2013-2015 годах под процентную ставку, превышающую 8,5% годовых [2].

Результатом первых месяцев без государственной поддержки на рынке ипотеки в России стало существенное снижение объемов выдачи к 2015, и к 2016 году. Но говорить о том, что текущий год станет провальным для ипотеки, преждевременно.

Анализируя сложившуюся ситуацию на рынке ипотечного кредитования, нельзя не сказать о его диверсификации.

Конечно, дома в отдаленных районах Алтайского края продаются не очень хорошо. Более активны продажи в районах, близлежащих к Барнаулу, таких как, Первомайский, Павловский район – в тех, которые расположены не более 40 км от города.

Однако в последнее время появилась небольшая тенденция миграции населения из города в районы, занимающиеся сельским хозяйством. Так в первом полугодии 2016 года спрос на земельные участки под индивидуальную жилищную застройку вырос почти в 3 раза. На основании договоров купли-продажи зарегистрировано 711 прав на земельные участки как недвижимое имущество, тогда как в первом полугодии прошлого года – только 256. Высокий урожай прошлого года и успешная его реализации, особенно на фоне засухи и неурожая в европейской части России, способствовали тому, что население охотнее стало рассматривать такой вариант, как покупка недвижимости в сельской местности для занятия земледелием. Это не повальное движение, но оно все же присутствует. Полагаем, что сложившаяся тенденция сохранится, если экономическая ситуация на селе и дальше будет складываться благоприятно [5].

Затихание рынка ипотечного кредитования, на наш взгляд, связано как с неблагоприятной ситуацией в экономике, так и страхом людей брать ипотеку на большой срок с нестабильной экономической обстановкой.

Подводя итоги, нужно отметить, что на данном этапе прекращение федеральной поддержки привело к стагнации ипотечного кредитования. В 2017 году жители региона стали меньше брать ипотечных кредитов, чем в 2015 и 2016 годах. Вопросы жилищной ипотеки – важнейший вопрос социального и экономического развития Алтайского края. Ему уделяется большое внимание в течение последних нескольких лет. Первоочередная суть политики социального государства в том, что в центре всей работы государственных и муниципальных структур должен стоять человек с его жизненными потребностями.

По нашему мнению, кардинальное изменение ситуации возможно лишь при продолжении содействия государства и активизации роста экономики. Ранее полученный эффект от реализации государственной программы заставит задуматься о возобновлении государственной поддержки ипотечного кредитования для всего населения.

Список использованных источников:

1. Ипотечное кредитование [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://scienceproblems.ru/ipotechnoe-kreditovanie/2.html>
2. Недвижимость [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://realtai.ru>
3. Издательский дом Коммерсантъ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.kommersant.ru>
4. Информационный портал «Все об ипотеке» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.vse-obipoteke.ru>
5. Глотова Н.И. Формирование институциональной среды банковского сектора как инструмента расширения доступа сельского населения к кредитно-финансовым ресурсам. – В книге: Аграрная наука - сельскому хозяйству сборник статей: в 3 книгах. Алтайский государственный аграрный университет. 2016. С. 197-199.

ФИНАНСОВАЯ БЕЗГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ: ИНДИВИДУАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА ИЛИ ПРОБЛЕМА ГОСУДАРСТВА

Виктория Алексеевна Леванюк, магистрант

*Научный руководитель: Глотова Наталья Ивановна, кандидат
экономических наук, доцент, Алтайский государственный аграрный
университет, 656000, г. Барнаул, пр-т Красноармейский, 98, Россия
E-mail: shcherbakova5@mail.ru*

Аннотация: В статье рассматривается проблема финансовой безграмотности населения. Приведены данные исследований, как в России, так и в сравнении с другими странами. Выявлены последствия финансовой безграмотности населения отдельно для индивида и государства в целом.

Ключевые слова: финансовая грамотность, финансовая безграмотность населения, денежные средства, доходы, расходы, государство.

Наше финансовое состояние зависит не от наших доходов – оно зависит от того, насколько грамотно мы расходует наши деньги [1].

Изучение основных финансовых понятий и возможность их применять в реальной жизни предоставляет возможность индивиду грамотно управлять своими денежными средствами. К самым главным умениям в области финансовой грамотности человека, на наш взгляд, можно отнести способность вести учет доходов и расходов, избегать излишней задолженности, планировать личный бюджет, создавать сбережения, а также хорошо разбираться в продуктах, которые предлагают финансовые институты, покупая их осознанно, делая личный здравый выбор и, наконец, уметь использовать накопительные и страховые инструменты [2].

Мы согласны с тем, что в России финансовая грамотность находится на низком уровне. Большая часть граждан Российской Федерации строят планы по управлению своими финансами и воплощают их в жизнь не на основе анализа получаемой информации, а на рекомендациях друзей и близких или заинтересованных представителей финансовых учреждений. Немаловажной является информация о том, что в нашей стране невысокая информированность населения о том, какими правами и возможностями может воспользоваться потребитель финансовых услуг, и какую защиту можно получить в случае нарушений. Например, свыше 60% семей не осведомлены об обязанности банков, предоставлять информацию об эффективной процентной ставке по кредиту, лишь 11% знают о том, что отсутствует государственная защита в случае утраты собственных средств в инвестиционных фондах. Около 28% населения не несет личную ответственность за свои финансовые решения, полагая, что государство все должно покрывать [3].

Данная статистика демонстрирует, что разрабатывать программы для повышения финансовой грамотности населения необходимо, начиная с государственного уровня.

Начали обсуждать проблему финансовой неграмотности населения в России в 2006 году на встрече в Санкт-Петербурге министров финансов G8, после которой меры по формированию финансовой грамотности в России нашли отражение в целом ряде документов президента и правительства Российской Федерации.

К примеру, в Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года повышение финансовой грамотности отмечено в качестве одного из главных направлений формирования инвестиционного ресурса. В Стратегии развития финансового рынка РФ на период до 2020 года оно указывается как один из важнейших факторов развития финансового рынка в нашей стране.

По итогам исследования, которое проводили эксперты Высшей школы экономики (ВШЭ), уровень финансовой безграмотности россиян в 2017 году поднялся до максимального уровня за девять лет. По их данным, 20% россиян в конце предыдущего года оценили уровень собственных знаний в финансовой среде как нулевой. Ранее большее количество людей, которые не разбираются в финансовых делах, было в России в 2008 году.

По большей части неудовлетворительными свои знания и навыки в финансовой сфере оценивают 46% россиян, что несколько выше, чем в предыдущие два года. А вот доля «отличников» четко удерживается на уровне 2% с 2008 года, единственным исключением стал 2010-й, когда их доля выросла до 3%.

В отчете ВШЭ показывается, что граждане России не так уж плохо справляются с финансовыми подсчетами. Например, разобрать простые и сложные банковские проценты в тестировании смогли 45% участников опроса, что ориентировочно соответствует уровню Венгрии (46%) и Германии (47%). С вопросами о том, какую прибыль можно получить от вклада в банк на определенный срок под определенный процент, как скорректирует доходы инфляция, как не прогадать со скидкой на распродажах и т.д., справились от 50 до 76% респондентов.

На наш взгляд, навык подсчета процентов реальной картины финансовой грамотности не предоставляет. Главное не только арифметика, но и владение информацией о рынке, установки в обращении с личными финансами. Нужно отметить: здесь у населения возникают серьезные проблемы. 9% участников опроса ВШЭ сознались в том, что подписывают многие договоры, не читая их. Еще 26% подтвердили, что пытаются читать договоры, но подписывают, даже если что-то было непонятно.

Более половины жителей России, судя по результатам исследования ВШЭ, не ведут письменного учета своих доходов и расходов, примерно каждому десятому не известно, сколько именно денег он получает и сколько тратит в течение месяца.

Основные правила инвестирования сбережений также знают далеко не все. В частности, доля тех, кто понимает, что чем выше предлагаемая доходность, тем выше и риск, в 2016 году составляла лишь 29% от общего числа респондентов. То, что государство гарантирует компенсацию только по вкладам в банках, понимает лишь треть.

Мы считаем, что задача просвещения в таких условиях остается одной из главных. При этом препятствовать ее решению может не только нехватка соответствующих программ, но и менталитет самих людей. Далеко не все граждане понимают, что убытки при финансовых операциях их личная ответственность, и в случае возможных потерь традиционно надеются на помощь государства [4].

К сожалению, на сегодняшний день по-прежнему большинство россиян получают теоретические знания в области финансов самостоятельно, посредством специализированных интернет-сайтов, телепередач, литературы, новостей, посещая курсы и тренинги, а опыт приобретают путем собственных проб и ошибок [5].

Для государства и банковской системы безграмотность населения опасна тем, что, во-первых, изымается из денежного оборота значительный объем наличных средств, который люди хранят дома, а не в банках. Во-вторых, замедляется оборачиваемость денежных средств за счет необходимости приема, проверки, упаковки, перевозки, хранения и выдачи наличных денег. В-третьих, рост просроченной задолженности по кредитам населению: появляются фирмы, предлагающие помощь в получении банковских кредитов и поддержку при затруднениях с выплатами по банковским ссудам, т.е. при невозвратных кредитах [6].

Финансово неграмотное население является питательной средой для коррупции, теневого денежного оборота и имущественных преступлений.

Финансовая безграмотность, на наш взгляд, является основой недоверия и к финансовой системе России. Изучая масштаб такого влияния, необходимо помнить то, что достаточно долгое время в разум россиян внушалось негативное отношение к банковским служащим, банкирам, банкам (официальная пропаганда, кино, литература, начиная с детской) как к непроизводительной отрасли экономики. Такая генетическая память соответственно усиливает отрицательное отношение к общению с банками [7].

Иной пережиток прошлого – желание переложить ответственность на других, на государство. Это дает возможность осознанно не тянуться к элементарным знаниям, не вникать в содержание в данном случае банковских документов – «все равно государство обязано будет вернуть, оплатить или компенсировать». Такие два фактора, в настоящее время, оказывают достаточно сильное влияние на финансово безграмотных людей.

Для ликвидации данного негатива необходимо в школьное образование включить курс основ экономики, а внутри него предусмотреть раздел «Банковские услуги в быту и деловой жизни». Возможно, следует исключить из употребления термин «реальный сектор экономики», предполагающий

наличие «нереального сектора», заменив его на термин «нефинансовый сектор», дополняющийся «сектором финансовым».

Надо систематически освещать в средствах массовой информации текущие события в банковском секторе, не ограничиваясь проблемными вопросами и надуманными сенсациями. Специализированным изданиям финансовой отрасли надо настойчиво и систематически разъяснять читателям суть и общественную значимость банковской деятельности. В идеале понятие «банк» должно получить в сознании человека совершенно четкое содержание, такое как «школа», «аптека» или «поликлиника».

Росту финансовой грамотности населения очень мешает нежелание и неумение читать, понимать и сознательно подписывать коммерческие документы: договоры, поручительства, расписки, заявления (и не только банковские). Реальная возможность получить в магазине нужный товар без денег в кошельке или значительный кредит за 15 минут при предъявлении двух-трех документов поддерживает это нежелание и неумение: клиент спрашивает, «где подписать», и его почти не интересует, «что подписать». Получив товарный или денежный кредит, он в лучшем случае помнит, сколько документов подписал. Хорошо, если позже посмотрит, когда и сколько надо платить. А вот ответственность за просрочку и невозврат может при этом оказаться подписанной, но непрочитанной до появления на пороге взыскателей.

Резюмируя вышесказанное, можно сделать соответствующие выводы: финансовая грамотность населения – это проблема всей нации и чем скорее это поймут люди, тем скорее мы начнем жить лучше.

Список использованных источников:

1. Newsli // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.newsli.ru/news/russia/obschestvo/20193>.

2. Глотова Н.И. Формирование институциональной среды банковского сектора как инструмента расширения доступа сельского населения к кредитно-финансовым ресурсам. – В книге: Аграрная наука - сельскому хозяйству сборник статей: в 3 книгах. Алтайский государственный аграрный университет. 2016. С. 197-199.

3. Банки.ру // [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.banki.ru/wikibank/finansovaya_gramotnost.

4. РБК // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.rbc.ru/society/24/05/2017/59254dc79a7947cf222f46b6>.

5. Глотова Н.И., Борщева Е.С. Краудфандинг - как способ привлечения денежных средств и анализ клиентского интереса / Общество. Экономика. Культура: актуальные проблемы, практика решения: Сборник научных статей. В 2-х ч. Ч. 1 / VII Международная научно-практическая конференция (27 марта 2017 г.). Барнаул: Издательство Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики, 2017. С. 3-7.

6. Глотова Н.И. К вопросу развития некредитных финансовых организаций. – В сборнике: Социально-экономическая политика России при переходе на инновационный путь развития: материалы 8-й международной научно-практической конференции. Барнаул, 2016. С. 54-57.

7. Аналитический банковский журнал // [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.abajour.ru/pr-expert/pr_07.php.

О РОЛИ КУЛЬТУРНОЙ ПОЛИТИКИ В СОЦИАЛЬНО – ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ТЕРРИТОРИИ

Лесных Ксения Сергеевна, студент

*Научный руководитель: Лякишева Валентина Григорьевна, доцент
Алтайский государственный университет, 656049, г. Барнаул, пр-т Ленина,
д.61, Россия, E-mail: vova_new@mail.ru.*

Аннотация: В статье рассматриваются некоторые аспекты деятельности государственных и муниципальных органов в сфере культуры. Показана роль культурного туризма и его влияние на социально – экономическое развитие территории.

Ключевые слова: сфера культуры, социально – экономическое развитие территории, культурный туризм.

Рассматривая большой спектр показателей социально – экономического развития территории, мы пришли к выводу, что важную роль в этом процессе играет сфера культуры. Право на участие в культурной жизни и пользования учреждениями культуры, а также доступ к культурным ценностям каждого гражданина РФ гарантируются Конституцией РФ (ст. 44). Культурная политика государства и пути ее реализации находят отражение в федеральных, региональных и муниципальных программах.

Сфера культуры многогранна, поэтому целью данного исследования выбран один из её аспектов – культурный туризм. С нашей точки зрения, туризм является сферой услуг и имеет большое значение для социально – экономического развития, как отдельного муниципального образования, региона, так и для страны в целом. Возможно достижение колоссальной экономической выгоды, которая будет заключаться в пополнении бюджетов от продажи туров, изделий ремесел, сувенирной продукции и пр., а так же в привлечении инвестиций. Данная сфера регламентируется федеральными программами «Культура России (2012-2018 годы)» и «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» [1,2]. На сегодняшний день в крае реализуются: Концепции развития и поддержки в отрасли культуры в Алтайском крае, государственная программа Алтайского края «Развитие культуры Алтайского края» на 2015-2020 годы. Мы уже занимались исследованием данных концепций и программ ранее [3]. Вопросы участия государства и муниципальных органов в реализации политики в сфере культуры так же отражены в наших публикациях [4].

В марте 2017 г. на выставке «Интурмаркет 2017» состоялось торжественное открытие Дня Алтайского края. Туристическая индустрия стимулирует развитие 53 отраслей экономики, развитие малого и среднего бизнеса, сглаживание диспропорций территориального развития, увеличение налоговых поступлений в бюджеты всех уровней, увеличение объёмов

экспорта и др. Потенциал внутреннего и въездного туризма в РФ не исчерпан. Так, к примеру, средняя доля туризма в ВВП в разных странах равна 10%, а в России составляет 2,5%.

Культурный туризм несёт особое значение как для самих туристов (выполняет образовательные, познавательные, развлекательные функции, способствует развитию личности), так и для городов и регионов, которые развивают данный вид туризма. Возможно достижение колоссальной экономической выгоды, которая будет заключаться в пополнении бюджетов от продажи туров, изделий ремесел, сувенирной продукции и пр., а также в привлечении инвестиций. Для развития культурного туризма должен быть «фундамент», то есть те объекты и события, которые привлекут туриста, побудят его к посещению достопримечательностей историко-культурного наследия, музеев, фестивалей и т.д. Алтайский край имеет такой «фундамент». На сегодняшний день на территории края расположены 30 объектов культурного наследия федерального значения и 2216 объектов культурного наследия регионального значения. Ежегодно проходит мониторинг и реставрация объектов культуры.

В краевой столице г. Барнауле одна из масштабных реставраций была запланирована и уже частично реализована в рамках концепции «Барнаул - горнозаводской город». Цель проекта - восстановление исторического облика города, чтобы не только реконструировать центр для горожан, но и создать, таким образом, объект туристического интереса для гостей краевой столицы. В рамках туркластера построен бизнес-центр «Демидов», ресторан «Охотничий дворик». Завершается создание выставочного центра с дегустационным центром и музеем «Зарождение и развитие пчеловодства на Алтае». Планируется создание барнаульского «Арбата», на первой в городе пешеходной улице будут открыты лавки с сувенирной продукцией Алтайских мастеров[5].

За 2016 год в Алтайском крае прошло 90 мероприятий, носящих этнокультурный характер. Алтай славится своими творческими коллективами и масштабными фестивалями. Мероприятия привлекают к себе гостей не только края, России, но и гостей из других стран (Казахстана, Белоруссии и др.). В апреле 2016г. проведена V специализированная выставка «Алтай Тур. Алтай Курорт – 2016» (г. Барнаул) в рамках Международного туристского форума VisitAltai. Экспертному совету при Министерстве культуры РФ презентован двухдневный тур по городу «Барнаул ждёт вас». В 2016г. туристический поток в г. Барнауле возрос почти на 10 тыс. чел.[5].

Как вышеперечисленные, так и другие мероприятия, проводимые в сфере культуры в Алтайском крае, свидетельствуют о том, что у культурного туризма на Алтае есть перспективы развития. Считаем, что развитие данной отрасли станет весомым вкладом в социально – экономическое развитие территории.

Список использованных источников:

1. Федеральная программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)»: постановление правительства РФ от 2 августа 2011г. №644 (с изм. на 31.01.2017г.) [Электронный ресурс]. URL: <http://docs.cntd.ru/document/902295121>.
2. Федеральная программа «Культура России (2012-2018 годы)»: постановление правительства РФ от 3 марта 2013г. №186 [Электронный ресурс]. URL: <http://base.garant.ru/70149760/>.
3. Лесных К.С. Плановая политика муниципальных органов в сфере культуры г.Барнаула//Молодежь - Барнаулу Материалы XVI научно-практической конференции молодых ученых. Барнаул. 2014.
4. Лесных К.С. Антикризисная плановая политика органов власти в сфере культуры. Социально-политические и экономико-правовые проблемы общества: история и современность материалы XVIII Международной научно-практической конференции магистрантов и студентов, посвященной 70-летию Победы в Великой Отечественной войне. Барнаул. 2015.
5. История масштабного проекта [Электронный ресурс]. URL: <http://politsib.ru/projects/project/1>.
6. Основные итоги работы администрации города. Барнаул. 2016. / под общ. ред. В.С. Химочки. Барнаул. 2017.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РОССИИ: СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ

Лушева Дарья Александровна, студент

*Научный руководитель: Елистратова Татьяна Геннадьевна, кандидат экономических наук, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: dasha.lusheva@mail.ru*

Аннотация: В статье рассмотрена специфика осуществления благотворительной деятельности в России. Приведены примеры благотворительности в российской практике. Обозначены проблемы, с которыми сталкиваются благотворители и получатели помощи в России.

Ключевые слова: благотворительность, благотворительная деятельность, рейтинг благотворительности, некоммерческая организация

В условиях сохраняющейся экономической нестабильности, в российском обществе заметно увеличилось количество людей, нуждающихся в социальной поддержке. Миграция, безработица, преступность, рост социальных отклонений – все эти факторы определяют масштаб и остроту проблемы развития благотворительного движения в России. Законодательной основой осуществления благотворительной деятельности в России служит Федеральный закон №135-ФЗ «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях».

Вопросам корпоративной социальной ответственности компаний, в рамках которой осуществляется благотворительная деятельность, в настоящее время уделяется внимание в работах ряда теоретиков: Т.Г. Елистратовой [1, 2], Т.Е. Кузнецовой, О.П. Павлусенко [2], Г.Л. Тульчинского [3] и других.

Традиционно в качестве мотивов благотворительности выделяют альтруизм, благодарность обществу, налоговые льготы, привлечение клиентов, упоение собственными возможностями, имидж и рекламу [3, с. 42].

Анализ результатов мирового рейтинга благотворительности (World Giving Index) позволяет не только увидеть основные тенденции в изменении модели благотворительного поведения населения планеты, но и сравнить основные тренды развития благотворительной активности россиян с мировыми. По данным рейтинга, в 2015 году каждый седьмой россиянин (18% населения) ответил, что жертвовал деньги на благотворительность в течение месяца, предшествовавшего опросу, против 9% в 2014 году. Более трети респондентов-россиян (35%) заявили, что они оказывали помощь напрямую незнакомым людям (в 2014 году аналогичный показатель составил 32%). В общемировом зачете Россия занимает теперь 126 место [4]. О положительной динамике в области российской благотворительности свидетельствует тот факт, что если в 2005 году суммарный объем средств, собранных некоммерческими

организациями, составлял лишь несколько миллионов рублей, то уже в 2016 году он достиг около 30 миллиардов.

Благотворительные организации играют немаловажную роль в системе социальной помощи и защиты населения нашей страны. В настоящее время актуально создание российских благотворительных фондов, специализирующихся в разных сферах: поддержке научных, учебных проектов, семей погибших и раненых военнослужащих, помощь детским домам, больницам, предоставление средств на дорогостоящее лечение и др.

Примером активной благотворительной деятельности в современной российской практике является ОАО «Альфа-Банк». Он учредил программу «Линия жизни» для оказания помощи тяжелобольным детям, в которую включились Российский союз промышленников и предпринимателей и многие другие представители делового сообщества, выделившие средства для ее реализации. На сегодняшний день благотворительный фонд помощи тяжелобольным детям «Линия жизни» спас жизнь более 9532 детей по всей России [5].

Благотворительный фонд Владимира Потанина – один из первых частных фондов в современной России. Фонд проводит долгосрочные стипендиальные и грантовые программы по созданию и развитию эндаументов (целевых капиталов некоммерческих организаций). Общий грантовый фонд на программы поддержки сферы образования в 2015 году составил 130 млн. рублей, на программы развития культурных инициатив – 75 млн. рублей, на программы развития филантропии 17 млн. рублей [6].

По мнению специалистов, развитию благотворительности в России препятствует ряд проблем, которые обусловлены особенностями взаимодействия участников этого процесса. В их числе:

а) недоработки со стороны законодательства. Система налогообложения делает благотворительность невыгодным занятием как для самого благотворителя, так и для получателя помощи. Закон ограничивает и благотворительность зарубежного бизнеса;

б) благотворительность становится почти легальным каналом освоения политиками ресурсов коммерческого сектора, а то и коррупции. У чиновников существует убеждение в том, что благотворительность и спонсорство освободят их от груза ответственности, помогут залатать бюджетные дыры;

в) острой является проблема бухгалтерского и налогового учета. Для отдельных видов помощи (деньгами, товарами, услугами и т.п.) требуются разные типы договоров и форм учета;

г) благотворители в России практически не имеют от своей деятельности PR-отдачи, ради которой, как часто думают обыватели, благотворительностью и занимаются. В России заниматься PR во много раз дешевле, чем благотворительностью. Сопоставимого маркетингового результата можно достичь за гораздо меньшие деньги [3, с. 45].

Несмотря на всю значимость данной деятельности для российского общества, на пути ее осуществления встает целый ряд проблем, одной из которых является недоверие со стороны общества к благотворителям и

благотворительным организациям. Результаты опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения в 2014 году свидетельствуют о недостаточной осведомленности общества в вопросах благотворительности, которая, в свою очередь, сопровождается наличием негативных ассоциаций и обрастает самыми разными мифами и предрассудками. Следствием этого является удручающе низкий уровень вовлеченности населения страны в благотворительную деятельность. Большая часть общества воспринимает благотворительность как один из способов получения выгоды для руководителей компаний. Поэтому существует необходимость поддержки государством информационной активности в области освещения социально значимых тем, в том числе, путем предоставления грантов на информационные и пропагандистские компании.

В целом, следует отметить, что, несмотря на улучшение показателей в области российской благотворительности, ее масштабы еще не достигли желаемого уровня и для их дальнейшего роста необходимо устранение целого ряда имеющихся барьеров.

Список использованных источников:

1. Елистратова Т.Г. Социальный капитал как фактор повышения эффективности деятельности организации. Вестник филиала Всероссийского заочного финансово-экономического института в г. Барнауле. – 2010. - № 12. – С. 53.

2. Елистратова Т.Г., Кузнецова Т.Е., Павлусенко О.П. Развитие кадрового потенциала предприятия (инновационный подход) : монография. - Барнаул : типография «Сибирь+», 2012.

3. Тульчинский, Г.Л. Корпоративная социальная ответственность: технологии и оценка эффективности: учебник и практикум для академического бакалавриата / Г.Л. Тульчинский. – М.: Издательство Юрайт, 2015.

4. Филантроп: Россияне стали жертвовать больше: вышел новый Мировой рейтинг благотворительности CAF. - [Электронный ресурс] - URL: <http://philanthropy.ru/analysis/2016/10/25/42393/> (дата обращения: 20.04.2017).

5. Благотворительный фонд «Линия жизни». - [Электронный ресурс]: URL: <http://www.life-line.ru/> (дата обращения: 20.04.2017).

6. Благотворительный фонд В. Потанина. - [Электронный ресурс]: URL: <http://www.fondpotanin.ru/> (дата обращения: 20.04.2017).

АНАЛИЗ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Мальгина Ирина Алексеевна, Савина Виктория Александровна – студенты
Научный руководитель – **Межина Марина Валерьевна**, кандидат
экономических наук, *Финансовый университет при Правительстве РФ,*
Барнаулский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: 89530358595@mail.ru

Аннотация: В статье представлены основные результаты исследования поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Алтайском крае, тенденции их распределения по видам экономической деятельности и объемов предоставления кредитов. Также рассмотрены результаты реализации муниципальных программ развития малого бизнеса.

Ключевые слова: предпринимательство, микропредприятия, отрасли, малый и средний бизнес, модернизация.

В настоящее время в экономике России ключевым источником роста эффективности производства, насыщения рынка необходимыми товарами, услугами и повышения уровня жизни населения является развитие малого предпринимательства.

По данным Минэкономразвития России удельный вес малого и среднего предпринимательства Алтайского края в общероссийском объеме составляет 1,75%. По данным территориального органа Федеральной службы Государственной статистики по Алтайскому краю на апрель 2017 года количество субъектов малого и среднего предпринимательства в крае составило 79 486 единиц, из них – 230 средние предприятия, 3 381 – малые предприятия, 75 875 – микропредприятия.

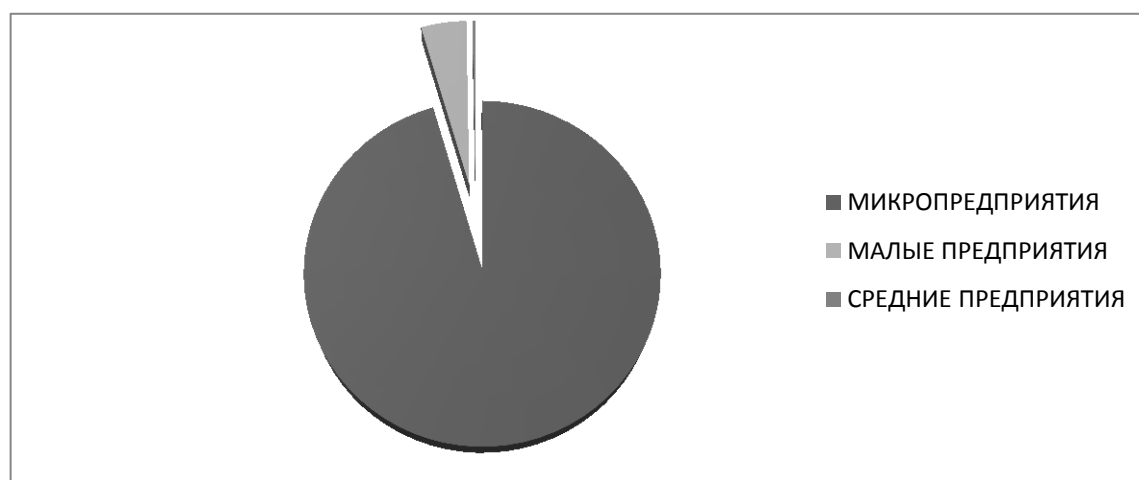


Рисунок 1 – Структура малого и среднего предпринимательства на апрель 2017 года

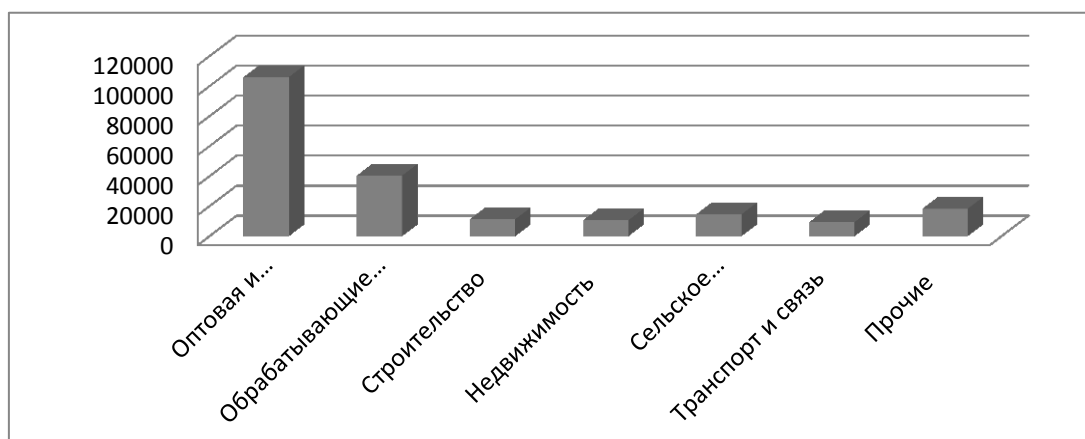


Рисунок 2 – Структура малого и среднего предпринимательства по отраслям в 2017 году

Оборот малых предприятий в 2016 году составил 200,9 млрд. руб., его доля в общем товарообороте края выросла с 40 до 50%. Неплохие темпы роста у средних предприятий — почти 19%, свыше 20% – у малых. Продукции и услуг в этом секторе в прошлом году было произведено более чем на 203 млрд рублей, у средних предприятий индекс производства составил 125% к уровню 2015 года, у малых — на 108%. Инвестиции составили 17,1 млрд рублей, причем у средних предприятий они выросла на 75%, у малых — на 2%. Общий объем налогов, перечисленных по спецрежимам, по которым работает большинство предпринимателей, достиг 4,2 млрд рублей, что на 8,9% больше уровня 2015 года.

Малый и средний бизнес обеспечивает четвертую часть всех налоговых поступлений в консолидированный бюджет. К данной категории относятся 87,0% организаций строительной сферы, более 79,0% юридических лиц, занятых в обрабатывающих производствах, почти 74% всех предприятий - юридических лиц края, занятых сельским хозяйством, охотой и лесным хозяйством.

По итогам 2015 года сложилась положительная динамика поступлений в консолидированный бюджет Алтайского края налогов со специальным режимом, плательщиками которых являются субъекты малого и среднего бизнеса. За указанный период в краевой и местные бюджеты поступило 3874,9 млн. рублей, что превышает показатели 2014 года на 8,2 %. Доля в налоговых доходах края от поступлений по специальным режимам увеличилась в сравнении с предыдущим годом на 0,6 процентных пункта и составила 8,5 %.

Положительная динамика поступлений от малого и среднего бизнеса свидетельствует о жизнеспособности и экономической стабильности данной категории хозяйствующих субъектов. Данные о количестве малых предприятий в Алтайском крае по видам экономической деятельности приведены в таблице 1.

Тенденции распределения субъектов малого и среднего предпринимательства по видам экономической деятельности за последние годы

демонстрируют некоторое снижение количества хозяйствующих субъектов, занятых сельском хозяйстве (на 24%).

Таблица 1 – Количество малых предприятий по видам экономической деятельности за 2016 год

	Количество предприятий, единиц
Всего	2571
в том числе по видам экономической деятельности:	
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	288
рыболовство, рыбоводство	5
добыча полезных ископаемых	13
обрабатывающие производства	544
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	104
строительство	185
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	799
гостиницы и рестораны	91
транспорт и связь	126
финансовая деятельность	8
операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	310
образование	6
здравоохранение и предоставление социальных услуг	37
предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	55

В обрабатывающих производствах, производстве и распределении электроэнергии, воды и газа наблюдается снижение на 3%, в строительстве на 9%. Развитие малого и среднего предпринимательства в реальном секторе экономики способствует обеспечению динамичного роста и качественно нового уровня конкурентоспособности аграрного и промышленного комплексов края.

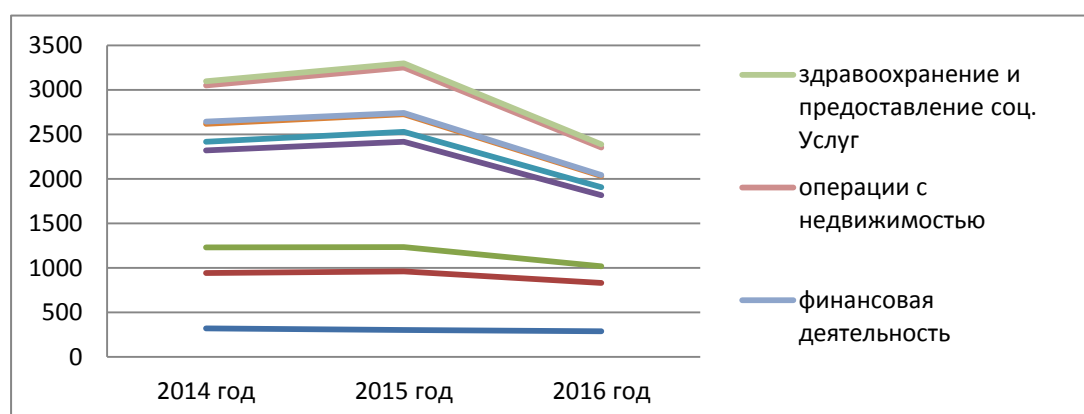


Рисунок 3 – Изменения в структуре малых предприятий по видам экономической деятельности за 2014-2016 годы

Актуальной для предпринимательства края является задача по вхождению в новые сегменты рынка, открывающиеся с реализацией крупных региональных инвестиционных проектов. В этой связи, принятие

управленческих решений для ее выполнения, включая освоение смежных видов экономической деятельности, модернизацию производств, использование инновационных разработок, может выступать существенным фактором для саморазвития предприятий малого и среднего бизнеса в ближайшие 10 - 20 лет.

В связи с этим, одним из важнейших рычагов развития частного предпринимательства является кредитование малого бизнеса. С начала 2016 года общая сумма кредитов, предоставленных предприятиям, организациям увеличилась на 8 184 млн.руб. и составила в декабре 2016 года порядка 110 млрд. руб. Кредиты, предоставленные индивидуальным предпринимателям, составляют 5 164 млн. руб. Всего по данным Главного управления Центрального банка Российской Федерации по Алтайскому краю размер заемных средств по состоянию на 01.12.2016 года, привлеченных субъектами малого и среднего предпринимательства, в кредитных организациях Алтайского края составил 58 064 млн. руб. Удельный вес кредитов, выданных индивидуальным предпринимателям составляет 8%.

На оказание финансово-кредитной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства края в 2016 году было направлено более 158,4 млн. руб. из средств краевого и федерального бюджетов. В дальнейшем, исходя из основных стратегических направлений «Комплексной программы социально-экономического развития Алтайского края», необходимо развитие малого и среднего предпринимательства в сферах аграрного и промышленного комплексов, в осуществлении туристической деятельности. В крае созданы инфраструктурные объекты, способствующие развитию системы кредитования субъектов предпринимательской деятельности – Алтайский фонд микрозаймов и Алтайский гарантийный фонд.

Следует отметить, что Алтайский край – единственный регион в Сибирском Федеральном округе, приступивший к работе с федеральными институтами поддержки малого и среднего бизнеса в режиме согарантии.

За 2016 год Управлением и курируемыми объектами инфраструктуры в рамках Программы реализованы следующие мероприятия государственной финансовой поддержки предпринимательства:

- поддержка начинающих субъектов малого предпринимательства путем предоставления целевых грантов оказана 20 субъектам на сумму 10 млн. рублей;

- Алтайским Гарантийным Фондом субъектам малого и среднего предпринимательства предоставлено 43 поручительства на сумму 139,3 млн. рублей, что позволило привлечь 522,9 млн. рублей кредитных ресурсов;

- Алтайским Фондом Микрозаймов предоставлено 330 микрозаймов 322 субъектам малого бизнеса на общую сумму 370,5 млн. рублей;

- субсидирование части затрат на развитие ремесленной деятельности получили 13 субъектов малого и среднего предпринимательства, сумма поддержки составила 3,02 млн. рублей;

– гранты на реализацию проектов в приоритетных сферах экономики предоставлены 5 субъектам на общую сумму 5 млн. рублей.

По результатам реализации указанных мероприятий на предприятиях – получателях государственной поддержки создано 704 новых рабочих места, сохранено 7,7 тыс. рабочих мест. С использованием государственной финансовой поддержки приобретено 199 единиц новой техники и оборудования на общую сумму 746,6 млн. рублей.

В результате реализации мероприятий муниципальных программ развития бизнеса в 2016 году государственную поддержку в приоритетном порядке получили проекты в сферах обрабатывающего производства, сельского хозяйства, общественного питания, туризма, предоставления платных услуг населению. Из бюджетов муниципальных образований края на реализацию мероприятий направлено 12,7 млн. рублей. Поддержка оказана 137 субъектам бизнеса, которыми было создано 251 новое рабочее место и сохранено 1242 рабочих места.

В нашем регионе одним из первых в стране создан Алтайский бизнес-инкубатор, его резидентами реализовано товаров и услуг в 2016 году на общую сумму 46 120 тыс. рублей, создано 84 рабочих места со средней заработной платой 13,9 тыс. рублей, в бюджеты всех уровней уплачено налогов в объеме 3 556 тыс. рублей.

Также в крае действует Общественный совет по развитию предпринимательства.

В 2016 году в рамках Губернаторской программы профессиональную переподготовку на базе ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет» завершили слушатели 2015/2016 учебного года по направлениям «Финансовое обеспечение малого и среднего бизнеса» (74 человека) и «Правовое обеспечение малого и среднего бизнеса» (26 человек).

Продолжает работу Центр экспорта, созданный на базе Алтайского бизнес-инкубатора в 2013 году в целях стимулирования и вовлечения субъектов малого и среднего предпринимательства во внешнеэкономическую деятельность.

За 2016 год Центром экспорта предоставлено 434 информационно-консультационные услуги 162 экспортно-ориентированным субъектам малого и среднего предпринимательства.

Новым направлением поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства стали услуги по сертификации продукции, которые позволили вывести на новые рыки сбыта парфюмерно-косметическую и пищевую продукцию, продукцию для строительной отрасли на основе композитов, наборы для гемостаза и технику к ним.

В крае продолжается развитие инфраструктуры государственной поддержки предпринимательства, в которую входят краевое государственное бюджетное учреждение «Алтайский бизнес-инкубатор».

Однако в процессе своей деятельности малые предприятия сталкиваются с рядом проблем: отсутствие кредитных ресурсов, административные барьеры, территориальная обособленность региона, повышенная транспортная

составляющая в расходах, низкий потребительский спрос, несовершенство законодательства, неустойчивость государственной политики, нестабильность рынка сбыта, низкая квалификация предпринимателей (работников), незащищенность прав собственности.

Мер поддержки малого предпринимательства достаточно много, но не все они осуществляются на должном уровне. Поэтому необходимо успешно выстроить взаимодействие между властью и малыми предпринимательствами, а также с банками, страховыми компаниями и т.д.

Список использованных источников:

1. Межина М.В. Эффективное сельскохозяйственное производство как основа развития сельских территорий // Материалы 6-й международной научно-практической конференции «Социально-экономическая политика России при переходе на инновационный путь развития». Барнаул. 2014. С. 43-48
2. Гриценко Г.М., Межина М.В. Влияние государства на социально-экономическое развитие сельских территорий (опыт Алтайского края) // Экономика и управление. 2007. №4. С. 29-33.
3. Мищенко И.К. Социально-экономическая политика России при переходе на инновационный путь развития // Материалы 6-й международной научно-практической конференции. Барнаул: Издательство АГУ. 2014.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРИПТОВАЛЮТ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Мойсиевская Ассоль Константиновна, студент

*Научный руководитель: Поволоцкая Ольга Артуровна, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: OAPovolotskaya@fa.ru*

Аннотация: Статья посвящена функционированию криптовалют и перспективам их использования в современных экономических условиях. Кроме того, статья касается вопроса о контроле за эмиссией данного вида денег.

Ключевые слова: криптовалюта, майнинг, социально-значимые отрасли экономики.

В настоящее время на мировом рынке существует весьма специфическое инновационное достижение, интересующее многих – криптовалюта, цифровая валюта, единица которой – монета, не имеющая физического воплощения. Криптовалюта независима, эмитируется непосредственно в сети и никак не связана ни с какой-либо обычной валютой, ни с любой государственной валютной системой.

Заниматься ее добычей в сети (майнингом) может каждый желающий, обладающий компьютерным оборудованием необходимой мощности и специальным программным обеспечением. Еще 3 года назад это было возможно, но затем крупные инвесторы увидели огромный потенциал получения прибыли от майнинга и инвестировали крупные суммы в разработку специализированных чипов. Это привело к тому, что появились специализированные устройства, ASIC, предназначенные исключительно для майнинга криптовалют. Из-за роста мощности сети повысилась сложность добычи криптовалюты, добыть их на стационарном компьютере стало уже невозможным [1].

В процессе майнинга вычислительные мощности оборудования решают алгоритмы, сложность которых постепенно растет и, решив, добывают монету – набор зашифрованной информации. Грубо говоря, майнинг — это операция по вычислению уникального номера каждой единицы. Хранится данная валюта децентрализованно, распределенной по электронным криптокошелькам.

В основе ценообразования криптовалют – динамика спроса и предложения, т.е. реализован рыночный механизм. Ограниченный объем эмиссии подогревает спрос. Товарная стоимость у виртуальной валюты отсутствует. «Эмиссия» виртуальной валюты активами не обеспечена.

Общая капитализация всех существующих криптовалют составляет более \$72 млрд. 8 мая 2017 года этот показатель впервые превысил \$50 млрд.

Самая популярная на сегодняшний день – BitCoin (биткойн). Изначально стоимость добычи была невысока – от 0,1\$ за монету. Но, так как в 2010 г. одна из бирж предоставила возможность обмена биткойна на реальные деньги, он очень быстро заинтересовал инвесторов и обрел популярность. Стоимость биткойна стала очень быстро расти. В начале января 2017 года стоимость биткойна впервые с 2013 года превысила \$1000. 21 мая 2017 года биткойн торговался по цене более \$2082 за единицу. Капитализация биткойна с 15 мая выросла почти на \$7 млрд и достигла \$34 млрд [2].

Сегодня биткойны можно обменять в некоторых банкоматах на обычные валюты, некоторые торговые точки и сайты принимают в качестве оплаты товаров и услуг. Биткойн давно утратил свою начальную зависимость от институтов подпольной торговли, и сейчас используется и на финансовых рынках, и в реальном секторе. Во многих странах за биткойны можно купить яхты, антиквариат, квартиры, оплатить проживание в отеле, такси или приобрести авиа- и ж/д билеты, совершить покупки в магазинах электроники и даже продуктовых супермаркетах.

Возникает вопрос целесообразности инвестирования в криптовалюты для людей, если речь идёт о прозрачном и открытом способе инвестирования. Специалисты финансового рынка сходятся во мнении, что данный вид инвестирования не зависит от политических кризисов и изменения политических настроений в стране. Таким образом очевидно, что применение криптовалют выгодно в случае нестабильностей экономических систем или нелегального и бесконтрольного обращения денежных средств.

Стоит отметить, что кризисные явления в мировой экономике подстегивают интерес к криптовалютам во многих странах мира. Однако необходимо понимать, что при спаде в экономике под удар в первую очередь попадают социально-значимые отрасли экономической системы, финансируемые из бюджета, и, например, для таких регионов дотационного характера как Алтайский край их развитие имеет огромное значение. Процессы налогообложения в случае с оборотом криптовалют не являются прозрачными и значит могут появиться дополнительные сектора «серой экономики», где доходы государственных бюджетов опять будут под сомнением. При этом такие важные отрасли как образование и здравоохранение могут пострадать в первую очередь. [3]. Часть средств будет выведена из-под контроля государства, что может сказаться серьезными социальными потрясениями в отдельных регионах.

В России криптовалюта не используется, однако право ее накопления имеется у любого гражданина. В мае 2016 года по сообщению зам.директора Росфинмониторинга Павла Ливадного идея создания национальной криптовалюты активно обсуждалась с представителями банков, на встречах в Минфине и ЦБ. Ливадный подчеркнул, что российская криптовалюта не должна быть безэмиссионной — генерироваться компьютером по определенному алгоритму как биткойн, у нее должен быть эмитент с правами и обязанностями. Таким эмитентом, по его словам, могли быть «финансовые

организации, которым будет доверена эмиссия криптовалют». По факту же новой криптовалюты не наблюдалось.

12 апреля 2017 года рабочая группа Госдумы совместно с ключевыми финансовыми институтами заявили о подготовке законопроекта о легализации в России криптовалют и создании правовых основ для биржевых торгов биткоином (Bitcoin), дэшем (Dash) и др. электронными средствами.

По прогнозам экспертов, биткоин в 2017 г. будет переживать лучшие времена: также останется ведущей криптовалютой и, возможно, трансформируется в более мощную и конфиденциальную сеть. В связи с повышением спроса (в основном за счет китайского рынка) на цифровые ресурсы курс биткоина продолжит расти [4].

Сегодня криптовалюты сумели зарекомендовать себя как нечто полезное, способное благотворно влиять на экономику. Но в равной степени существуют определенные опасности и риски. Тогда стоит задуматься: что же такое криптовалюта – тупик, достигнутый в процессе развития мировой экономики от недоверия к существующим валютам, или же новый шаг в развитии информационных технологий, обладающий огромным потенциалом, способный изменить экономическую сферу всего мира? Это возможно будет определить только по прошествии времени.

Список использованных источников:

1. Сайт для зарабатывания криптовалют [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.binpool.com. – Загл.с экрана. – (02.02.2017)
2. Официальный сайт Банка Тинькофф [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.tinkoff.ru/invest/news/105178/. – Загл.с экрана. – (12.02.2017)
3. Поволоцкая О.А. Развитие социальной сферы агропромышленного региона как показатель качества формирования и развития человеческого капитала. //Вестник Алтайской науки, 2015. № 3-4. С.439-442.
4. Сайт финансовых прогнозов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.invest-rating.ru – Загл.с экрана. – (22.03.2017)

РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫХ ПРОДУКТОВ

Рогова Алёна Александровна, Тантыбарова Алтынай Сергеевна, студенты
Научный руководитель: Глотова Наталья Ивановна, кандидат экономических наук, доцент, Алтайский государственный аграрный университет, 656000, г. Барнаул, пр-т Красноармейский, 98, Россия
E-mail: aienarogova1996@mail.ru

Аннотация: Статья посвящена вопросам формирования и развития производства экологически чистых продуктов питания в России. Раскрыты положительные стороны этого современного направления в сфере сельского хозяйства, пищевой промышленности, показана его перспективность.

Ключевые слова: экологически чистая продукция, сертификация, рынок экотоваров, рынок молочной продукции.

В настоящее время рынок органических продуктов представляется одним из наиболее развивающихся и перспективных направлений агропромышленного производства.

Продовольственная безопасность страны, здоровье населения и качество его жизни во многом обусловлены развитием органического производства, базирующегося на инновационных разработках в области альтернативного землепользования, сохранения природных ресурсов, прежде всего земельных. Вместе с тем незаполненная ниша рынка органической (экологически чистой) продукции и значительный земельный потенциал для внедрения органического земледелия создают все необходимые предпосылки для формирования и развития отечественного сельского хозяйства, ориентированного на производство органической продукции [1; 2].

Производство экологически чистой продукции становится все более популярным в мире благодаря стабильно и быстро растущему спросу. Основные причины этого явления кроются в следующем: экологические пищевые кризисы последнего десятилетия (эпидемия коровьего бешенства, эпидемия ящура, птичий грипп и др.) и рост недоверия к обычным продуктам; общественные волнения по поводу вреда генно-модифицированных компонентов, содержащихся в продуктах питания.

В России недостаточное внимание уделяется проблемам расширения рынка экологически чистой продукции, хотя есть все предпосылки для развития экологически чистого сельского хозяйства.

Во-первых, сельскохозяйственные угодья в России составляют более 200 миллионов гектаров.

Во-вторых, российские земельные ресурсы состоят в основном из крупно контурных

участков, что способствует развитию органического сельского хозяйства за счет экономии на масштабе производства.

В-третьих, население Российской Федерации крайне скептически относится к ГМО продуктам и наоборот проявляет интерес к экологически чистой продукции.

Российский рынок экологически чистых продуктов питания находится на начальном этапе своего становления, именно поэтому особый интерес представляет собой разработка стратегии развития рынка экологически чистой продукции.

С 2012 по 2015 г. российский рынок органики рос быстрее, чем мировой, демонстрируя ежегодный прирост в 30–35%. Если в 2012 году оборот российского рынка органических продуктов, по различным оценкам, составил 140 млн. долларов, а в 2014-м, составил 230 млн. долларов. Более 90% этого объема составлял импорт из зарубежных стран, которые продают в России продукты, изготовленные в том числе из купленного у нас сырья. Пока только около 3% россиян потребляют органическую продукцию, хотя исследования РОМИР, показывают, что переплачивать за экологически безопасную еду готовы уже 58% опрошенных, а 21% знают, что такое органическая продукция, и стараются хотя бы изредка ее приобретать в специализированных фрешмаркетах. Несмотря на экономический кризис, это говорит об огромном отложенном спросе, что и позволяет делать обнадеживающие прогнозы по производству и реализации органических продуктов в России.

В настоящее время данный сегмент российского рынка характеризуется высокой степенью импортозависимости и невысокой долей отечественных производителей в лице фермерских хозяйств, а также отсутствием конкуренции и высокими ценами, уровень которых в 2-3-раза выше, чем на обычные продукты питания [3].

Барьеры для развития данной отрасли создает отсутствие реальной помощи малому и среднему бизнес со стороны государства (например, в виде налоговых льгот или доступных кредитов), неадекватная денежная политика государства.

Одной из наиболее серьезных проблем является отсутствие законодательной базы по органическому сельскому хозяйству и производству органической продукции. На данный момент требования к таким продуктам закреплены лишь СанПиН 2.3.2.2354-08 от 21 апреля 2008 г.. Таким образом, в нашей стране любой производитель может снабжать свой товар маркировка «Био» или «Эко», вводя тем самым в заблуждение. Закон об экологическом сельском хозяйстве и производстве экологически чистых продуктов, чтобы отвечать требованиям рынка, должен адекватен европейскому законодательству, что поможет не только сформировать внутренний рынок, но и создать условия для экспорта.

По мнению экспертов, создание законодательно-правовой базы запустит процесс сегментации рынка, что будет способствовать производству юридически законной экопродукции, привлечет инвестиции в страну, создаст

благоприятную почву для проявления новых брендов, что в итоге усилит конкуренцию на отечественном рынке [4].

Также в российских законах не отражены вопросы сертификации производителей биопродуктов, в то время как за рубежом сертификация осуществляется независимой стороной, чья деятельность жестко контролируется государством.

В России вопрос создания органов сертификации международного уровня приобретает важное значение для развития отечественного рынка биопродуктов: обладая международной экомаркировкой, российские товары, с одной стороны, будут признаваться на Западе, а с другой – будут конкурентоспособными на фоне ввозимых импортных продуктов.

Российский рынок биопродуктов обладает огромным потенциалом, обусловленным, во-первых, это широкие возможности ресурсной базы России: наличие огромной территории с благоприятной экологической ситуацией, с ее богатейшей флорой и фауной, высокой водообеспеченностью. Немаловажно и наличие обширных районов, отдаленных от промышленных центров, пригодных для сбора дикорастущих ягод и трав, природные свойства и качества которых отвечают концепции. Во-вторых, это высокий сельскохозяйственный потенциал. Площадь продуктивных земель России составляет около 9 млн. кв. км, что представляет собой 11% общемирового показателя [5].

В силу исторических обстоятельств в нашей стране около 40% территорий выведено из сельскохозяйственного оборота. Освоение и использование этих земель даст российскому органик-рынку существенное преимущество перед Западом. Помимо всего прочего, в нашей стране нужна просветительная деятельность, направленная как на потребителей биопродуктов, так и на их производителей. Необходимо информировать потребителей о преимуществах органических продуктов и экологического стиля жизни в целом.

Многие сельскохозяйственные производители фактически выпускают несертифицированную экологически чистую продукцию, однако из-за элементарного отсутствия информации остаются в стороне от современных тенденций рынка [6].

В настоящее время биопродукты получили широкое распространение не только в развитых странах, но и в странах с развивающейся и переходной экономикой, включая Россию.

Развитие данного сегмента рынка способствует его практически нереализованной, но огромный потенциал, который обусловлен следующими факторами: с одной стороны, неудовлетворенностью российского потребителя качеством продуктов питания и интересом ко всему новому, а с другой – наличием обширной ресурсной базы, включая земли и природные условия, благоприятные для выращивания экопродукции. В тоже время развитию рынка биопродуктов в России препятствует ряд проблем, наиболее серьезные из которых являются отсутствие законодательной базы по производству органической продукции, органов сертификации международного уровня, реальной помощи малому и среднему бизнесу со стороны государства.

Решение существующих проблем при условии активного участия государства позволит «био»сегменту рынка продуктов питания стать для российских производителей фактором, создающим конкурентные преимущества, даст возможность выхода не только на внутренние, но и зарубежные рынки. Помимо предпринимательских выгод развитие «био»сегмента будет способствовать оживлению сельской местности на удаленных от крупных городов территориях, и прежде всего улучшению здоровья населения.

Список использованных источников:

1. Кундиус В.А., Воронкова О.Ю. Организационно-экономическое обоснование предпосылок развития органического (экологического) земледелия в Алтайском крае // Вестник алтайской науки. 2014. №2. С. 124-128.
2. Воронкова О.Ю. Стратегия развития органически ориентированного регионального агропромышленного производства: монография – Барнаул: Азбука, 2014. – 146 с.
3. Кудинова М.Г., Глотова Н.И., Герауф Ю.В. Особенности функционирования и финансового обеспечения деятельности крестьянских (фермерских) хозяйств в условиях макроэкономической нестабильности (на материалах Алтайского края) // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. 2017. №2 (148). С. 185-193.
4. Российский рынок органических продуктов набирает обороты.—URL: <http://agroinfo.com>
5. Дегтярев К. Земельные ресурсы России — структура и мировое значение. — URL: <http://www.rgo.ru>
6. URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Сельское_хозяйство_России.

АЛТАЙСКИЙ КРАЙ - ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Санарова Наталья Викторовна, студент

*Научный руководитель: Глотова Наталья Ивановна, кандидат экономических наук, доцент, Алтайский государственный аграрный университет, 656000, г. Барнаул, пр-т Красноармейский, 98, Россия
E-mail: sanarova55555@mail.ru*

Аннотация: В статье рассмотрены направления развития туризма в Алтайском крае. Анализируется финансовое обеспечение индустрии туризма региона. Обосновывается необходимость использования туристического потенциала посредством государственной поддержки.

Ключевые слова: туризм, туристическая индустрия, лечебно-оздоровительный туризм, событийный туризм, сельский туризм, государственная поддержка, инвестиционная активность.

За последнее время туризм в регионах России стал развиваться большими темпами, что не может не радовать. Не обошел туризм стороной и Алтайский край: на данный момент он является ведущим регионом Российской Федерации по развитию данной сферы.

Алтайский край за 2016 год посетило 2 млн. туристов. В регионе царствует 970 туристических организации, из которых 717 единиц – коллективные средства размещения, детские оздоровительные лагеря и сельские «зеленые» дома. В целом количество мест единовременного размещения в коллективных туристско-рекреационных и санаторно-оздоровительных, а также детских оздоровительных учреждениях составляет порядка 50,7 тысяч, в том числе круглогодичных – 19,6 тысяч [1].

В Алтайском крае активно развиваются такие виды туризма, как экстремальный, сельский, научно-познавательный, событийный, деловой, лечебно-оздоровительный [2].

Особенно развит лечебно-оздоровительный вид туризма, в эту группу относятся различные санатории. Как показывает статистика, в Алтайском крае ежегодно посещают санатории 200 тысяч человек. Регион входит в пятерку лидеров по количеству размещения лиц в российских санаториях, что является хорошим показателем того, что этот вид туризма развит очень хорошо. Общее число мест в санаториях региона – около 9 тысяч, в крае насчитывается 43 санатория разных типов, из которых есть один санаторий федерального уровня, которых находится в ведении Министерства здравоохранения РФ, так же в это число входят 8 государственных санатория краевого уровня. Примерами могут служить такие, как Родник Алтая, Центросоюз РФ, Сосновый Бор [3].

Для проведения мероприятий международного и межрегионального уровня в крае развиты площадки: это хороший способ для привлечения новых

туристов, при этом узнаваемость края больше растет. Ярко выраженным примером могут быть: «Сибирская Масленица», «Алтайская зимовка», а также «Цветение маральника в Алтайском крае» – этот проект получил премию в номинации «Лучший проект по популяризации событийного туризма в России» [4].

Туризм – один из факторов устойчивого экономического и социального развития [5]. Финансовая поддержка индустрии туризма оказывает хорошее влияние на его развитие в регионе. В крае существует колоссальная государственная программа: «Развитие туризма в Алтайском крае», направленная не только на развитие туризма края, но и на продвижение продукта на зарубежный и российский рынок. Программа рассчитана на 2015-2020 года, на её реализацию выделено 26,7 млрд. рублей. На развитие туристической индустрии в Алтайском крае на 2017 год направленно 1975420 тысяч рублей, из них за счет средств бюджета – 433562 тысяч рублей, за счет средств местных бюджетов – 144062 тысяч рублей, за счет внебюджетных средств – 1367800 тысяч рублей. По сравнению с 2016 годом инвестиционная активность представителей бизнеса уменьшилась практически в 2 раза: в 2016 году на развитие туристической индустрии в Алтайском крае было направленно 3110967 тысяч рублей. Это связано с нестабильной ситуацией в экономике страны.

За годы реализации программы планируют провести ряд мероприятий, связанных с имиджем края как центра туризма. В рамках данного направления будет продолжено проведение круглых столов, конференций, семинаров по вопросам развития туристской индустрии, мастер-классов и тренингов для гидов, экскурсоводов, выпущена разнообразная печатная продукция, видеофильмы и сюжеты, рекламные ролики об экскурсионных объектах в регионе. Так же в рамках программы планируют строить новые туристические маршруты и проводить улучшение старых. Немало важны и инвестиции в туристическую индустрию, поэтому в программе есть блок, направленный на их привлечение.

Нужно отметить: большой плюс программы состоит в том, что немалая часть денег, будет направленная на различные туристические экскурсии, поездки для граждан, находящихся в трудной жизненной ситуации, для людей с ограниченными физическими возможностями [6].

Подводя итоги, можно с уверенностью сказать, что Алтайский край – это активная зона для развития индустрии туризма, это интересные экскурсии, походы и красочные путешествия, которые запомнятся навсегда, в которых активный отдых сочетается с познавательными и образовательными целями. Край сочетает в себе разнообразные виды туризма, которые подойдут каждому любителю этого дела, каждый путешественник найдет здесь что-то свое. Несмотря на экономические трудности в стране, туризм в Алтайском крае развит хорошо. Программа по развитию туризма в Алтайском крае работает честно и правильно, полагаем, что количество туристов с каждым годом лишь приумножаться.

Список использованных источников:

1. ТАСС Информационное агентство России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://tass.ru/turizm-v-rossii/3813072>
2. Глотова Н.И., Абоимова М.В. Возможности развития агротуризма в Чарышском районе Алтайского края. – В сборнике: Общество. Экономика. Культура: актуальные проблемы, практика решения Санкт-Петербургский академический университет, Алтайский институт экономики; ФГБНУ «Сибирский научно-исследовательский институт экономики сельского хозяйства». 2016. С. 215-219.
3. Официальный сайт Алтайского края [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.altaregion22.ru/info/tour/altai/>
4. Цветение маральника [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://maralnik.visitaltai.info/#program>
5. Беликова Т.С., Глотова Н.И. Улучшение инвестиционного климата Алтайского края как фактор обеспечения устойчивого развития экономики сельских территорий // Вестник алтайской науки. 2015. №2 (24). С. 80-86.
6. Официальный сайт Алтайского края [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.altaregion22.ru/region_news/v-altaiskom-k..

ГЛОБАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА БЕДНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Семенова Софья Викторовна, студент

*Научный руководитель: Поволоцкая Ольга Артуровна, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: OAPovolotskaya@fa.ru*

Аннотация: Статья посвящена глобальной проблеме бедности в мировом хозяйстве. Приведен перечень самых бедных стран мира и различные концепции к пониманию уровня бедности. Бедность рассматривается как проблема всех стран мира без исключения.

Ключевые слова: бедность населения, концепции бедности, влияние бедности на эффективность экономической деятельности.

Проблема малообеспеченности и бедности населения сегодня являются одними из основных во всем мире. Безработица, экономическая и социальная нестабильность, несбыточность надежд, крушение планов развивают процесс маргинализации населения. Состояние бедности не позволяет обществу реализовать свои возможности. Именно поэтому его связывают с регрессом в общественном развитии. Каждое государство рано или поздно сталкивается с подобными сложностями и ищет пути выхода из ситуации.

Известно, что бедность как глобальная проблема предполагает состояние, вызванное недостатком ресурсов материального характера для ведения нормального образа жизни, привычного и характерного для значительной части населения планеты.

Существует три основные концепции относительно понимания бедности:

Первая – концепция абсолютной бедности. Это уровень доходов, необходимый для обеспечения минимальных потребностей семьи.

Вторая – концепция относительной бедности, основным критерием которой являются минимальные потребности человека.

Третья концепция исходит из понятия «общественно приемлемого уровня жизни». Основным является принцип расчета прожиточного минимума для человека.

В рамках ООН для бедных стран используется название «наименее развитые страны». Получение статуса НРСМ дает некоторые привилегии: государствам предоставляется техническая помощь, финансовая помощь на льготных условиях, доступ на рынки. Чтобы попасть в перечень отсталых стран, ВВП на душу населения должен составлять 750\$ в год (примерно 42 тыс.руб. в год по современному курсу). Также помимо ВВП учитываются такие показатели, как питания, здоровье, образование, грамотность населения.

Всего в мире насчитывается 48 беднейших стран, при этом подавляющее большинство в этом списке – это бедные страны Африки: жители 33 государств живут за чертой крайней нищеты.

На основании данных МВФ о количестве ВВП на душу населения по ППС от 8 апреля 2016 года выделяются 10 самых бедных стран мира:

1. Центральноафриканская Республика, ВВП – 542\$;
2. Бурунди, ВВП – 642\$;
3. Демократическая Республика Конго, ВВП – 648\$;
4. Либерия, ВВП – 703\$;
5. Эритрея, ВВП – 707\$;
6. Зимбабве, ВВП – 788\$;
7. Республика Нигер, ВВП – 829\$;
8. Республика Малави, ВВП – 879\$;
9. Мадагаскар, ВВП – 970\$;
10. Тоголезская Республика, ВВП – 1084\$.

Даже в благополучной Европе, где среднегодовой заработок составляет 12000 евро, есть страны с низким, по западным меркам, уровнем жизни. Самые бедные страны Европы – это Молдова, Беларусь и Украина. Среднестатистический житель Молдовы имеет средний годовой доход 1284 евро, украинец – 2206 евро и белорус – 2326 евро. Стоит заметить, что самой богатой страной Европы была признана Лихтенштейн – 58 845 евро [1].

С помощью последних имеющихся данных доклад МОТ «Перспективы занятости и социальной защиты в мире: трансформация рабочих мест для искоренения бедности» (“World Employment and Social Outlook (WESO) 2016 – Transforming jobs to and poverty”) показывает, что свыше 36 процентов населения в странах мира с формирующимся рынком и развивающихся странах живет в бедности – на менее чем 3,10 долл. США на человека в день по паритету покупательной способности.

Авторы доклада подсчитали, что для искоренения крайней (менее чем 1,90 долл. США по ППС) и умеренной (между 1,90 долл. США и 3,10 долл. США по ППС) бедности в мире к 2030 году необходимы 600 млрд. долл. США в год, или 10 трлн. долл. США на весь период в 15 лет [2].

Авторы доклада делают вывод о том, что проблему хронической бедности невозможно решить одними лишь финансовыми вливаниями. Для достижения этой цели в первую очередь требуется большее число рабочих мест лучшего качества.

По оценкам, около трети граждан развивающихся стран, живущих в крайней и умеренной бедности, имеют работу. Однако их занятость уязвима по своей природе: иногда этим работникам не платят заработную плату, большинство из них обладает низкой квалификацией, а в условиях отсутствия социальной защиты они вынуждены практически полностью полагаться исключительно на свои трудовые доходы. В развитых странах на условиях найма трудится большее число работников, но это не спасает их от скатывания в бедность.

Доклад показывает, что даже в странах Евросоюза со времени начала кризиса уровень относительной бедности вырос на один процентный пункт.

«Очевидно, что достижение Цели устойчивого развития по искоренению бедности во всем мире к 2030 году находится под угрозой, – заявил Генеральный директор МОТ Гай Райдер (Guy Ryder). – Если мы серьезно намерены выполнить Программу действий до 2030 года и наконец избавить мир от такой страшной проблемы, как бедность, чей цикл укореняется от поколения к поколению, нам необходимо сосредоточить усилия на качестве рабочих мест во всех странах» [1].

Исследование также показало, что разрыв в доходах населения играет большое значение для преодоления проблемы бедности.

Следует отметить, что проблема бедности особенно опасна в плане развития экономики страны, повышения ее эффективности. Чем выше в стране доля бедного населения, тем ниже эффективность ее экономики, а значит бедное население «тянет» вниз развитие всей страны целиком. Тем временем вопросы эффективности экономических систем являются наиболее важными в современной экономике [3].

Таким образом, бедность – не однокомпонентная, а комплексная проблема человечества, которая влечет за собой множество противоречий развития общества, таких как снижение эффективности экономики, криминализация, подъем заболеваемости, повышение уровня смертности и т.п. Значит и бороться с данной проблемой необходимо на уровне надгосударственных механизмов мировой экономики.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт международной организации труда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ilo.org/moscow/news/>– Загл.с экрана. – (12.10.2017)
2. Сайт рейтингов стран мировой экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://top10a.ru>– Загл.с экрана. – (14.10.2017)
3. Мищенко И.К., Поволоцкая О.А. Основы экономики фирмы: учебное пособие. – Барнаул: Концепт, 2015. – 162 с.

СЕКЦИЯ 3

Управление финансами на макро- и микроуровне

Подсекция 1

Проблемы управления финансами на макроуровне

ОЦЕНКА УРОВНЯ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЕГО ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

Анисимова Елена Сергеевна, студент

*Научный руководитель: Глотова Наталья Ивановна, кандидат
экономических наук, доцент, Алтайский государственный аграрный
университет, 656000, г. Барнаул, пр-т Красноармейский, 98, Россия*

E-mail: elena22rus1997@mail.ru

Аннотация: В статье дана оценка уровня развития Шипуновского района Алтайского края с точки зрения его инвестиционной привлекательности. Выявлены его конкурентные преимущества в социально-экономическом аспекте. Обоснована необходимость роста собственного инвестиционного потенциала муниципального образования.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, инвестиционный потенциал, инвестиционный риск, инвестиционный климат, социально-экономическое развитие, муниципальное образование.

Инвестиционная привлекательность является важной составляющей в процессе социально-экономического развития муниципального образования. В сложившейся рыночной ситуации принятие рациональных инвестиционных решений, а также повышение инвестиционной привлекательности муниципальных образований как важнейшего фактора конкурентоспособности приобретают особую актуальность [1].

Инвестиционная привлекательность определяется инвестиционным потенциалом и инвестиционным риском. Рассмотрим инвестиционную привлекательность и оценим инвестиционный потенциал на примере Шипуновского района Алтайского края.

Шипуновский район Алтайского края расположен в юго-западной части края. В настоящее время на территории района насчитывается 50 сёл [2].

На сегодняшний день Шипуновский район имеет большие потенциальные возможности, необходимые для дальнейшего развития территории и обеспечения экономического роста. Этот район является одним из крупнейших районов Алтайского края. Шипуновский район занимает одно из первых мест по посевным площадям, численности поголовья скота, объему производства зерна, животноводческой продукции. Потенциал развития района заключается в земельных и водных ресурсах. Промышленность, строительство, сельское хозяйство, социальная инфраструктура – все это представляет интерес для инвесторов.

Развитие экономики в целом по Шипуновскому району характеризуется как устойчивое. Производство промышленной продукции играет существенную

роль в экономике района, от его развития зависит наполняемость бюджета и решение многих социальных проблем. Промышленность района представлена крупными и малыми организациями: ООО «Алтайская сказка», Шипуновское РАЙПО, ООО «МК Роса», ООО «Белком» и индивидуальными предпринимателями, занимающимися производством в основном пищевых продуктов.

Относительно стабильно развивается мукомольно-крупяная промышленность благодаря ООО «МК Роса». Предприятием построено и введено в эксплуатацию: цех фасовки продукции, цех по производству макаронных изделий, цех по производству гречневой крупы, организовано производство круп быстрого приготовления. Увеличение ассортимента производимой продукции, качество, современная упаковка позволяют предприятию конкурировать с подобным производством в крае и за его пределами. Недостаточно развита переработка мяса и молока. Проблемы в развитии промышленности района является: низкая конкурентоспособность производимых хлебобулочных изделий и безалкогольных напитков; промышленное производство сосредоточено, в основном в с. Шипуново, что создает неравнозначные экономические условия развития других поселений.

Исторически сложилось, что Шипуновский район – сельскохозяйственный. Наличие площадей сельскохозяйственных угодий, крупного сельскохозяйственного производства определили развитие района как аграрного. Сельское хозяйство района является одним из ведущих секторов экономики, обеспечивающим не только свои продовольственные потребности за счет собственного производства, но и загрузку сельскохозяйственным сырьем перерабатывающую промышленность района. Сельскохозяйственной деятельностью в районе занимаются 37 коллективных хозяйств и 52 действующих крестьянских (фермерских) хозяйств. Наибольший вклад в объем производства валовой сельскохозяйственной продукции вносят СПК «Быковский», К(Ф)Х Сухотерин С.М., СПК им. Ф.М. Гринько, К(Ф)Х Черепанов А.И., К(Ф)Х Долженко Н.М., К(Ф)Х Локтионов П.В., колхоз им. Кирова.

Инвестиционный климат определяется тем, насколько социально-экономическая ситуация, состояние кредитно-финансовой сферы и политическая обстановка в районе благоприятны для процесса инвестирования. Задачей руководства района является создание благоприятного инвестиционного климата на территории муниципального образования.

На наш взгляд, основными механизмами повышения инвестиционной привлекательности Шипуновского района являются следующие мероприятия:

- создание максимально комфортных условий для входа инвесторов и реализации инвестиционных проектов;
- проведение работы с потенциальными инвесторами;
- осуществление формирования финансовых механизмов привлечения и поддержки инвесторов;
- стимулирование и содействие развитию организаций, расположенных на территории Шипуновского района.

В рамках формирования финансовых механизмов привлечения и поддержки инвесторов Администрацией Шипуновского района разработана муниципальная программа «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Шипуновском районе» на 2015-2020 годы [3].

Цель программы: развитие малого и среднего предпринимательства как одного из факторов реализации экономического и социального потенциала Шипуновского района.

Основные задачи:

-увеличение количества субъектов малого и среднего предпринимательства;

-использование эффективных инструментов финансовой поддержки в отношении субъектов малого и среднего предпринимательства, модернизирующих производство реализующих инвестиционные и социальные проекты;

В рамках программы существуют следующие формы поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства:

– выдача грантов начинающим субъектам малого и среднего предпринимательства

– субсидирование части затрат субъектов малого и среднего предпринимательства на технологическое присоединение к объектам электросетевого хозяйства

– субсидирование затрат по договорам финансовой аренды (лизинга) техники и оборудования.

Общий объем финансирования программы из муниципального бюджета составляет 600 тыс. руб. Выполнение программных мероприятий позволит Шипуновскому району увеличивать количество субъектов малого и среднего предпринимательства, поступление доходов в бюджет за счет увеличения объемов производства продукции, количество вводимых рабочих мест, число занятых в экономике района.

Подводя итоги нужно отметить, что устойчивый экономический рост и повышение потенциала производства могут быть обеспечены лишь при систематическом привлечении инвестиций. В Шипуновском районе есть все факторы, обеспечивающие инвестиционную привлекательность. При этом, основной целью инвестиционной политики должно стать: создание условий для привлечения инвестиций в эффективные и конкурентоспособные производства и виды деятельности, на основе которых возможен рост собственного инвестиционного потенциала района.

Список использованных источников:

1. Беликова Т.С., Глотова Н.И. Улучшение инвестиционного климата Алтайского края как фактор обеспечения устойчивого развития экономики сельских территорий // Вестник алтайской науки. 2015. №2 (24). С. 80-86.

2. Инвестиционный паспорт муниципального образования Шипуновский район Алтайского края за 2015 год [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://pandia.ru/text/77/372/58826.php>

3. Официальный сайт МО Шипуновский район Алтайский край [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.shipunovo.ru>

О НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЕ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ

*Бикеев Андрей Игоревич, магистрант,
Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал,
656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: aibikeev@fa.ru*

Аннотация: Статья посвящена национальной системе платежных карт (НСПК) и ее значению в национальной платежной системе России. Отмечается, что создание национальной системы платежных карт позволит исключить зависимость от зарубежных «карточных» систем, обеспечит защиту информации о транзакциях, а также сохранит доход от транзакций, совершаемых на территории России внутри страны.

Ключевые слова: платежная система, платежная карта, процессинговый центр, оператор платежной системы, национальный платежный инструмент, значимые платежные системы, системные участники, индивидуальные участники.

Наличие отдельных карточных систем частных организаций, таких как «Золотая корона», которая эмитировала более 24 миллионов карт, не удовлетворяло потребностей граждан нашей страны, и не решало проблему доступности платежей по всей территории России. Попытка создать отечественную карточную систему предпринималась еще в 2010 году. Однако в свете событий, произошедших в 2014 году, стало понятно, что нужно менять правила деятельности международных платежных систем на территории России. [5]

С учетом данных обстоятельств, было принято решение о создании полноценного карточного продукта в рамках Национальной платежной системы, реализации взаимодействия с международными платежными системами на иных принципах, учитывающих интересы России в экономике и политике.

В Федеральном законе от 27 июня 2011 г. № 161-ФЗ «О национальной платежной системе» говорится, что целью создания НСПК является бесперебойность, доступность и эффективность перевода денежных средств. [1]

На территории России международные платежные системы вели свою деятельность в условиях полного отсутствия ограничений и контроля со стороны Правительства России. Со временем данные платежные системы заняли монопольное положение на российском рынке, несмотря на наличие регистрации российских платежных систем. Кроме коммерческих выгод, зависимость от международных платежных систем дает возможность манипулировать экономическими и политическими процессами России.

Так, в 2010 году, Visa и MasterCard заблокировали добровольные поступления средств в адрес сайта WikiLeaks, а в 2014 году такая попытка была сделана в рамках санкций, введенных в отношении России. Тогда Правительство

США использовало международные платежные системы в качестве средства манипулирования. [4]

Согласно Закону о национальной платежной системе в НСПК, участники делятся на две группы: индивидуальные и системные. В качестве индивидуальных участников НСПК выступают кредитные организации, а в качестве системных участников — платежные системы. Следует особо отметить, что все значимые платежные системы обязательно являются системными участниками НСПК, а все кредитные организации, признаваемые Банком России значимыми на рынке платежных услуг, — индивидуальными участниками НСПК.

Законом о национальной платежной системе введено понятие «национальный платежный инструмент», которым признаются исключительно платежные карты и иные электронные средства платежа, эмитируемые национальной системой платежных карт. Речь идет о национальной платежной карте, получившей название «Мир» и выпуск, которой начался 15 декабря 2015 года.

Создание НСПК — это не шаг к монопольному положению государства на рынке платежных услуг. Эта та мера, позволившая «упростить жизнь» населению, а в масштабах государства — уменьшить оборот наличных денежных средств и обеспечить контроль над ним.

Следует отметить, что указанные принципы функционирования характерны для многих розничных платежных систем. Изначально, основным пользователем Автоматизированной расчетной системы (АСН) США, было государство, использовавшее данную систему для выплат по социальным проектам и зарплат.

Собственные карточные платежные системы есть в Индии — RuPay, в Японии — JCB, в Германии — GeldKarte, в Австрии — Quick, во Франции — CartesBancaires, в Португалии — SIBS, и др.

Оператор НСПК, согласно Закону о национальной платежной системе, создавался в форме акционерного общества в соответствии с Федеральным законом от 26 декабря 1995 г. № 208-ФЗ «Об акционерных обществах». 100 % акций НСПК принадлежит Банку России, однако в будущем доля участия Банка России может быть уменьшена, для этого нет законодательных барьеров. Это говорит о том, что создание НСПК не имело целью монополизацию государством рынка платежных услуг. [2]

Возникает проблема — будет ли являться созданная «с нуля» система экономически эффективной? Нужно ли было создавать новую систему или использовать уже действующую, например, ПРО-100?

Создание НСПК принесло значимую экономическую выгоду. Так, по данным Центрального Банка Российской Федерации, объем операций, совершаемых держателями платежных карт, эмитированных российскими банками, с 1 января по 1 октября 2014 г. составил 7,7 трлн. рублей. Из этой суммы порядка 85—90 % транзакций приходилось на долю Visa и MasterCard. Их комиссия в России, которую уплачивали банки, составляет 1,4—1,5 % с каждой операции. В общем, MasterCard получал около 2 % своего дохода в России, а Visa — около 3—4 %, что в 2014 г. составляло примерно 167 млн. и 471 млн. долларов со-

ответственно. Как видно, большинство платежей, совершаемых с картами зарубежных платежных систем, — это транзакции внутри России. Это говорит не только о потере огромного сегмента внутреннего рынка, но и о потере большого дохода. [6]

Создание российской национальной системы платежных карт требует материальных и временных затрат. Однако, несмотря на то, что процесс создания НСПК был начат только в сентябре 2014 г., уже в конце января 2015 г. к НСПК присоединились семь банков, в феврале система была переведена в режим опытной эксплуатации, по состоянию на 16 марта в ней работало уже 77 банков в 16 городах России, а с 1 апреля, как и было запланировано, НСПК начала работать в штатном режиме.

НСПК заработала в 2016 г. 2,6 млрд. руб. чистой прибыли, говорится в ее отчетности по российским стандартам. Обслуживание в НСПК не бесплатно: в 2016 г. выручка НСПК за обработку транзакций международных систем составила 6 млрд. руб. Практически все 6 млрд. - платежи от Visa и MasterCard. В 2015 г. Visa и MasterCard заплатили НСПК 2,8 млрд. руб. Чистая прибыль НСПК в 2015 г. составила 1,2 млрд. руб. Центробанк инвестировал в создание национальной платежной системы 4,2 млрд. руб. За два года чистая прибыль НСПК составила 3,8 млрд. рублей — 90% потраченного на ее создание. Таким образом, НСПК практически окупила потраченные на нее деньги. [7]

Создание Национальной системы платежных карт является важным и нужным решением для Национальной платежной системы России. Однако нужно отметить, что ее создание оказалось несвоевременным. Создавать данную систему необходимо было еще раньше, не дожидаясь введения санкций против России.

Таким образом, национальная система платежных карт заняла особое место среди других платежных систем, работающих на территории России. Представляется возможным определить национальную систему платежных карт как самостоятельный элемент национальной платежной системы России.

Список использованных источников:

1 Федеральный закон от 27.06.2011 N 161-ФЗ (ред. от 01.05.2017) "О национальной платежной системе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 05.05.2017).

2 Федеральный закон от 26.12.1995 N 208-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "Об акционерных обществах" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017).

3 Статистика Национальной платежной системы [Электрон. ресурс] // Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации. – URL: <http://www.cbr.ru/statistics/?PrtId=psrf>, свободный. – Загл. с экрана. -(Дата обращения 12.05.2017).

4 Национальная система платежных карт. Материал из Википедии – свободной энциклопедии [Электронный ресурс] - Режим доступа:

https://ru.wikipedia.org/wiki/Национальная_система_платёжных_карт, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 19.05.2017).

5 ПРО-100. Материал из Википедии – свободной энциклопедии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/ПРО100>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 20.05.2017).

6 В НСПК рассказали о показателях и планах платежной системы «Мир» // По материалам "Известия". [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.plusworld.ru/rynok-platezhej/v-nspk-rasskazali-o-pokazatelyah-i-planah-platejnoy-sistemi-mir/> , свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 21.05.2017).

7 Национальная система платежных карт почти окупилась // Сделано у нас. [Электронный ресурс] - Режим доступа: <https://sdelanounas.ru/blogs/92073> , свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения: 21.05.2017).

ЛИКВИДНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Буряк Анастасия Владимировна, студент

*Научный руководитель: Селиванова Марина Александровна, кандидат экономических наук, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: maafanaseva@fa.ru*

Аннотация: В статье автор рассматривает понятие ликвидности коммерческого банка и ликвидности банковского сектора, затрагивает вопросы управления ликвидностью и причины возникновения проблем, связанных с ней.

Особое внимание уделяет нормативам ликвидности, установленным Банком России и выполнению их коммерческими банками. Автор выделяет основные факторы, влияющие на ликвидность банка, а также проблемы, с которыми сталкиваются банки при управлении ею.

Ключевые слова: ликвидность банка, ликвидность банковского сектора, привлеченные ресурсы, доходность.

Деятельность коммерческого банка отличается от других видов предпринимательской деятельности тем, что ее можно охарактеризовать как наиболее рискованную. Коммерческий банк должен обеспечить сохранность доверенных ему средств клиентов, ответить по своим обязательствам в оговоренный в договоре срок либо по первому требованию, не неся потерь, уплачивать процент за привлеченные ресурсы, таким образом поддерживать оптимальный уровень ликвидности.

Управление ликвидностью – это одна из серьезных проблем в деятельности любого банка. Ликвидность оказывает влияние на платежеспособность, надежность и доходность банка, а, соответственно, всей банковской системы страны. Под ликвидностью понимается способность банка удовлетворять потребность клиентов и кредиторов банка в финансовых ресурсах в течение операционного дня с приемлемым уровнем издержек [2].

Банк считается ликвидным, если суммы его денежных средств, которые банк имеет возможность быстро мобилизовать из иных источников, позволяют своевременно выполнять обязательства по пассиву [4].

Причин возникновения проблем, связанных с ликвидностью, достаточно много. Самая распространенная из них - это наличие высоко рискованных инвестиций, некачественных активов, отток капитала, увеличение просроченной задолженности по ссудам вследствие низкого уровня кредитоспособности заёмщиков и другие проблемы.

Ликвидность коммерческого банка - гарантия надежности и стабильности банковской системы страны. Поэтому государство в лице ЦБ РФ ведет

постоянный контроль над ликвидностью банков через нормативы, установленные инструкцией № 139-И «Об обязательных нормативах банка».

Для систематического контроля за состоянием ликвидности коммерческих банков, то есть его способности их обеспечить своевременное и полное выполнение своих обязательств перед участниками банковского процесса, Банком России установлены нормативы мгновенной, текущей, долгосрочной ликвидности, которые регулируют риски потери банком ликвидности и определяются как отношение между активами и пассивами с учетом сроков, сумм и типов, активов и пассивов, других факторов [1]:

1) Н2 – норматив мгновенной ликвидности банка. Регулирует риск потери банком ликвидности в течении одного операционного дня. Предельное значение больше или равно 15%;

2) Н3 – норматив текущей ликвидности банка. Регулирует риск потери банком ликвидности в течении ближайших к дате расчета норматива 30 календарных дней. Предельное значение больше или равно 50%;

3) Н4 – норматив долгосрочной ликвидности банка. Регулирует риск потери банком ликвидности в результате размещения средств в долгосрочные активы. Предельное значение меньше или равно 120%.

Кроме того, Банк России регулирует концентрацию кредитного риска посредством показателей Н6, Н7, Н9.1, Н10.1, нарушение которых может отразиться на ликвидности банка.

За последние четыре года у коммерческих банков наблюдаются проблемы с ликвидностью, об этом свидетельствуют сведения о снижающихся остатках средств на корреспондентских счетах кредитных организаций в Банке России. С проблемами ликвидности многие коммерческие банки столкнулись осенью 2014 г. Эти проблемы, в основном, были связаны с выплатами внешних займов.

Как свидетельствуют данные статистики, сальдо операций Банка России по предоставлению/абсорбированию ликвидности на 31.12.2013 г. уменьшилось на 47 млрд рублей, а на 31.12.2014 г. произошло резкое увеличение до 369,3 млрд руб., предоставленных коммерческим банкам для покрытия дефицита ликвидности. [3]

Стоит отметить, что в банковском секторе существуют проблемы, связанные с ликвидностью. Для их устранения каждый коммерческий банк должен разработать собственные меры по обеспечению поддержания ликвидности на оптимальном уровне на основе проведения анализа ее состояния, а также прогнозирования результатов деятельности и проведения в будущем научно-обоснованной экономической политики.

Основная проблема заключается в том, что банкам необходимо решать сразу две по существу противоположные задачи [3]. (Таблица 1)

Таблица 1 – Задачи, выполняемые при управлении ликвидностью

Задачи	Последствия
Проводить безрисковую, но и бездоходную политику	Банк медленно разорится
Стремиться заработать максимально возможную прибыль и рисковать	Приводит к задержкам платежей и тогда банк обязательно разорится, но уже быстро и неожиданно

Так, если в коммерческом банке показатели ликвидности намного выше их нормативных значений, то это значит. Что активы превышают уровень пассивов. Данная ситуация называется положительным дисбалансом активов и пассивов. И это свидетельствует нам о том, что банк ведет осторожную безрисковую политику. Как известно, ликвидность прямо пропорционально влияет на прибыль банка, следовательно, банк сокращает возможность получения прибыли. Поэтому, выбирая безрисковую политику, банк наращивает свои активы, увеличивая ликвидность, но тем самым медленно и верно разоряется. [2]

Высокие показатели ликвидности не всегда говорят о нормальном функционировании кредитной организации. Наоборот, избыток ликвидных средств, говорит о неэффективном использовании активов, что в свою очередь препятствует росту доходов банка. Для эффективной работы, коммерческому банку необходимо поддерживать уровень ликвидности в области ее нормативов.

Список использованных источников:

1. Инструкция Банка России от 03.12.2012 N 139-И «Об обязательных нормативах банков» (ред. От 20.10.2016). [Электронный ресурс] // Сайт компании «Консультант Плюс» / URL: <http://www.consultant.ru/online>, свободный. – Загл. с экрана (дата обращения 10.04.2017).

2. Жуков, Е. Ф. Банки и небанковские кредитные организации и их операции: учебник для студентов вузов / Е. Ф. Жуков и др.; под ред. Е. Ф. Жукова, Н. Д. Эриашвили. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 559 с.

3. Руденко А.М., Афанасьева М.А. Проблемы обеспечения ликвидности коммерческих банков в современных условиях // Вестник алтайской науки. 2015. № 2 (24). С. 62-68.

4. Колобова Э.И., Руденко А.М. Современные методы оценки состояния ресурсной базы коммерческих банков // Вестник алтайской науки. 2015. № 2 (24). С. 176-180.

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КРЕДИТНЫХ РЕЙТИНГОВ В РОССИИ

*Горшенева Валентина Константиновна, студент
Научный руководитель: Панасюк Яна Михайловна,
Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал,
656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: YAMPanasyuk@fa.ru*

Аннотация: Рейтинговые агентства имеют неоспоримую значимость в оценке кредитного рейтинга и в начале XX века, и в настоящее время. Присвоение рейтинга – это сложная работа и её Методологию рейтинговые агентства раскрывают крайне редко. Как правило, они оценивают множество показателей. Во всем мире растет значимость международных рейтинговых агентств, а в России повышается востребованность национальных рейтинговых агентств.

Ключевые слова: кредитный рейтинг, оценка, перспективы развития

Как известно, мировой кризис 2008 года оставил существенный след во всех сферах жизни общества. Исключением не стали и так называемые рейтинговые агентства, основной задачей которых является оценивание платёжеспособности финансовых учреждений, качество управления активами, а также своевременный расчёт по обязательствам. Сложившаяся экономическая ситуация того времени показала, что даже самые «топовые» агентства не способны дать компаниям истинную оценку. Но, не смотря на пошатнувшуюся репутацию рейтинговых агентств, их самый известный продукт – кредитный рейтинг, на сегодняшний день крайне востребован. Западная практика использования инвесторами данного инструмента при выборе эмитентов, говорит о его неоспоримой значимости. Следовательно, перед нами встаёт ряд вопросов: имеют ли перспективу развития кредитные рейтинги в России? Какие критерии оценки российских заёмщиков будут целесообразны? И как данные рейтинги способны улучшить экономическую среду?

Изначально следует дать понятие термину «кредитный рейтинг». Он представляет собой комплексную оценку способности и готовности эмитента выполнять свои финансовые обязательства [1, с. 54]. Любое инвестирование денежных средств, а также предоставление их во временное пользование, связано с риском – риском потери своих вложений. Степень риска связана в первую очередь с кредитоспособностью эмитента. И именно этот риск позволяют предугадать и учесть кредитные рейтинги.

Свою историю существования кредитные рейтинги начали ещё в начале XX века. Американский экономист Дж. Муди опубликовал первый кредитный рейтинг, оценивающий риск вложения в популярные на тот момент облигации железных дорог, 1909 году. Именно этот человек стал основателем одного из

самых известных на сегодняшний день рейтинговых агентств - Moody's Investors Service. Чуть позднее стали появляться другие агентства, рейтинги которых признаются во всём мире.

В мире насчитывается более 100 рейтинговых агентств. Самыми авторитетными из них являются Fitch Ratings, Moody's, а также Standard & Poor's, образующие «большую тройку» рейтинговых агентств. Именно эти компании дают оценку самым востребованным эмитентам среди инвесторов. По приблизительным оценкам на их отчеты приходится приблизительно 95% всего рынка оценочных услуг международного масштаба [2]. В руках данных агентств сосредоточена такая власть, которая способна повлиять на экономическую и политическую ситуацию во всём мире.

Присвоение рейтинга – это сложная исследовательская работа. Её методологию рейтинговые агентства раскрывают крайне редко. Как правило, они оценивают множество показателей, таких как: финансовую устойчивость, возможность платить по счетам, состояние имущества, доходность и деловую активность. Каждая из этих переменных включает в себя еще несколько и т.д.

Не смотря на значимость для инвесторов кредитных рейтингов, не стоит забывать и, о существенных недостатках. Кризис 2008 года обозначил главный минус рейтинговых агентств – медлительность. Выставление оценок не успевает за динамичностью экономической ситуации, а, следовательно, полагаться на них нецелесообразно. Также стоит отметить, что рейтинговые агентства – это в первую очередь коммерческие организации, а значит главная их цель – это максимизация прибыли. Нынешний президент Федерального ведомства финансового надзора Германии (BaFin) Й. Саньо в разгар нынешнего кризиса назвал «большую тройку» «машиной для делания денег» [3]. Аргументировать данное заявление можно тем, что данные агентства в погоне за собственным достатком подходят к оценке заёмщиков субъективно.

Что касается России, то на сегодняшний день практику присвоения рейтингов освоили четыре агентства национального масштаба, которые прошли аккредитацию в Министерстве финансов РФ («Эксперт РА», НРА, RusRating, АК&М). Методика определения кредитного рейтинга отечественных агентств основывается на анализе широкого набора показателей, характеризующих различные аспекты функционирования рейтингуемых объектов, в целях выявления наиболее значимых факторов риска и точек роста, которые могут оказать влияние на возможности объекта выполнять свои финансовые обязательства [4]. В зависимости от абсолютных значений, динамики и качественных характеристик анализируемым показателям присваиваются балльные оценки, в результате агрегирования которых формируется итоговый рейтинговый балл.

Развитие современного фондового рынка, на котором одновременно обращаются тысячи ценных бумаг, привело к необходимости составления кредитных рейтингов, способных дать оценку уровней кредитного риска по ценным бумагам. Это объясняется желанием инвесторов получить информацию о качестве той или иной ценной бумаги, а также тем, что эмитенты нуждаются

в независимых оценках, которые могли бы подтвердить качество их товара на фондовом рынке.

При рейтинге ценных бумаг не измеряется конкретная величина риска потерь, он не служит мерой их вероятности. В основу рейтинга положена шкала качественных оценок: «высшее качество» (самый низкий уровень кредитного риска), «хорошее качество», «выше среднего уровня качества» и т.д. Каждый уровень качества имеет буквенное или буквенно-цифровое обозначение, например, ААА, ВВ или С (долговые обязательства самого худшего качества).

События 2014 года, а именно понижение суверенного рейтинга России, отток капитала из страны, сокращение возможностей по привлечению внешних заимствований, а также сложная геополитическая ситуация на Украине и введение санкций против России заставили самые авторитетные рейтинговые агентства Moody's и Standard & Poor's пересмотреть свои рейтинги ведущих российских компаний. В списке оказались Газпром, Транснефть, Лукойл, Роснефть, ОАО «РЖД», «Банк Москвы», а также ВТБ, ВЭБ, ФСК ЕЭС и ОАО «ФПК».

Что касается дальнейшего развития рейтинговых агентств в России, то тут имеет место предположение, что с высокой степенью вероятностью будут появляться новые агентства, однако обеспечить соответствие установленным требованиям они смогут не так скоро из-за сложностей в экономике страны, а также необходимости доказать Банку России высокое качество своей деятельности. Также велика вероятность появления новых рейтинговых агентств, способных в своей перспективе расширять своё присутствие не только на российском рынке, но и за рубежом. Для этого в течении следующих нескольких лет агентствам необходимо провести наработку аналитической базы, методологических приёмов и статистических данных.

Также необходимо отметить, что уже создана законодательная основа функционирования отечественной рейтинговой системы. В июле 2015 г. был подписан закон о деятельности рейтинговых агентств в России, который устанавливает основные понятия рейтинговой деятельности и условия её проведения в России, а также определяет порядок аккредитации рейтинговых агентств. В отличие от международных рейтинговых агентств, национальные рейтинговые агентства обязаны направлять применяемые методологии своей оценочной деятельности в полном объёме в Банк России. Эти меры, по нашему мнению, позволяют минимизировать субъективность выносимых рейтинговых оценок и обеспечить их более весомую гарантию и качество.

Позитивным новшеством является также и то, что по российским объектам рейтингования будет применяться только национальная рейтинговая шкала. При этом решения органов власти иностранных государств и субъектов международного права не смогут повлиять на решения об отзыве рейтингов кредитных рейтинговых агентств.

Итак, подводя итоги, стоит отметить, что при налаживании экономической ситуации в стране, национальные кредитные рейтинги имеют позитивные перспективы. При сохранении перспектив деятельности в России ведущих международных рейтинговых агентств востребованность

национальных рейтинговых агентств в России будет увеличиваться, что во многом будет зависеть от того, удастся ли участникам рынка обеспечить независимость и объективность в своей работе, формируя беспристрастные рейтинги, которые должны будут в будущем иметь важнейшее значение как для отечественной, так и для мировой экономики.

Список используемой литературы:

1. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / под общ. ред. А.Г. Грязновой – М.: Финансы и статистика, 2011- 1166 с.
2. Катасонов, В.Ю. О рейтинговых агентствах. [Электронный ресурс]. <http://management-club.com/chto-chitaem/o-protssente-ssudnom/o-rejtingovyh-agentstvah.html> (дата обращения: 15.05.2017)
3. Рейтинговые агентства. [Электронный ресурс]. <https://www.sravni.ru/enciklopediya/banki/slovar/rejtingovye-agentstva/> (дата обращения: 15.05.2017)
4. Панасюк Я.М. О финансовых аспектах глобализации / Социально-экономическая политика России при переходе на инновационный путь развития: материалы 3-й международной научно-практической конференции, г. Барнаул, 24 июня 2011 г./под общ. ред. И.К. Мищенко, В.Г. Притупова. – Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2011. С.161-163.

ПЕРЕКРЕДИТОВАННОСТЬ РОССИЯН КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.

Джумиго Александр Михайлович, студент

*Научный руководитель: Санникова Инна Николаевна, доктор экономических наук, профессор, Алтайский государственный университет, МИЭМИС, 656049, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.61, Россия
E-mail: alexander96829@gmail.com*

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы уровня перекредитованности в Российской Федерации. Оценка уровня перекредитованности определяется по таким показателям, как размер дохода уходящего на покрытие кредита, уровень просрочки по кредитам, количество активных кредитов. Доказано наличие состояния перекредитованности среди заемщиков.

Ключевые слова: Перекредитованность россиян; макроэкономические показатели; отношение долга к ВВП; показатели долговой нагрузки; уровень просроченных платежей по кредитам.

После введения западных санкций против России в 2014 году, хозяйственно - экономическая жизнь страны резко изменилась. Внимание множества политиков и экономистов было привлечено к проблеме экономической безопасности страны. Попробуем разобраться, насколько проблема перекредитованности актуальна для России [1].

В качестве индикаторов перекредитованности домохозяйств выделяют следующие показатели [6]:

- На покрытие кредита уходит более 30% суммарного денежного дохода домохозяйства.

- У домохозяйства имеется просрочка сроком более 2 месяцев по кредиту или по другим обязательным платежам.

- У домохозяйства имеется 4 или более активных кредитов.

Среди показателей, которые используются, для определения долговой нагрузки на домохозяйство на макроуровне, можно выделить следующие:

Leverage to GDP Ratio - отношение размера долга домохозяйств к ВВП.

Consumer Leverage Ratio - отношение размера долга и к располагаемым денежным доходам населения

PTI (Payment-to-income ratio) — соотношение ежемесячного платежа по кредиту к сумме доходу заемщика.

Россия имеет крайне небольшие показатели за кредитованности, по сравнению с другими странами.

По статистике, только у 29,7% процентов россиян есть какая-либо задолженность. У 70,3% россиян нет никаких долговых обязательств. Среди россиян, имеющих долги, основным видом задолженности является кредит в

рублях, оформленный в банке или по месту продажи товаров или услуг. Наименьший вес имеют кредиты и ипотека в иностранной валюте [5].

Чтобы охарактеризовать первый признак перекредитованности населения, рассмотрим насколько велика долговая нагрузка для тех, кто имеет какие-либо задолженности. По статистическим данным, каждый второй россиянин из тех, кто имеет задолженность, отдает для ее покрытия треть или более доходов семьи. Меньше всего для обслуживания своей задолженности тратят заемщики из третьей группы.

Рассмотрим второй критерий перекредитованности - домохозяйство имеет больше 4 кредитов. Согласно статистике НБКИ (Национальное бюро кредитных историй), количество людей с 4 и более кредитами, серьезно уменьшилось за прошедшие 3 года. Так, количество заемщиков с четырьмя кредитами в 2016 году, по сравнению с 2015, уменьшилось на 40%. Количество заемщиков с 5 и более кредитами уменьшилось на 47%. Наиболее существенно, на 1 444 033 человек, уменьшилось количество людей с 2 и более кредитами [4].

Таблица 1 - Количество действующих кредитов у заемщиков

Количество действующих кредитов у заемщиков	01.04.2015	01.10.2015	01.04.2016	Изменение за год, %
2 кредита	6 195 985	4 942 999	4 751 952	-23,3%
3 кредита	2 724 201	1 954 389	1 848 571	-32,1%
4 кредита	1 240 305	808 973	742 573	-40,1%
5 и более кредитов	588 505	350 176	306 930	-47,8%
Итого по всем заемщикам с несколькими действующими кредитами:	10 748 997	8 056 536	7 650 026	-28,8%

Рассмотрим третий критерий перекредитованности домохозяйств - задержку выплат по кредитам. Как мы видим из предоставленных статистических данных, практически каждый пятый заемщик имеет просрочку по платежам. Наибольший объем просрочки наблюдается среди домохозяйств с наименьшими доходами - 21,8. Большая доля просрочек приходится на небольшие населенные пункты меньше миллиона человек.

Согласно данным ВШЭ 27,1% домохозяйств имеет один признак перекредитованности относительно всех домохозяйств. Двумя признаками перекредитованности обладает лишь 6,2 домохозяйств. Три признака перекредитованности встречаются лишь 2,2% домохозяйств. Зачастую, если у домохозяйства имеется лишь один признак перекредитованности, то им является просрочка по кредиту (62,6%), вторым по частоте признаком, является высокая кредитная нагрузка (28,4). Реже всего встречается наличие 4 и более кредитов (9%).

Таким образом, мы можем сделать следующие выводы:

- макроэкономические показатели России, по уровню долговой нагрузки относительно невелики, а уровень охвата населения кредитами невысок.

- В разрезе всех выданных займов наибольшую долю имеют потребительские кредиты. Они характеризуются небольшими сроками и высокими процентными ставками.

- Среди должников, велика группа тех, у кого не хватает средств даже на еду.

- Больше трети заемщиков имеют признаки перекредитованности.

В Российской экономике наблюдается относительно небольшое число заемщиков по сравнению с другими странами. Однако, наблюдается преобладание потребительских кредитов с высокой процентной ставкой и относительно небольшое число ипотечных кредитов. У более чем трети заемщиков наблюдаются признаки, перекредитованности. Несмотря на относительно небольшой процент заемщиков с признаками перекредитованности, относительно всего населения, проблема является актуальной. Учитывая кризисные явления экономики, есть основания полагать, что количество домохозяйств с признаками перекредитованности будет лишь увеличиваться, что является угрозой экономической безопасности страны [2].

Список использованных источников:

1. Ежедневная деловая газета РБК. № 079 (2335) (1105). 10.05.2016 [Электронный ресурс] /Аликина А., Волкова О. Кредитная карта России. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.rbc.ru/newspaper/2016/05/11/572a09649a7947bcfb0340a1>. - Загл. с экрана.

2. Клуб регионов. Федеральная экспертная сеть. Новости. 28.05.2015 [Электронный ресурс] / ОНФ составил карту закредитованности населения российских регионов. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://club-rg.ru/news/38099>. - Загл. с экрана.

3. Деловая газета «Взгляд». 25.03.2016 [Электронный ресурс]/ Самофалова О. Четверть населения России в должниках у банков.- Электрон.дан. – Режим доступа: <https://vz.ru/economy/2016/3/25/801657.html>. - Загл. с экрана.

4. Национальное бюро кредитных историй (НБКИ). 06.02.2017 [Электронный ресурс]/НБКИ: за два последних года доля заемщиков, отдающих на обслуживание кредитов более половины ежемесячного дохода, сократилась с 13,7% до 9,8%. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.nbki.ru/company/news/?id=20685>. – Загл. С экрана.

5. Национальное бюро кредитных историй (НБКИ). 30.05.2016 [Электронный ресурс]/НБКИ: за год количество заемщиков, имеющих 5 и более действующих кредитов, сократилось почти наполовину – до 300 тысяч человек.

– Электрон. дан. – Режим доступа:
https://www.nbki.ru/company/news/?id=20401&spphrase_id=80363. - Загл. с экрана.

6. Мониторинг НИУ ВШЭ. Итоги года / под ред. Л.Н. Овчаровой. – М.: НИУ ВШЭ, 2017 [Электронный ресурс]/ Население России в 2016 году: доходы, расходы и социальное самочувствие. – Электрон. дан. – Режим доступа:
[https://www.google.ru/webhp?sourceid=chrome-](https://www.google.ru/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#newwindow=1&q=09+%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3+%D0%92%D0%A8%D0%AD+%D0%98%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%B8.pdf)

[instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-](https://www.google.ru/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#newwindow=1&q=09+%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3+%D0%92%D0%A8%D0%AD+%D0%98%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%B8.pdf)

[8#newwindow=1&q=09+%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3+%D0%92%D0%A8%D0%AD+%D0%98%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%B8.pdf](https://www.google.ru/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&espv=2&ie=UTF-8#newwindow=1&q=09+%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3+%D0%92%D0%A8%D0%AD+%D0%98%D1%82%D0%BE%D0%B3%D0%B8.pdf). - Загл. с экрана.

ПРОБЛЕМЫ ВЛОЖЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В СТРОИТЕЛЬНУЮ СФЕРУ НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ.

Егорова Наталья Викторовна, студент

*Научный руководитель: Эргардт Ольга Ивановна, кандидат экономических наук, доцент, Алтайский государственный университет, МИЭМИС, 656049, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.61, Россия
E-mail: nataschaegorova@mail.ru*

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы вложения инвестиций в строительную сферу на примере Алтайского края. Представлен проведённый анализ конкретных проблем и их примеров в городе Барнауле.

Ключевые слова: Инвестиции, строительная сфера, проблемы вложения инвестиций.

В последние годы, экономика страны начала развиваться более быстрыми темпами, расширились возможности для многих компаний и физических лиц. Многие поняли главное правило экономики – деньги должны всегда находиться в движении. Всё большее количество организаций и людей пытаются выгодно вложить свои накопленные средства не только для их сохранения, но и для получения положительного результата, выгоды в будущих периодах.

На сегодняшний день существует множество возможностей размещения накопленного капитала: от самых простых, до самых рискованных. И все они имеют не только свои преимущества, но и свои недостатки, особенно в нынешних условиях кризиса.

Однако, не смотря на время и так скоротечно изменяющиеся модные тенденции, инвестиции в строительство жилья продолжают считаться самым надежным капитальным вложением на довольно длительный срок. Но и в сфере жилищного строительства ситуация меняется кардинально. Так как, обусловленный несколькими факторами бум прошлых лет уже прошёл, и инвестиции в данную сферу значительно сократились. В целом по стране, и в отдельных её регионах, в той или иной степени.

Инвестиции в строительную отрасль края в 2016 году сократились примерно наполовину по сравнению с прошлым годом. За январь – сентябрь объем вложенных средств составил чуть больше 8 млрд рублей против почти 18 млрд в 2015-м. А объем работ по итогам 11 месяцев упал на 16% [1].

Основными камнями преткновения остаются по-прежнему: вопросы имущественно-земельных отношений; кадровые вопросы; вопросы недобросовестного соответствия всем законодательным актам в области строительства.

Скажем о городе Барнауле. В нём сложилась довольно-таки парадоксальная ситуация – земли много, но в то же время ее нет. Из-за нехватки

подготовленных к продаже земельных участков присутствует ярко выраженный дефицит территорий. Строить кварталами сегодня невыгодно, но покупать землю все равно приходится сразу под них. Экономически это совершенно нерационально. Поэтому нет ничего удивительного, что аукционы на комплексную застройку больших территорий срываются. Первоначально нужно создавать инфраструктуру и только затем строить дома.

Выставленные на аукционы цены земельных участков не совершенно не адекватны на сегодняшний день. Ведь важно учитывать то, что ситуация, как в строительной сфере, так и в экономике в целом меняется каждые полгода. А только подготовка к строительству дома по договору долевого участия занимает 2,5 года. При этом не известно, как изменится положение в стране, когда этот дом достроят. В то время, как на Западе выделение земельного участка под строительство занимает всего 1-2 недели.

Ещё одной проблемой вложения инвестиций в строительную сферу является недобросовестное соответствие всем законодательным актам в области строительства. Можно привести в пример "СтройГАЗ". Он стал одной из компаний, по которым кризис ударил наиболее ощутимо. В октябре прокуратура края наложила арест на его имущество за долги по налогам в 1,8 млрд рублей. "СтройГАЗ" также заморозил строительство части жилого дома на улице А. Петрова 254. Здесь важно отметить, что прокуратура Ленинского района Барнаула выявила на нём нарушения. По данным ведомства, застройщик должным образом не контролировал его сохранность.

Так же, одной из главных проблем, как и любой другой сфере, остаются коррупционные махинации и недобросовестное проведение тендеров. Итогами таких тендеров становится превращение строительства в долгострой либо бракованный результат. Так как выигрывают компании, слабо понимающие в строительстве и единственная цель которых получать всё большие суммы финансирования.

Например, школу в барнаульском квартале 2001, которую начинал строить "СтройГАЗ", до ума довели уже другие подрядчики. А в начале декабря администрация края заявила о расторжении контракта с компанией по возведению краевого художественного музея.

Кроме того, многие инвесторы отмечают еще несколько вполне очевидных недостатков, которые сопутствуют привлечению инвестиций в строительство, например, зависимость от человеческого фактора.

Чтобы заманить компании на новые проекты, чиновникам приходится включать мощные инструменты влияния. В бюджете 2017 года на строительство соцобъектов предусмотрено 3,9 млрд рублей. Однако крупные застройщики открыто заявили губернатору, что не готовы к такой ответственности: "За нами дольщики и сотрудники компаний. Это тысячи человек. Мы не готовы ими рисковать".

Кроме того, с 2017 года алтайские налоговики стали по-новому рассчитывать налог с продажи имущества. Теперь налоговики сравнивают сумму, указанную в договоре купли-продажи и кадастровую стоимость объекта.

Если цена сделки меньше на 30% от кадастровой стоимости, то для определения дохода налогоплательщика от продажи недвижимости берется кадастровая стоимость объекта, умноженная на понижающий коэффициент 0,7. При этом расчет не зависит от того, за какую цену квартира была продана реально[2].

По прогнозам представителя Жилищной инициативы, покупательная способность будет и дальше падать, а объемы жилищного строительства – сокращаться. Если три года назад данная компания (Жилищная инициатива) построила 75 тыс. квадратных метров жилья, в 2015 году сдали 150 тысяч, в 2016-м под 200 тысяч. Из них в Барнауле – 130-136 тысяч, остальное — в Новосибирске. На 2017 год запланировали порядка 80-100 тысяч квадратных метров на два города. Сокращение по Барнаулу прогнозируется около 70% [3].

Однако, важно учитывать то, что спрос на жилье постоянен, потому что потребность в нем — это базовая ценность. Просто сейчас спрос на недвижимость для многих станет отложенным. Надолго ли, зависит от того, в каком направлении будет развиваться страна. Ведь за последние годы в ней уже прошло много изменений.

Список использованных источников:

1. <http://altapress.ru/realty/story/vnimanie-bez-paniki-zastroyshchiki-altayskogo-kрая-sokratili-objemi-rabot-i-investitsiy-193474> (дата обращения: 19.04.2017)
2. <https://www.nalog.ru/rn22/news/smi/6710392/> (дата обращения: 19.04.2017)
3. <http://realtai.ru/interview/413> (дата обращения: 19.04.2017)

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ РИСКОВ В РОССИИ И АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Епифанова Елена Сергеевна, студент

*Научный руководитель: Ильиных Юлия Михайловна, кандидат
экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве
РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: ee.epifanova@yandex.ru*

Аннотация: В статье рассмотрено современное состояние рынка агrostрахования в РФ. Рассмотрены проблемы агrostрахования с господдержкой в России в свете Федерального закона от 25.07.2011 № 260-ФЗ «О государственной поддержке в сфере сельскохозяйственного страхования и о внесении изменений в Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства»

Ключевые слова: сельскохозяйственная отрасль, агrostрахование, страховые премии, господдержка, Национальный союз агrostраховщиков

Огромные территории России расположены в зоне рискованного земледелия, поэтому ежегодно производство сельскохозяйственной продукции несет огромные убытки от стихийных бедствий. При этом основной ущерб сельскохозяйственному производству наносят регулярно повторяющиеся засухи. Ущерб, причиняемые сельскохозяйственному производству, значительно снижают его устойчивость.

Под агrostрахованием понимают страхование культур сельского хозяйства, имущественных объектов фермеров и животных. Объем глобального рынка агrostрахования составляет в среднем 31 млрд. долл. Оно охватывает около 38% площадей в мире. Доля России на мировом рынке агrostрахования примерно 1,5% [1, с.110-114].

Принципом работы системы агrostрахования с государственной поддержкой является субсидирование страховых премий. В период действия системы агrostрахования с господдержкой алтайские аграрии получили 354,5 млн. руб. страховых выплат, из которых основная часть – 291 млн. руб. – приходится на агrostрахование с господдержкой, следует из проведенного Национальным союзом агrostраховщиков анализа данных союза и Банка России по агrostрахованию в Сибири.

По данным Банка России, в 2015 г. в Алтайском крае страховые компании собрали почти 35 млн. руб. премии, начисленной по договорам страхования сельхозрисков, из которых более половины – 18,2 млн. руб. – поступило по договорам, заключенным без поддержки государства.

Главная проблема Алтайского края, тормозящая развитие агrostрахования - плохие ставки субсидирования.

Всего в период действия закона об агростраховании с господдержкой в Алтайском крае 485 хозяйств заключили договора субсидируемого агрострахования.

Объём страховых премий, начиная с 2012 года рос, а в 2015 году резко снизился, т.к. в 2015 году к 24 агростраховщикам были применены санкции ЦБ РФ в связи с недостаточной финансовой устойчивостью.

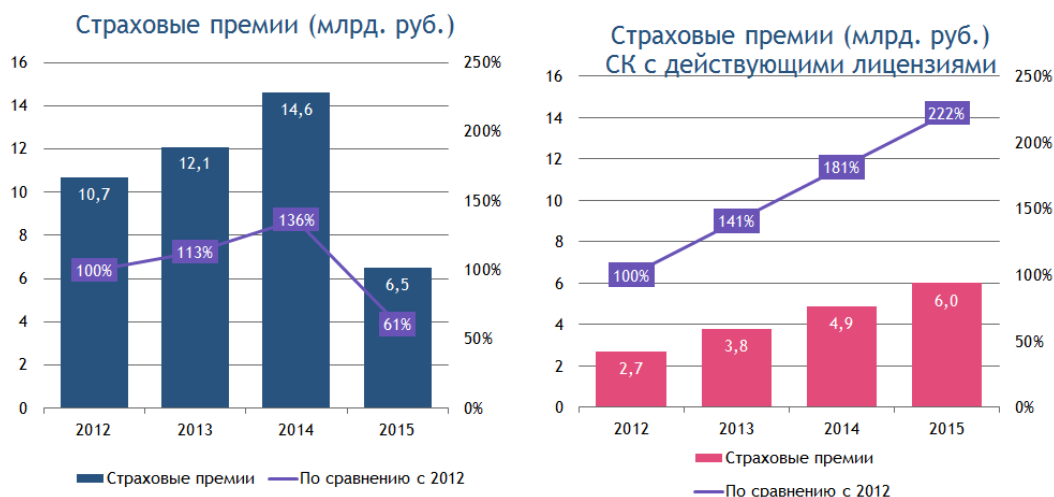


Рисунок 1 – Объём страховых премий по страхованию сельхозрисков, 2012-2015 гг.

Объём страховых выплат, как видно на рисунке 1, снижается, т.к. уменьшается число ЧС: в 2010 г. в 43 регионах, в 2015 г. в 14 регионах и, следовательно, рост средних урожайностей увеличивается: в 2010 г. 19,0 ц/га, в 2015 г. 25,0 ц/га.

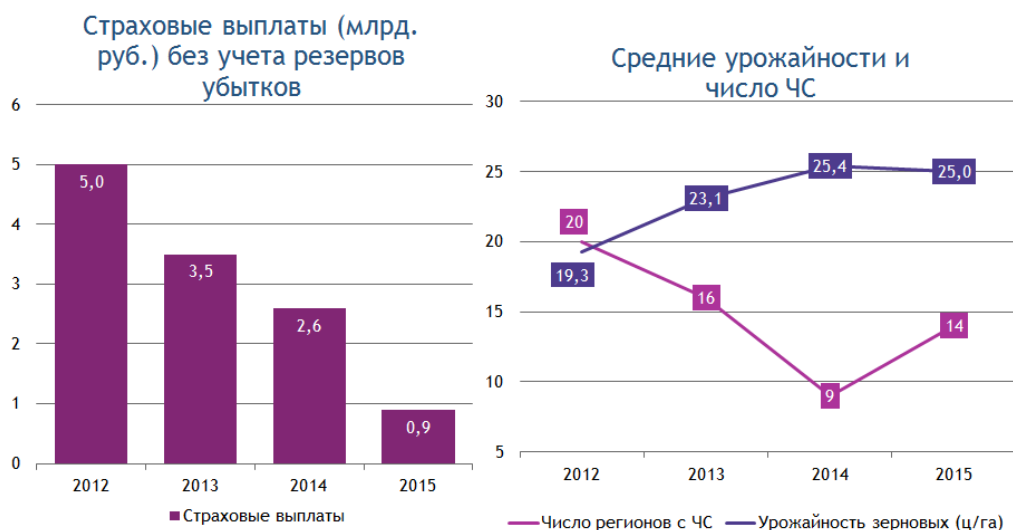


Рисунок 2 – Объём страховых выплат и средние урожайности в зависимости от числа ЧС, 2012 -2015 гг.

За три года работы по системе после принятия закона было заключено 26 000 договоров, осуществлено более 6 000 выплат на сумму 12 млрд рублей.

Клиентская база: 6-7 тысяч сельскохозяйственных предприятий ежегодно, охват посевов в пределах 10 - 18 %, охват поголовья животных от 3,7 до 4 миллионов условных голов. Ежегодно в программе участвуют не менее 50 крупных регионов России [3].

Что касается страхования животных с государственной поддержкой, то в 2013 - 2015 годах доля поголовья выросла с 7 до 17,9 млн. Больше всего страхуется домашней птицы - 53 % от всех договоров, 29 % - свиней и крупного рогатого скота [2].

Итогами агрострахования в России стало то, что в связи с централизацией с рынка ушли 24 компании в силу несоответствия финансовой устойчивости и то, что согласно Закону ФЗ-260, с 1 января 2016 г. агрострахованием на условиях государственной поддержки могут заниматься только члены единого общероссийского объединения агростраховщиков. По решению Банка России статус единого общероссийского объединения агростраховщиков присвоен НСА [4].

Основные предложения НСА по развитию агрострахования - это внедрение единого стандарта оказания государственной поддержки, соответствие ставок субсидирования и актуально рассчитанных страховых тарифов. Министерство сельского хозяйства в соответствии с ежегодным годовым планом утверждает ставки субсидирования, отдельно по животным, отдельно по урожаям, по регионам, по видам культур и видам животных и по покрытию. Важное предложение - введение стандартов в области управления рисками сельхозпроизводства. 30 марта 2016 года на заседании Правительства присутствовал президент НСА, он выступал с вопросами, проблемами по развитию агрострахования, и есть поручение Премьер-министра России дать предложение по обязательным минимальным стандартам агротехнологий и ветеринарных правил. Это делается для того, чтобы не только страховщики были универсальны и были готовы предложить свои программы, но и чтобы сельхозтоваропроизводитель соблюдал минимальные требования для выращивания культур и содержания животных [2].

Таким образом, основные перспективы развития агрострахования в России в 2016 и 2017 годах заложены стратегией развития Национального союза агростраховщиков. С уходом с рынка компаний с низкой финансовой устойчивостью предусматривается надёжная страховая защита сельскохозяйственных товаропроизводителей, то есть рынок меняется, некоторые крупные страховые компании нарастили портфели на 50 % и более. Улучшаются компенсационные выплаты пострадавшим сельскохозяйственным товаропроизводителям. Создаются условия, и это важно, для унифицированных программ страхования агрорисков и постепенное замещение ушедших с рынка компаний.

Список использованных источников:

1. Матненко М. А. Страхование сельскохозяйственных рисков: проблемы и перспективы развития // Право: современные тенденции:

материалы III Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2016 г.). — Краснодар: Новация, 2016. - 220с.

2. Союз "Единое объединение страховщиков агропромышленного комплекса - Национальный союз агростраховщиков" [Электронный ресурс] / URL: <http://www.naai.ru/> - (дата обращения 01.06.2017)

3. Таршилова М.В., Ильиных Ю.М. Управление рисками в сфере агрострахования в России: итоги и перспективы развития [Электронный ресурс] 2017. - 249-254 с. / URL: <https://elibrary.ru/> - (дата обращения 01.06.2017)

4. Ильиных Ю.М. Роль союза агростраховщиков в повышении эффективности агрострахования с государственной поддержкой [Электронный ресурс] 2016. - 72с. / URL: <https://elibrary.ru/> - (дата обращения 01.06.2017)

ПРОБЛЕМЫ КРЕДИТОВАНИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИИ

Котлярова Ольга Олеговна, студент

*Научный руководитель: Селиванова Марина Александровна, кандидат экономических наук, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: maafanaseva@fa.ru*

Аннотация: В статье рассматривается одна из самых приоритетных видов экономической деятельности – сельское хозяйство. Особое внимание уделяется вопросам кредитования сельского хозяйства. Автор делает большой акцент на изучении кредитных продуктов российских коммерческих банков, предлагаемых для сельского хозяйства. Выявляет ряд проблем и предлагает возможные пути их решения.

Ключевые слова: кредитование сельского хозяйства, просроченная задолженность, кредитные продукты, коммерческие банки, производство продукции.

Сельское хозяйство всегда остается одной из приоритетных отраслей экономики, и от того на сколько оно будет развито, зависит благосостояние народа, поскольку именно сельское хозяйство обеспечивает продовольственную безопасность страны.

В 2014 году динамика производства продукции сельского хозяйства в Алтайском крае снизилась на 27,0%.

Вследствие определенных трудностей перед сельскохозяйственными товаропроизводителями остро стоит проблема надежных источников заёмных средств.

Специфика сельскохозяйственного кредита, по сравнению с иными формами кредита, заключается:

- предоставление денежных средств как юридическим лицам (в разных организационно-правовых формах), так и физическим лицам, выступающим в качестве производителей сельскохозяйственной продукции;
- кредиторами могут быть как банки (специализированные и универсальные), так и иные кредитно-финансовые институты;
- кредит может предоставляться на задачи финансирования как текущей, так и инвестиционной деятельности;
- кредитование сельского хозяйства, как правило, выполняется на льготных по сравнению с иными отраслями экономики условиях. [1]

В 2017 году объемы кредитования сельского хозяйства в Алтайском крае снизились на 31%, а по РФ увеличились на 27% (Таблица 1).

Таблица 1 - Динамика объемов кредитования сельского хозяйства в России за 2013-2016 гг., млрд. руб.

Показатель	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017	Темп роста (снижения), %
Российская федерация	637150	573527	639837	809011	127,0
Алтайский край	12018	8562	7361	8288	69,0
Уд.вес, %	1,9	1,5	1,2	1,0	54,3

Достаточно острой проблемой для коммерческих банков остается просроченная задолженность по кредитам.

В таблице 2 показано увеличение объемов кредитования сельского хозяйства по России на 27%, но в то же время объем просроченной задолженности увеличился на 61,4%.

Таблица 2 - Динамика доли просроченной задолженности по кредитованию сельского хозяйства в целом по РФ за 2013-2016 гг.

Показатель	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017	Темп роста, %
Объем кредитования с/х	637150	573527	639837	809011	127,0
Просроченная задолженность	89880	113511	140173	145064	161,4
Доля просроченной задолженности, %	14,1	19,8	21,9	17,9	127,1

По Алтайскому краю видна тенденция уменьшения объемов кредитования сельского хозяйства на 31 % в 2016г по сравнению с 2014г. И в то же время увеличение объемов просроченной задолженности.

Таблица 3 - Кредитные продукты для сельского хозяйства АО «Россельхозбанк»

Название кредита	Кредиты под залог приобретаемой техники и/или оборудования	Кредит на развитие личного подсобного хозяйства	Кредитные продукты на проведение сезонных работ
Вид кредита:	Целевой	Целевой	Целевой
Процентная ставка по кредиту:	В зависимости от вида техники/оборудования	От 14%	Индивидуально в зависимости от кредитного продукта и срока кредитования
Срок кредита:	До 5- 7 лет	2-5 лет	До 1 года
Обеспечение:	Залог только приобрет. техники/оборуд., поруч-во	Различные виды обеспечения	Различные виды обеспечения

В зависимости от срока и суммы кредита, кредитные организации выдают займы на разных условиях как показано на примере АО «Россельхозбанк» в таблице 3.

На данный момент лидером по кредитованию агропромышленного комплекса в нашей стране является Россельхозбанк, в 2015 году он являлся лидером по кредитованию сельского хозяйства и АПК.

В 2015 году доля АПК и смежных отраслей в кредитном портфеле Россельхозбанка составила к концу отчетного года 63,9% [4].

В России государство осуществляет поддержку сельского хозяйства в основном путем субсидирования процентных ставок по кредитам.

Согласно нового порядка субсидирования кредитования агропредприятий от 1 января 2017 года, сельхозпроизводители могут получить по льготной ставке 5% годовых, средства на реализацию одного инвестиционного проекта на срок от двух до 15 лет в сфере растениеводства и животноводства. Существует ряд коммерческих банков получившие субсидии на поддержку АПК и реализации механизма льготного кредитования среди них: Россельхозбанк, Альфа-Банк, Промсвязьбанк, ВТБ, Сбербанк, Газпромбанк, Росбанк, банк «Открытие» [4].

В рамках реализации мероприятий Госпрограммы АПК за 2015 год Россельхозбанком выдано 455,6 тыс. кредитов, на общую сумму 637,6 млрд рублей. [4]

Таким образом, проблемы кредитования сельского хозяйства заключаются:

1. В снижение объемов кредитования сельского хозяйства в Алтайском крае (почти на 40%);
2. В увеличение доли просроченной задолженности по кредитованию сельского хозяйства в Алтайском крае.

В целях совершенствования кредитования сельскохозяйственных организаций коммерческими банками можно предложить следующие направления:

- развитие льготного кредитования сельского хозяйства на сезонные нужды производства;
- создание и поддержка целевых фондов кредитования с выдачей ссуд непосредственным сельскохозяйственным организациям.

-

Список использованных источников:

1. Афанасьева, М.А. Проблемы кредитования сельского хозяйства в современных условиях / М.А. Афанасьева, Я.М. Панасюк // Вестник алтайской науки.-2015.-№3, 4.- С.99-103.
2. Официальный интернет-портал Минсельхоз России [Электронный ресурс]. Режим доступа — <http://www.mcsx.ru/> (дата обращения: 18.05.2015)
3. Официальный сайт Банка России [Электронный ресурс]. Режим доступа — <http://www.cbr.ru/> (дата обращения: 18.05.2015)
4. Официальный сайт Россельхозбанка [Электронный ресурс]. Режим доступа — <http://www.rshb.ru/> (дата обращения: 18.05.2015)

КРЕДИТОВАНИЕ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Медведева Екатерина Аркадьевна, студент

*Научный руководитель: Селиванова Марина Александровна, кандидат
экономических наук, Финансовый университет при Правительстве РФ,
Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: maafanaseva@fa.ru*

Аннотация: В статье автор проводит анализ кредитования юридических лиц в России. Особое внимание уделяет исследованию кредитования юридических лиц по видам экономической деятельности, а также влиянию ключевой ставки на средневзвешенные процентные ставки по кредитам. После проведенного анализа автор выявляет особенности кредитования юридических лиц в России в современных условиях.

Ключевые слова: кредитование юридических лиц, просроченная задолженность, виды экономической деятельности, ключевая ставка, процентные ставки.

В современном хозяйстве кредит до сих пор остается основным источником экономического развития. Его активно используют как отдельные предприятия, так и граждане страны.

В настоящее время в российском банковском секторе наблюдаются заметные изменения в структуре совокупного кредитного портфеля. Совокупный кредитный портфель (кредиты физическим лицам, организациям и банкам) в рублях за 2014-2016 гг. вырос на 8,3%. Причем объем кредитования физических лиц сократился на 3,5%, а организаций и банков вырос на 5,7% и 70,1% соответственно. Наиболее быстрыми темпами коммерческие банки наращивали кредитование в иностранной валюте в 2015 году. Совокупный объем выданных инвалютных кредитов в то время увеличился на 34,6% и составил 19086,5 млрд. руб. [1]. Большая часть предоставляемых кредитов приходилась на кредитование юридических лиц.

За исследуемый период объем кредитования юридических лиц и индивидуальных предпринимателей вырос на 17,7% и составил на конец 2016 года почти 32,4 трлн. руб.

Рост объемов кредитования зафиксирован по всем видам экономической деятельности и направлениям использования средств, кроме строительства (- 22,6%), транспорта и связи (-13,9%) и кредита на завершение расчетов (-14,3%). Наибольший рост выявлен в кредитовании обрабатывающего производства (+135,3%), производства и распределения электроэнергии, газа и воды (+73,8%) и добычи полезных ископаемых (+69,3%) [1].

Наибольшую долю в структуре общего кредитования юридических лиц и индивидуальных предпринимателей за 2012-2016 гг. занимает оптовая и

розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования, которая в 2016 г. составила 22,2%. Кроме этого, за исследуемый период выросла доля обрабатывающего производства на 12,3% и составила в 2016 г. – 24,5%. Также высокую долю занимают прочие виды деятельности и кредиты на завершение расчетов.

Наибольшую долю в структуре выданных кредитов в иностранной валюте и драгоценных металлах на протяжении всего исследуемого периода занимает кредитование обрабатывающих производств (29,0%). Кроме этого, высокую долю занимает кредитование деятельности по добыче полезных ископаемых (20,2%) и кредитование оптовой и розничной торговли; ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования (16,3%).

Наименьшую долю в структуре кредитного портфеля юридических лиц в иностранной валюте занимает кредитование производства и распределения электроэнергии, газа и воды (0,1%), а также кредитование сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства (0,4%).

В целом, объем кредитования в иностранной валюте и драгоценных металлах увеличился на 16,9% и составил 31,8 трлн. руб. Наиболее высокий темп прироста приходится на добычу полезных ископаемых (133,2%), транспорт и связь (69%).

На фоне столь заметного увеличения объемов вновь выдаваемых кредитов произошло увеличение задолженности по ним. Если на 01.01.2013г. доля задолженности юридических лиц к объему выданных им банками кредитов составляла 4,5%, то на 01.01.2016 г. – 6,9%, т.е. наблюдался рост на 2,4 п.п. Частично это объясняется увеличением рублевой стоимости ранее выданных инвалютных кредитов в силу девальвации рубля, частично – увеличением доли пролонгированных кредитов. Так, обесценение национальной валюты привело к увеличению в рублевом выражении ранее выданных кредитов юридическим лицам, а последовавшее сжатие экономической активности – к росту просроченной задолженности юридических лиц перед банками.

Заметное влияние на кредитование юридических лиц оказывают средневзвешенные процентные ставки по кредитам.

За 2014-2016 гг. произошло снижение средневзвешенных процентных ставок по кредитам, что связано с изменением ключевой ставки Банка России. Так, по состоянию на 01.01.2015г. ставки по кредитам для юридических лиц были на довольно высоком уровне, например, по кредитам в рублях со сроком до 30 дней – 19,59%, в долларах США со сроком от 1 года до 3 лет – 9,26%, и 10,71% для евро со сроком от 181 дня до 1 года (в то время ключевая ставка Банка России составляла 17%). На сегодняшний день ключевая ставка составляет 9,75%, в связи с чем средневзвешенные процентные ставки по кредитам юридических лиц снизились. [2].

Таким образом, для кредитования юридических лиц в современных условиях характерны следующие тенденции:

1) увеличение объемов кредитования юридических лиц, как в национальной, так и иностранной валюте;

2) наибольшую долю в структуре общего портфеля кредитов юридических лиц занимают следующие виды экономической деятельности: оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования; обрабатывающее производство и деятельность по добыче полезных ископаемых;

3) рост просроченной задолженности по кредитам юридических лиц;

4) довольно высокий уровень процентных ставок по кредитам.

Подводя итог вышесказанному, следует сделать вывод о том, что действия банковского сектора, связанные с кредитованием юридических лиц, направлены, на развитие российской экономики, что, в конечном счете, должно привести к повышению качества жизни и увеличению благосостояния граждан.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт Центрального банка РФ. [Электронный ресурс] // Сайт URL: <http://www.cbr.u/>, свободный. - Загл. с экрана (дата обращения 29.04.2017).

2. Афанасьева М.А., Панасюк Я.М. Проблемы кредитования сельского хозяйства в современных условиях// Вестник алтайской науки. 2015. № 3-4 (25-26). С. 99-103.

3. Мочалова Л.А., Мочалова Е.Б. Экономическая сущность залога и его место в системе кредитования// Вестник алтайской науки. 2013. № 2-1. С. 116-121.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Трифанова Евгения Николаевна – студент

*Научный руководитель: Ильиных Юлия Михайловна, канд. экон. наук,
доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский
филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: YUMlilynh@fa.ru*

Аннотация: Статья посвящена положению малого предпринимательства на территории Российской Федерации. Выделяются характерные черты данного вида бизнеса. Представлена система государственной поддержки малого предпринимательства. В статье выяснены основы законодательной базы в данной области.

Ключевые слова: экономика, малый бизнес, государственная поддержка, механизм, предпринимательство.

Малый бизнес в условиях современной действительности играет немаловажную роль в нашей стране. Данный вид деятельности требует от человека максимального участия, совмещенного зачастую с огромным риском. Исторически сложилась особая роль малого бизнеса в России. Поэтому проблема его государственной поддержки является несомненно актуальной [1].

Для начала необходимо разобраться с самим термином. Предпринимательская деятельность – по законодательству РФ (ГК РФ) – это самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность граждан и их объединений, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

Предпринимательству характерны отличительные признаки, как сложному социально-экономическому явлению, это:

- 1 Деятельность в хозяйственной сфере с целью получения прибыли;
- 2 Экономическая свобода, которая предполагает наличие комплекса прав и обязанностей, связанных с самостоятельным принятием решений;
- 3 Личная материальная и юридическая ответственность за результаты хозяйствования;
- 4 Инновационный характер деятельности [2].

Сегодня малое предпринимательство развивается замедленно и поэтому, особенно на ранних стадиях, оно нуждается в государственной поддержке. Для ее осуществления необходима четко сформулированная политика со стороны правительства. Таким образом, основной целью системы поддержки малого предпринимательства является создание благоприятных условий функционирования и развития малых предприятий. [3].

Итак, государственная система поддержки малого бизнеса представлена:

1. Государственными нормативно-правовыми актами;
2. Государственным аппаратом, состоящим из государственных институциональных структур;
3. Государственной инфраструктурой поддержки малого бизнеса, в которую входят некоммерческие и коммерческие организации.

Главным инструментом реализации государственной политики служат федеральные, региональные, отраслевые и муниципальные программы развития и поддержки малого бизнеса. Руководством их реализации занимается Министерство Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства в лице Департамента поддержки малого предпринимательства. Финансовое обеспечение осуществляется «Федеральным фондом поддержки малого предпринимательства».

Государственный аппарат системы поддержки малого бизнеса включает государственные структуры, ответственные за развитие малого предпринимательства на федеральном уровне.

Российская Федерация на данный момент обладает всеми видами структуры поддержки малого бизнеса, которые имеют промышленно-развитые страны. Система государственных и муниципальных фондов поддержки малого предпринимательства являются основой государственной инфраструктурой.

Кроме того, одним из важных институтов в сфере поддержки малого предпринимательства являются нормативно-правовые нормы. В первую очередь они закрепляют систему экономических, финансовых, материальных и других стимулов, гарантирующих необходимую поддержку определенным категориям субъектов малого предпринимательства. Концепция государственной поддержки и развития малого предпринимательства в Российской Федерации, которая была одобрена Государственным Советом РФ в декабре 2001 года, представляет собой систему принципов и приоритетов в деятельности органов государственной власти и местного самоуправления в сфере малого предпринимательства. Одними из задач концепции являются: формирование благоприятной правовой среды; введение ответственности должностных лиц за действия (бездействия) препятствующие созданию и деятельности малых предприятий; обеспечение финансовой поддержки со стороны государства. Так же немаловажное значение для развития малого предпринимательства имела реализация Федерального закона № 88-ФЗ от 14.06.1995 г. «О государственной поддержке малого предпринимательства в РФ», предусматривавшего ежегодное принятие федеральных программ поддержки малого предпринимательства. Стоит отметить Федеральный закон от 24.07.2017г. N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ», регулирующий отношения, возникающие между юридическими, физическими лицами, органами государственной власти РФ, органами государственной власти субъектов Российской Федерации и т. д. [5, с.141–144].

Это далеко не полный перечень возможных нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность малого предпринимательства, но, исходя из этого, нельзя не отметить активное участие и поддержку со стороны государства.

Недавно Правительством Российской Федерации было подписано постановление, вступившее в силу с 13 июля 2015 года N 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства», в котором сообщается о том, что увеличины в 2 раза предельные значения выручки для отнесения компаний к категориям микропредприятий, малого и среднего бизнеса. Так это дает возможность новым фирмам претендовать на господдержку, пользоваться льготами, которые предоставляются государством [4].

В феврале-мае 2010 года было проведено анкетирование для оценки ситуации в российском сегменте растущего малого бизнеса в 94 растущих малых предприятиях в различных регионах Центрального, Северо-Западного, Сибирского и Южного федеральных округов.

Исследование показало, что подавляющее большинство опрошенных респондентов — практически 90 % растущих малых и средних предприятий нуждаются в поддержке со стороны государства и коммерческих структур. Каковы же наиболее востребованные виды поддержки? (рис.1)

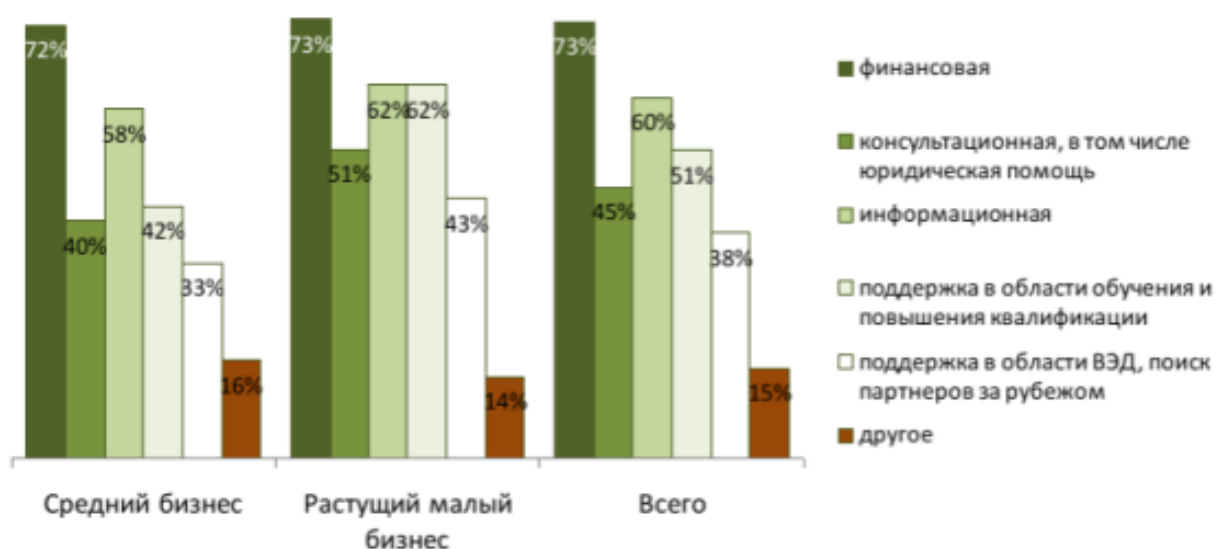


Рисунок 1 – Наиболее востребованные виды государственной поддержки

Как видно, наиболее востребованными среди двух видов бизнеса являются финансовая поддержка, информационная и поддержка в области обучения и повышения квалификации. Так же стоит отметить, что все виды поддержки более востребованы малым бизнесом, нежели средним [7, с. 16–18].

Таким образом, исходя из результатов исследования, можно сделать вывод, что малое предпринимательство в нашем государстве нуждается в активной поддержке. Следует подчеркнуть, что на данный момент со стороны государства в сфере малого предпринимательства ведется активная политика, основанная прежде всего на нормативно-правовом законодательстве.

Список использованных источников:

1. Государственное управление кризисными ситуациями в экономике.: Аунапу Т.Ф., Аунапу Э.Ф., Ильиных Ю.М. / Алтайский государственный технический университет им И.И. Ползунова , Барнаул, 2005
2. Финансовая политика региона на современном этапе.: Мочалова Л.А., Пирогова Т.В., Рау Э.И., Сбитнева Л.П., Мозжилин Е.Е., Юдина И.Н., Руденко А.М., Колобова Э.И. (на материалах Алтайского края) / Финансовый университет при Правительстве РФ. Москва, 2016.
3. Особенности мирового финансового кризиса.: Мочалова Л.А. Финансы и кредит. 2009. № 14 (350). С. 8-11.
4. К вопросу об активном управлении.: Мочалова Л. АПК: Экономика, управление. 1996. № 4. С. 38.

ПЕРЕХОД НА НАТУРАЛЬНЫЕ СТРАХОВЫЕ ВОЗМЕЩЕНИЯ ПО ОСАГО

Шибает Владимир Игоревич, студент

*Научный руководитель: Баранова Елена Владиславовна, старший преподаватель, Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова, 656000, г. Барнаул, пр-т. Ленина, 46, Россия
E-mail: elenbaranova@yandex.ru*

Аннотация: В 2016 году страховые компании понесли крупнейшие убытки за последние 10 лет в сегменте ОСАГО. Новые поправки в законодательство, связанные с переходом на натуральные страховые возмещения по ОСАГО, призваны снизить убыточность операций страховщиков в этом сегменте, однако влекут за собой существенные риски для владельцев транспортных средств, связанные с неточностями формулировок закона в области проверки качества новых деталей, установленных в ходе ремонта, сроков проведения ремонта, непрозрачности процесса формирования реестров СТО.

Ключевые слова: Обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств, выплаты по ОСАГО, натуральные страховые возмещения, реестр станций технического обслуживания, убытки страховых компаний.

ОСАГО (обязательное страхование гражданской ответственности владельцев транспортных средств) - значительный сегмент страхового рынка и рынка страхования автотранспортных средств, в частности. По данным информационно-аналитических материалов Центрального Банка РФ по итогам III квартала 2016 года на ОСАГО приходится 20% страхового рынка [1].

При этом непростая ситуация в сегменте (рост мошеннических операций, сокращение спроса, рост средней выплаты и др.) оказывает влияние на показатели убыточности страхового рынка. В 2016 году в России автостраховщики потерпели крупнейшие убытки за последние 10 лет. Выплаты по ОСАГО превысили премии у 20% страховщиков. Уровень выплат по обязательному страхованию гражданской ответственности владельцев транспортных средств (ОСАГО) в 2016 году был максимальным за всю историю этого рынка. В 2015 году он составлял 56,4%, самым высоким этот показатель был в 2010 и 2014 гг. - 60% (рисунок 1). В 2016 году этот показатель, представляющий отношение суммы выплат к собранной премии, превысил 70%.

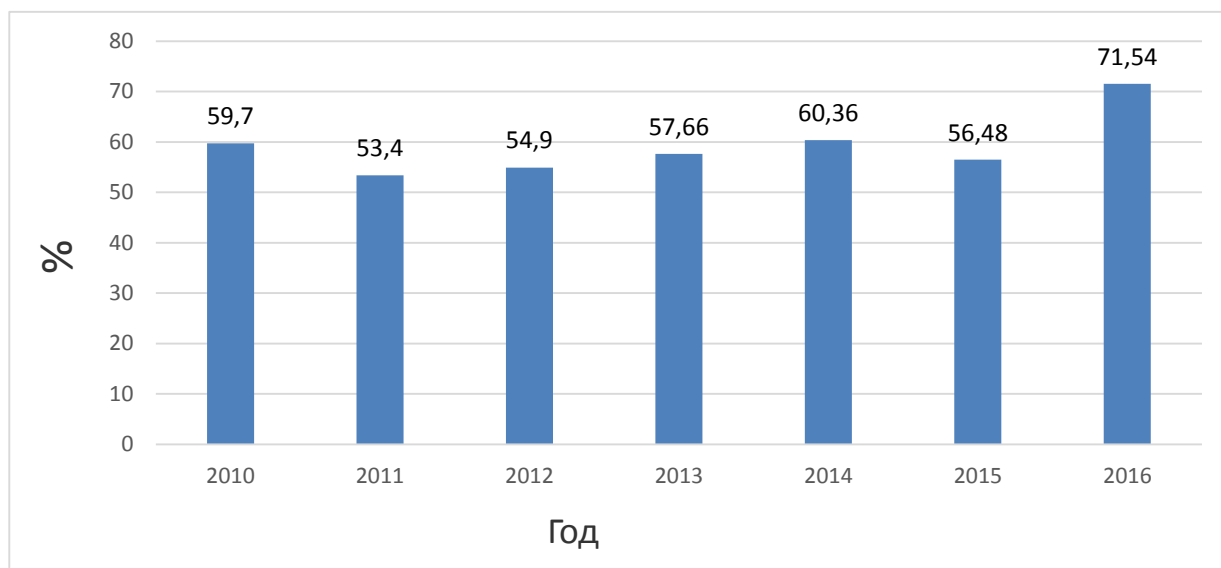


Рисунок 1 – Динамика показателя отношения суммы выплат к собранной премии

Источник: [2]

Значительный рост выплат можно связать с повышением лимитов по ОСАГО в 2014 году, которые максимально проявились в 2016 году. Ожидается, что выплаты по заключенным в 2016 году договорам ОСАГО продолжатся в 2017 году, и их размер составит еще большую величину. По данным РСА сумма выплат по страховым случаям в январе 2017 г. выросла на 77%, а премии - лишь на 6%. Средняя выплата в ОСАГО выросла на 23% до 71 347 руб., а средняя премия сократилась на 2% - до 6047 руб.[3].

При этом по итогам 2016 года у 16 из 85 страховщиков выплаты превысили сборы. Две из этих компаний входят в число тридцати крупнейших страховщиков ОСАГО — «Уралсиб» и «Росгосстрах».

Данная ситуация способствовала тому, что автостраховщики стали предпринимать активные попытки лоббирования принятия поправок к закону об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств, и 28 марта 2017 года Президентом России был подписан федеральный закон о приоритете натурального возмещения по ОСАГО перед денежной выплатой.

Закон вступил в силу 28 апреля 2017 года и будет действовать только в отношении новых договоров ОСАГО. Приоритет натурального возмещения вводится на всей территории страны.

Закон определяет случаи, когда возмещение может выплачиваться деньгами, и устанавливает требования к станциям технического обслуживания (СТО), где будут ремонтировать транспортные средства. Это должны быть юридические лица или индивидуальные предприниматели, зарегистрированные на территории России и включенные в реестр обслуживающих транспортные средства станций страховых компаний. Страховщики сами заключают договора на ремонт с такими СТО и размещают реестр на собственном сайте [4].

Деньги можно будет получить, например, в случае полного уничтожения автомобиля или если стоимость ремонта превышает предельную страховую выплату (400 тысяч рублей), а также в случае смерти потерпевшего или причинения тяжкого, или средней тяжести вреда его здоровью. Также денежное возмещение смогут получить инвалиды первой и второй группы. Существует еще одна возможность получения денежных средств в виде компенсации. Она наступает в том случае, если страховая компания направила пострадавшего на ремонт на СТО, которая не отвечает требованиям данного закона. В таком случае владелец транспортного средства может отказаться от ремонта и потребовать возмещения в денежном виде [4].

Владелец автомобиля будет вправе выбрать СТО из предложенного страховой компанией списка, либо не входящую в него станцию при согласии страховщика. Она должна находиться в пределах 50 километров от места происшествия или места жительства потерпевшего, кроме случаев, когда страховщик организовал и оплатил транспортировку поврежденного автомобиля до места ремонта.

В случае прямого возмещения убытков, потерпевший сможет обращаться в свою страховую компанию не только при столкновении двух автомобилей, но и при ДТП с участием нескольких транспортных средств. В случаях, если поврежденное АТС имеет не истекшую гарантию, то автовладелец вправе потребовать провести ремонт своего автомобиля в авторизованном центре, где была куплена его машина. Данные центры должны находиться в реестре СТО у страховщика.

Минимальный гарантийный срок на восстановительный ремонт составит шесть месяцев, на кузовные работы и покраску – один год. При этом на сам ремонт отводится 30 дней с момента поступления поврежденного транспортного средства на СТО. Для ремонта должны использоваться новые детали, а, следовательно, при ремонте не будет учитываться износ автомобиля [4].

Необходимо выделить несколько спорных моментов в отношении новых правил выплат. Во-первых, владелец автомобиля не будет иметь возможность проконтролировать, какую деталь ему установили взамен поврежденной – новую или уже бывшую в употреблении. Кроме того, у СТО появятся возможности при ремонте установить дешевую некачественную запчасть вместо оригинальной. Помимо этого, указанный срок ремонта в 30 дней имеет ряд неудобств для автовладельцев. Страховщик вправе в течении 20 дней предоставить список СТО, и потерпевший в конечном итоге почти на 2 месяца не может пользоваться транспортным средством. С учетом срока рассмотрения документов в ГИБДД длительность процесса может быть увеличена на несколько месяцев.

В апреле 2017 года в Министерстве финансов РФ подготовили ряд новых поправок к закону об ОСАГО. Перечень предполагаемых изменений представляет собой три отдельных законопроекта. Изменения призваны снизить объем выплат из компенсационного фонда РСА. В частности, Минфин предлагает запретить страховым компаниям требовать от пешеходов

возмещения ущерба, нанесенных автомобилю во время аварии, поскольку автомобиль является источником повышенной опасности.

Таким образом, переход на натуральные выплаты поможет страховщикам сократить свои расходы, поскольку они будут уверены, что оплачивают исключительно фактический ремонт конкретного автомобиля без дополнительных компенсаций. Следует отметить, что страховщики должны иметь возможность по аналогии с международной практикой предлагать ремонт качественными, но не обязательно новыми деталями.

Однако потребители услуг недовольны изменениями в законодательстве. На сегодняшний день более 52% опрошенных автовладельцев предпочитают иметь выбор вида компенсации, а более 23% заявляют о том, что их полностью устраивал старый порядок компенсации [5]. Указанные проблемы, связанные с проверкой качества новых деталей, установленных в ходе ремонта, сроками проведения ремонта, непрозрачностью процесса формирования реестров СТО, требуют немедленной разработки положений закона, которые четко и детально определяют элементы этого вида страхования.

Список использованных источников:

1. Официальный сайт Банка России. Информационно-аналитический материал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru/finmarkets/files/supervision/review_insure_2016-09.pdf
2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/finance/#
3. Российский биржевой канал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/society/20170328/1490964644.html>
4. ФЗ “Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств” [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_36528/
5. РиаНовости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/society/20170328/1490964644.html>

ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОХОДОВ ГРАЖДАН В РФ

Юдакова Татьяна Викторовна, студент

*Научный руководитель: Пирогова Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: tvpirogorova@fa.ru*

Аннотация: Определена роль налога на доходы физических лиц (НДФЛ) в структуре доходов консолидированных бюджетов. Изучен международный опыт налогообложения доходов граждан. Сформулированы предложения по совершенствованию налогообложения доходов граждан в России.

Ключевые слова: налог на доходы физических лиц, налоговые вычеты, прогрессивная шкала ставок.

Общая совокупность налоговых доходов составляет более половины всех доходов консолидированного бюджета страны. НДФЛ является одним из источников пополнения государственного бюджета. Актуальность темы исследования обусловлена различными факторами. Несмотря на то, что НДФЛ действует с 2001 года, несовершенство законодательства создает возникновение спорных ситуаций по вопросам исчисления налоговой базы и права применения вычетов, которые зачастую решаются в судебном порядке. Отсутствие системы контроля за крупными доходами граждан замедляет развитие налогообложения доходов граждан по принципам справедливости.

Динамика поступлений от НДФЛ в консолидированные бюджеты имеет положительную тенденцию: с 2014 по 2016 годы поступления НДФЛ в консолидированный бюджет РФ увеличились на 300 млрд руб., Алтайского края – на 1 млрд руб. и стабильно составляет более 21% объема доходов краевого консолидированного бюджета [1].

Исследуя налогообложение доходов граждан в России нельзя не провести сравнение с опытом зарубежных стран. Большинство стран вводят прогрессивные ставки в зависимости от размера доходов физических лиц, при этом обычно устанавливается необлагаемый налогом минимум. Такие меры с точки зрения социальной справедливости являются препятствием расслоения общества. В настоящее время фиксированная ставка по НДФЛ применяется в основном в государствах постсоветского пространства. Однако, отличия существуют не только в прогрессии ставок и наличии необлагаемого минимума. Различно также и определение налоговой базы. Многие европейские страны, в том числе Франция, в качестве налоговой базы рассматривают годовой доход семьи, налог с которого рассчитывается в зависимости от семейного положения и количества членов семьи по установленным коэффициентам. Благодаря данной налоговой системе, семейные и имеющие детей граждане в среднем платят налогов меньше, чем холостые. В Китае

налоговые ставки установлены в отношении каждого вида доходов, они могут быть фиксированными и прогрессивными, для каждой группы установлен необлагаемый минимум.

Опираясь на зарубежный опыт, мы можем сделать вывод о том, что действующие ставки по НДФЛ не отвечают принципу справедливого налогообложения, отсутствуют пониженные ставки для наименее состоятельной части населения и прогрессия размера ставок для граждан, получающих доход выше среднего и сверхвысокие доходы.

Основная проблема, связанная с вычетами по НДФЛ – установленный размер, суммы вычетов не индексируются из года в год, оставаясь на прежнем уровне, в то время как уровень инфляции растет ежегодно. Суммы детских вычетов были изменены в 2012 году и составляют 1 400 и 3 000 руб. Лимит годового дохода на право применения данного вычета был увеличен с 280 000 до 350 000 руб. только с 2016 года. Стандартные вычеты для особых групп лиц вообще не индексировались и сохранились на уровне 500 и 3000 руб. в месяц.

Социальные вычеты установлены в лимите 120 000 рублей в год, включают в себя вычеты на лечение и обучение, не индексировались более 7 лет. Вычет на обучение детей стабилен на уровне 50 000 руб. в год.

Для реализации принципа справедливости мы предлагаем ввести прогрессивную шкалу налогообложения доходов граждан на основании роста сумм среднедушевых денежных доходов по 5 ступенчатым ставкам от 8 до 25% от суммы годового дохода, а также установить необлагаемый НДФЛ минимум доходов в размере МРОТ и проводить ежегодную индексацию налоговых вычетов как минимум по уровню инфляции. Расчеты (табл. 1) проводились на основании данных Федеральной службы государственной статистики и Федеральной налоговой службы [2,3].

Таблица 1 – Возможные доходы бюджета от НДФЛ при использовании прогрессивной ставки

Годовой доход, рублей	Предлагаемая шкала ставок НДФЛ	НДФЛ на годовой доход, руб.	Количество ФЛ	Сумма предполагаемых поступлений в бюджет, тыс. руб.
Менее 93 600	Необлагаемый минимум	0	6 334 355	0
От 93 600 до 180000	8%	14400	14 949 078	215 266 719
От 180 000 до 300000	10%	30000	18 532 513	555 975 384
От 300 000 до 420000	15%	63000	11 872 391	747 960 634
От 420 000 до 720000	18%	129600	13 320 244	1 726 303 567
Свыше 720000 (1200000)	25%	300000	7 384 048	2 215 214 421
Общая сумма предполагаемых поступлений в бюджет, тыс. руб.				5 460 720 725

Введение предложенной нами прогрессивной шкалы ставок НДФЛ обеспечит поступление дополнительных доходов в государственный бюджет – прирост составит более 5,4 трлн руб. в год, а также приблизит налоговую

систему обложения доходов граждан к принципу справедливости налогообложения, который функционирует в развитых странах.

Таким образом, несмотря на то, что успешный опыт применения прогрессивной системы в развитых странах позволяет судить, что собираемость налогов может увеличиться, просто потому, что богатые станут больше платить, в российском обществе до сих пор считается нормой иметь «черную кассу» и «уходить от налогов». Вероятность того, что эффект от введения дифференцированной системы будет отрицательным или нулевым очень велика. Для положительного результата необходимо, чтобы фискальные службы имели достаточно полномочий для контроля и не позволяли скрывать доходы, а налогоплательщики страны соблюдали налоговую дисциплину.

Создание общегосударственного информационного комплекса обеспечит контроль за движением денежных средств, в том числе наличных, что позволит получать полную и достоверную информацию об источниках поступления денежных средств физических лиц, что сократит сектор теневых доходов, например, от сдачи имущества в аренду или осуществления незарегистрированной частной практики, зарплаты в конвертах. Кроме того, в рамках работы данного комплекса появится возможность сопоставления сумм доходов и расходов граждан с целью выявления скрытых доходов [4].

Также необходимо реформирование налогового законодательства в сторону конкретизации и устранения неточностей, ужесточения мер ответственности за совершения правонарушений в сфере налогового законодательства, поскольку при отсутствии у налогоплательщика возможности уйти от налогообложения эффективность применения прогрессивных ставок в части наполняемости бюджета будет максимальной.

Однако, помимо контрольных мер, государство должно быть заинтересовано в повышении финансовой и налоговой грамотности населения. Развитие налоговой культуры общества необходимо для успешного функционирования налоговой системы, поскольку в случаях, когда общество имеет понимание экономической обоснованности существования налогов и их уплаты, у государства появляется реальная возможность использовать установленные функции налога. Для целей повышения уровня налоговой культуры государство должно проводить открытую налоговую политику, доступную для понимания граждан, включая отчетность о направлениях и суммах использования налоговых доходов.

Список использованных источников:

1. Пирогова Т.В. Проблемы формирования собственных доходов регионального бюджета (на примере Алтайского края)/ В сборнике: Социально-экономическая политика России при переходе на инновационный путь развития: материалы 8-й международной научно-практической конференции. 2016. С. 131.

2. Федеральная налоговая служба. Официальный сайт. – Режим доступа: <https://www.nalog.ru>

3. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт.
– Режим доступа: <http://gks.ru>

4. Пирогова Т.В. Налоговая политика РФ и оценка эффективности налогового контроля//Бюджетная реформа и модернизация сектора государственного управления в 2004-2010 гг.: сб. науч. тр. Новосибирск. 2010. С. 19-32.

Подсекция 2
Проблемы управления финансами на
микроуровне

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В ОРГАНИЗАЦИИ (НА МАТЕРИАЛАХ МУП «ОЗЕРСКИЕ КОММУНАЛЬНЫЕ СИСТЕМЫ»)

Коркина Наталья Викторовна, студент

Научный руководитель: Колобова Эльвира Ивановна, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия

E-mail: EIKolobova@fa.ru

Аннотация: Работа посвящена особенностям антикризисного управления организации, обслуживающей коммунальное хозяйство муниципалитета. Автором предложены мероприятия, направленные на финансовое оздоровление в условиях ограниченности времени и ресурсов. В основу предложенных мероприятий заложено не только преодоление кризисных явлений, но и дальнейшее развитие организации.

Ключевые слова: диагностика банкротства, кризис, антикризисное управление, финансовое оздоровление, ликвидность, платежеспособность.

Финансовое положение большинства российских организаций в настоящее время является близким к кризисному, что отрицательно сказывается на экономической ситуации в стране [1, с.82]. Рисковые ситуации присущи всем социально-экономическим системам на различных уровнях хозяйствования. В качестве объекта исследования выбрана финансово-хозяйственная деятельность муниципального унитарного предприятия «Озерские коммунальные системы», основными видами деятельности которого является предоставление услуг водоснабжения и водоотведения. При анализе организации, направленном на выявление симптомов кризиса, проведена оценка имущественного положения, финансовой устойчивости предприятия, ликвидности, платежеспособности, эффективности предприятия.

Высокий уровень дебиторской задолженности и низкий уровень денежных средств свидетельствуют о проблемах, связанных с оплатой услуг, оказываемых потребителям. 92 % всех активов по состоянию на конец 2016 года отвлечены из оборота, хотя могли бы быть направлены на погашение задолженности. Предприятие финансирует отсрочки платежей своих должников за счет неплатежей кредиторам. Высокие темпы роста дебиторской задолженности влекут за собой высокие темпы роста кредиторской задолженности. В организации отсутствуют собственные оборотные средства для осуществления хозяйственной деятельности. За счет значительной доли краткосрочных обязательств в пассивах предприятия, коэффициент текущей ликвидности по итогам 2016 года равен 0,76. Это говорит о неспособности предприятия выполнять даже краткосрочные обязательства за счет всех текущих активов.

По итогам 2016 года предприятие впервые получило прибыль в незначительном размере - 19 тыс. руб. Рентабельность активов предприятия по итогам 2016 года составила 1%, рентабельности реализации продукции 1,6%. Баланс каждого года рассматриваемого периода является неликвидным.

Коэффициент восстановления платежеспособности по итогам 2016 года равен 0,41, при нормативе 1, свидетельствует о том, что предприятие не восстановит свою платежеспособность в последующие 6 месяцев и у предприятия высока вероятность банкротства.

В соответствии с Федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве)» от 26.10.2002 № 127-ФЗ основанием для признания организации банкротом является неисполнение требований кредиторов по денежным обязательствам в течение трех месяцев с даты, когда они должны были быть исполнены, в совокупности не менее чем 300 тыс. руб. [2] Совокупная кредиторская задолженность предприятия составляет 2 800 тыс. руб., в том числе 92% – просроченная кредиторская задолженность.

Мероприятия в рамках антикризисного управления должны повлиять на восстановление платежеспособности и финансовой устойчивости, на появление собственного оборотного капитала и на превышение доходов над расходами. В основу разработки мероприятий был положен системный подход.

В качестве мероприятия, направленного на сокращение дебиторской задолженности автор предлагает проведение разъяснительной работы с абонентами. Наиболее действенным методом в этом случае является личный контакт в виде периодических рейдов комиссии предприятия. Мероприятие не требует затрат, что очень актуально для муниципальных организаций. Алгоритм проведения мероприятия следующий: а) формирование реестра абонентов с суммами задолженностей 1000 рублей и более; б) создание комиссии, состоящей из руководителя организации, специалиста по приему коммунальных платежей, контролера водопроводного хозяйства, слесаря-ремонтника; в) проведение рейда по выбранным должникам.

При личном посещении должников необходимо делать акцент на немедленной оплате и на имеющихся у предприятия основаниях ограничения предоставления услуг. Согласно расчетам автора просроченная дебиторская задолженность сократится минимум на 200 тыс. руб. в год.

Экономический эффект данного мероприятия невозможно определить с высокой точностью в связи с наличием большого количества факторов, влияющих на него. Кроме немедленного экономического эффекта, мероприятие позволит укрепить платежную дисциплину, что положительно повлияет на платежеспособность предприятия в будущем. Динамика коэффициента оборачиваемости и динамика периода оборачиваемости дебиторской задолженности в период до 2019 года представлена на рисунке 1 дебиторской задолженности МУП «Озерские коммунальные системы»

Полученные денежные средства могут быть направлены на сокращение кредиторской задолженности.

В дополнение к предложенному мероприятию автор считает необходимым проводить мероприятия, направленные на эффективное и

рациональное использование ресурсов. Автором предлагаются 19 мероприятий, которые сгруппированы по видам ресурсов: электрическая энергия, тепловая энергия и холодная вода. Для каждого вида ресурса мероприятия подразделяются на организационные и технические. К организационным относятся мероприятия, не требующие значительных затрат, например, «Оптимизация режимов работы энергоисточников, энергооборудования с учетом корректировок схем энергоснабжения». Примером технического мероприятия является «Приобретение глубинного насоса, соответствующего потребностям предприятия». Выбор мероприятий базируется на реальных возможностях муниципального предприятия.

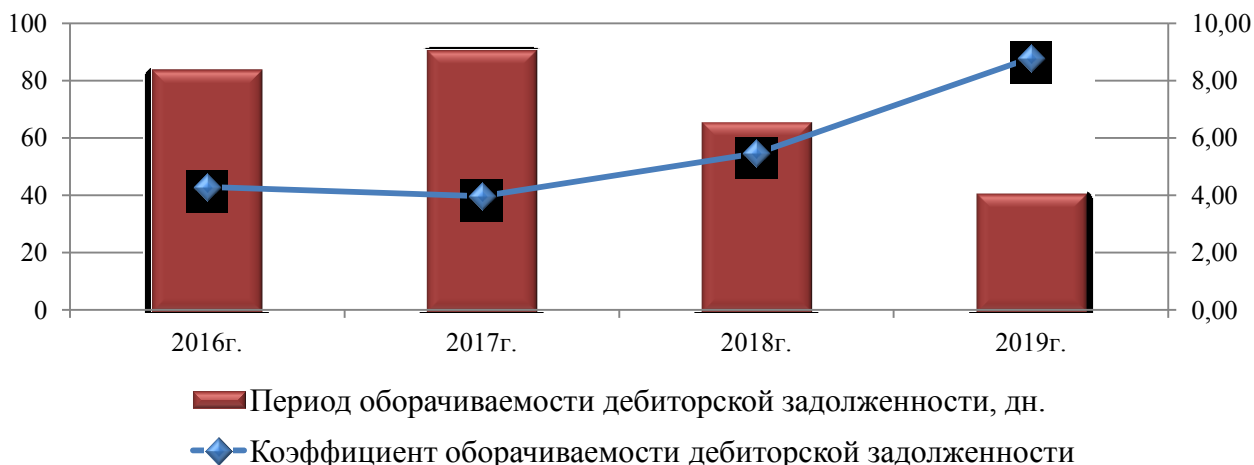


Рисунок 1 - Коэффициент оборачиваемости и период оборачиваемости

Предложенные мероприятия сведены в единую программу - «Программу энергосбережения и повышения энергетической эффективности муниципального унитарного предприятия «Озерские коммунальные системы» на 2016-2018 годы» (далее – Программа), которая содержит такие элементы как: сроки, этапы, цели, индикаторы, объемы и источники финансирования, заказчики и исполнители, и экономический эффект. В Программе предусмотрено как самофинансирование, так и внешнее финансирование.

Согласно произведенным расчетам экономия по всем видам ресурсов за срок реализации Программы составит 738 тыс. руб. Сокращение расходов на энергоресурсы позволит снизить себестоимость предоставляемых услуг. В 2017 году предприятие может получить чистую прибыль в размере 265 тыс. руб., в 2018 году – в размере 267 тыс. руб. При этом рентабельность активов предприятия в 2017 и 2018 годах составит около 12 % ежегодно, а рентабельность продаж составит 5 % ежегодно.

Предложенные мероприятия разработаны для конкретного предприятия, и позволяют обеспечить следующие принципы антикризисного управления: принцип адаптивности, системности, приоритетности использования внутренних ресурсов и принцип своевременности. Кроме того, они являются малобюджетными, что особенно актуально для муниципальных предприятий.

Список использованных источников:

1 Колобова, Э.И. Оценка деловой активности бизнеса // В сборнике: Социально-экономическая политика России при переходе на инновационный путь развития материалы 8-й международной научно-практической конференции. 2016., С. 82.

2 Федеральный закон "О несостоятельности (банкротстве)" от 26.10.2002 № 127-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения 10.12.2016).

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОПРЕСНЕНИЯ ВОД ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ РЕСПУБЛИКИ АЛЖИР

Феллури Эль-Язид, магистрант

*Научный руководитель: Мочалова Людмила Алексеевна, доктор экономических наук, профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: Fellouri.elyazid@mail.ru*

Аннотация: В начале 2002 года Алжирские власти осуществили "срочную" программу обеспечения питьевой водой с помощью строительства станций опреснения морской воды вокруг береговой линии. В то же время область обычной воды (мобилизована плотинами или путем бурения) теряется из-за сложившейся практики гравитационного орошения. Этот вариант может оказаться преждевременным и очень дорогостоящим для страны. Но сегодня нет других решений, которые могли бы удовлетворить потребности при меньшей стоимости. В этой статье мы предлагаем гипотезу, что вариант опреснения может быть перенесен на более далекие перспективы. Использование метода анализа стоимость-эффективность дает результаты, подтверждающие нашу гипотезу.

Ключевые слова: опреснение морской воды, модели критерии эффективности затрат, Алжир.

Страны Магриба, и особенно Алжир, пережили в течение двадцати лет последовательность периодов напряженных и упорных засух. Наличие воды на душу населения в год неуклонно сократилось, а стратегический потенциал водоснабжения достиг своего самого низкого уровня [1]. Огромные потери из-за утечек воды определены в распределительных сетях, что составляет 40%. Но потери главным образом значительны в сельском хозяйстве, которое использует 65 % вод, мобилизованных в стране. В начале 2002 года Алжирские власти осуществили "срочную" программу обеспечения питьевой водой с помощью строительства станций опреснения морской воды [1,2]. Этот вариант может оказаться преждевременным и очень дорогостоящим для страны.

В данной статье выдвинута гипотеза, что вариант опреснения может быть перенесен на более далекие перспективы. Экономия воды может быть достигнута за счет: методов экономии воды для орошения, отечественного оборудования, повторного использования воды, потребляемой промышленностью. Более конкретно, в отношении воды, используемой для орошения, будут выдвинуты следующие гипотезы:

- стоимость кубометра воды, образующейся в результате опреснения морской воды выше, чем кубометра, сэкономленного благодаря замене техники гравитационного орошения техникой капельного орошения.

- экономия воды, достигнутая путем замены гравитационного орошения капельным, приведет к увеличению экономической эффективности воды и удовлетворит потребности.

Одним из подходов для повышения экономической эффективности использования водных ресурсов в контексте устойчивого развития является интегрированное управление водными ресурсами. Этот подход одновременно принимает в расчет управление предложением и как управление спросом [3]. В Алжире потребности в воде, которые считаются фундаментальными для населения, плохо удовлетворены, а экономические и социальные риски, которые могут вызваны дефицитом воды важны. Необходимо прямое вмешательство государства и инвестиционные проекты, чтобы преодолеть дефицит воды и тем самым преодолеть барьеры на пути развития. Есть несколько инвестиционных проектов, которые производят воду по более низкой цене, чем метод опреснения.

Фундаментально существует два метода для экономической оценки программ управления водой: анализ стоимость-прибыль (АСП) и анализ стоимость-эффективность (АСЭ). Анализ стоимость-эффективность позволяет сравнить программы между собой, он сопоставляет несколько альтернатив. Он также измеряет результаты программы в терминах физических единиц, то, что как раз приспособлено больше к экономической оценке программ управления водой [4].

В настоящей работе предложена сравнительная перспектива использования анализа стоимость-эффективность в двух случаях управления водными ресурсами в Алжире. В первом случае, водная стратегия со стороны предложения ориентирована на повышение ее доступности, в частности, за счет нетрадиционного способа получения воды (метод опреснения морской воды). Во втором случае, подчеркивается значимость экономии воды для орошения.

Для расчета затрат основными являются первоначальные инвестиции, а также различные затраты на эксплуатацию и техническое обслуживание, эксплуатационные расходы, затраты на обновление. Все расчеты выполняются с использованием базовой учетной ставки (дисконтирование), что сопоставит различные элементы затрат с текущим значением времени. Для того, чтобы вывести актуальные затраты на новый год необходимо учитывать темпы инфляции. Разделив общую экономическую стоимость дисконтированного проекта на ожидаемый годовой объем производства воды, мы получаем среднегодовую стоимость единицы воды [5].

Все станции в Алжире выпускают ежегодный объем воды в размере 8,1 млн. м³. Водозадерживающие опреснительные установки начали постепенно развиваться с лета 2006 года. Все они стали работать в полную силу в 2007 году и потому был сделан наш выбор на этом множестве станций по причинам доступности данных. Изменение добычи воды на этих станциях с 2006 по 2010 гг. приведено в таблице 1. Моноблочные опреснительные установки, работающие с

Таблица 1 – Производство и доходность пресной воды в Алжире [6]

Год	Производство (м ³)		Доходность
	Прогноз	Фактическое	
2006	1 175 000	745 201	63%
2007	6 757 500	4 231 197	63%
2008	8 212 500	4 565 538	56%
2009	8 212 500	5 549 549	68%
2010	8 212 500	3 983 824	49%
ИТОГО	32 570 000	19 075 309	59%

выходом 60% за 20 лет будут производить объем 91.61 млн м³. Средняя стоимость за м³ составляет 68,34 динар. При этом существуют экологические издержки, которые очень важны. В дополнение к воздействиям, связанным с этапом строительства опреснительных установок (шум и трансформации почвы), зафиксировано значительное влияние на качество воздуха и морскую среду. Опреснение может привести к нарушению пищевой цепи, так как некоторые из этих микроорганизмов в процессе опреснения могут быть уничтожены.

Водосберегающий подход нацелен на сокращение физических потерь за счет повышения эффективности орошения путем применения современных методов экономии воды: капельное орошение. Реализация этого метода будет полностью покрываться государством, поэтому может на 100 % им субсидироваться. Насколько использование капельного орошения экономит воды? Орошение, как это практикуется (с нынешними методами) требует объем воды в 24,86 млн м³. Объем воды почти в 12 миллионов м³ теряется. Замена гравитационного орошения капельным на 2148 гектарах уменьшит потребление воды с 24.86 млн м³ до 15,35 млн м³ таким образом экономя 9 млн м³. Принятие капельного орошения реализует экономию в размере 8-9 млн м³, т.е. объем, равный количеству опресненной воды, которую произведут восемь моноблочных станций. Средняя стоимость за 1 м³ воды, сохраненной путем принятия капельного орошения в течение 20 лет проекта составит 8,59 динар (на основе ставки дисконтирования 10%). Что представляет собой лишь 1/8 от стоимости воды, образующейся в опреснительных станциях - в среднем 68,34 динар за 1 м³.

Кроме того, выигрывая в плане стоимости воды, капельное орошение позволяет получить более высокие урожаи при сопровождающемся сокращении расходов на оплату труда.

В Алжире преобладают методы орошения: 71,3% - гравитационное и только 28,7% - капельное. Экономия воды с помощью принятия капельного орошения позволит удвоить площади орошаемых земель сельскохозяйственного назначения, что повысит урожайность по крайней мере на 30%. Анализ чувствительности проводился с целью выявления влияния изменения учетной ставки по стоимости воды, полученной с помощью обеих систем (опреснительной и капельной). Для этого использовали финансовый инструментарий выбора и обоснования стратегий с учетом риска, описанный в трудах Л.А. Мочаловой [7, 8, 9]. Мы можем заметить, что чувствительность к ставке дисконтирования стоимости 1 м³ воды, образующейся с помощью опреснения выше, чем чувствительность стоимости воды, сэкономленной в результате внедрения капельного орошения. Действительно, низкая ставка дисконтирования имеет тенденцию к увеличению реальной стоимости будущих доходов, и наоборот, высокие ставки - минимизируют величину реальной стоимости будущих доходов (рисунок 1). Оказывается, что даже при относительно низкой учетной ставке, стоимость воды

от капельного орошения сохраняется значительно ниже стоимости опресненной воды.

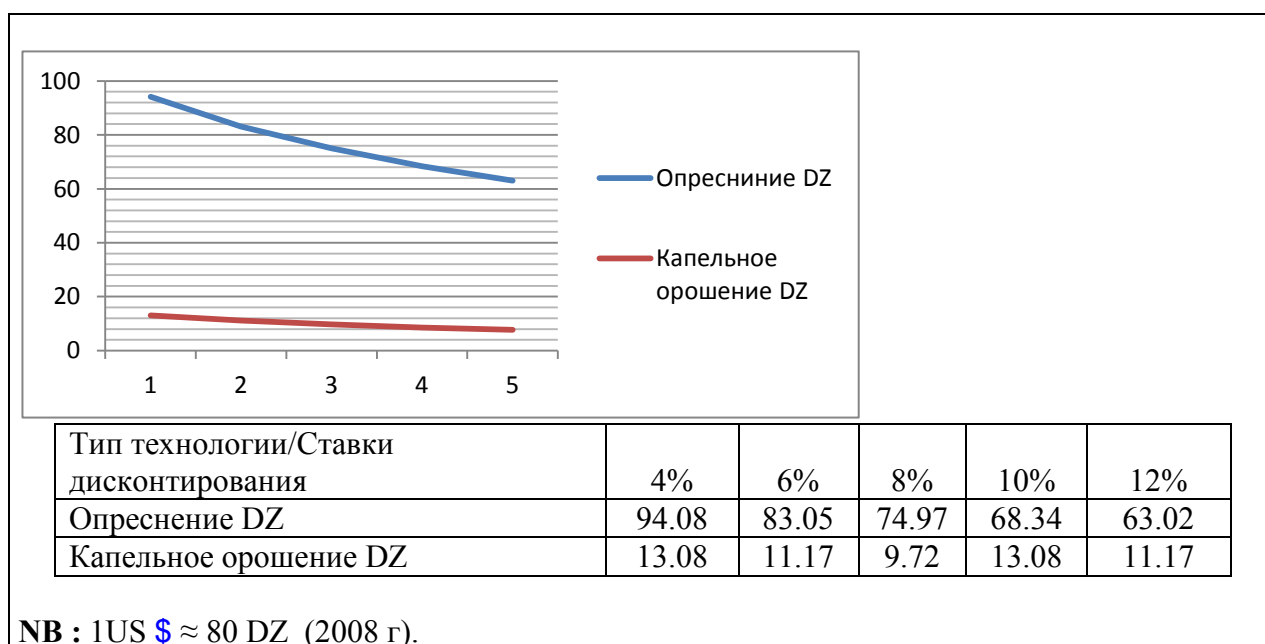


Рисунок 1 - Влияние ставки дисконтирования на стоимость производства 1 м³ воды

Таким образом, стратегия экономии воды при принятии проекта капельного орошения является экономически более интересна, чем стратегия опреснения морской воды, сформированная в 2002 году. Разница совокупных стоимостей этих двух проектов превышает 5 млрд динаров сроком на 20 лет. Действия экономических и политических деятелей, которые оставили накапливаться проблемы водоснабжения, вызвали необходимость решить проблему дефицита воды с помощью дорогостоящего опреснения. Многие опреснительные установки уже введены в эксплуатацию и по многим контракты уже подписаны, однако мы надеемся, что оставшая часть программы опреснения может быть отложена в пользу широкомасштабного капельного орошения.

Список использованных источников:

1. Dziegielewski B. Strategies for managing water demand. Water resources update. Universities Council on Water Resources. 2003.
2. Ministère des ressources en eau MRE. Etat des lieux et perspectives de développement dans le secteur des ressources en eau. Conseil du gouvernement du 03 Juillet 2003.
3. Smets H. Le droit à l'eau. Académie de l'eau. Aspects économiques CEDE-AESN. 2002.
4. Aulong S. Cost-Effectiveness Analysis of Water Management, Measures in Two River Basins of Jordan and Lebanon. Journal of Water Resources Management. DOI 10.1007/s11269-008-9297-x. 2008.
5. Albert R. Etudes économiques et financières des projets / R. Albert, A. Carrère & P. DeFelix. -Coyne et Bellier, Bureau d'ingénieurs conseils, DTI n°31. 2001.
6. Ministère des ressources en eau. Etat des lieux et perspectives de développement dans le secteur des ressources en eau. Conseil du gouvernement. 2011.

7. Мочалова, Л.А. Формирование и реализация финансовой стратегии предприятий отрасли строительства / Л.А. Мочалова, О.М. Князева// Известия Байкальского государственного университета. 2009. - № 1. С. 19 -22.

8. Мочалова Л.А. Модель риск-ориентированной финансовой стратегии корпорации // Вестник Сибирского государственного аэрокосмического университета им. академика М.Ф. Решетнева. 2010. № 2 (28). С. 170-174.

9. Финансовый менеджмент: Часть 4. Учебное пособие /под ред. Л. А. Мочаловой.- Барнаул :Изд-во АлтГТУ, 2011. - 109 с

СЕКЦИЯ 4

Актуальные проблемы бухгалтерского
учета, анализа и аудита

Подсекция 1
Проблемы и перспективы развития

АНАЛИЗ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОДУКЦИИ В УПРАВЛЕНЧЕСКОМ УЧЕТЕ

Артёмова Алина Сергеевна, студент

Научный руководитель: Гудович Галина Константиновна, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Липецкий филиал, 398050, г. Липецк, ул. Интернациональная, 12б, Россия E-mail: alinaartemova95@mail.ru

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы анализа себестоимости продукции, имеющие важное значение в принятии оптимальных управленческих решений.

Ключевые слова: калькуляция, себестоимость, анализ себестоимости, методы калькулирования.

Проводя исследование вопросов анализа себестоимости продукции в системе управленческого учета, необходимо рассмотреть основную терминологию в этой области. Себестоимость продукции — это выраженные в денежной форме затраты на ее производство и реализацию. Себестоимость продукции (работ, услуг) предприятия складывается из затрат, связанных с использованием в процессе производства продукции (работ, услуг) природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных средств, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.

Калькуляция - исчисление себестоимости единицы произведенной продукции, выполненных работ и оказанных услуг по установленной номенклатуре статей [1]. Метод калькулирования себестоимости продукции (позаказный, попередельный, попроцессный, нормативный) – это совокупность приемов документирования и отражения производственных затрат, обеспечивающих определение фактической себестоимости отдельного вида продукции (работ, услуг) или их единиц, а также отнесение издержек на единицу продукции.

Анализ себестоимости продукции позволяет выявить тенденции изменения данного показателя, выполнения плана по его уровню, определить влияние факторов на его прирост и на этой основе дать оценку работы предприятия по использованию возможностей и установить резервы снижения себестоимости продукции [2]. Анализ себестоимости проводят по следующим направлениям: анализ структуры себестоимости по статьям затрат; анализ затрат на 1 руб. товарной продукции; анализ себестоимости отдельных изделий; анализ прямых материальных затрат; анализ косвенных затрат.

Анализ структуры затрат позволяет оценить материалоемкость, трудоемкость, энергоёмкость продукции, выяснить характер их изменений и влияние на себестоимость продукции (табл.1).

В 2016 году по сравнению с 2015 годом увеличились затраты на сырье и материалы на 17,4%, это связано с резким увеличением объема производства.

Уменьшился удельный вес расходов по оплате труда на 25,7% в структуре себестоимости. Остальные статьи затрат изменились незначительно.

Таблица 1 – Анализ структуры себестоимости продукции ООО «ФОРСАЖ-ОЙЛ»

Структура	2015 год		2016 год				Отклонения	
	%	тыс.руб	план		факт		от базисного	от плана
			%	тыс.руб	%	тыс.руб	тыс.руб	тыс.руб
Сырье	51,7	196,98	66,5	16808,27	69,1	23544,42	23347,44	6736,15
Материалы	9,2	34,98	18,0	4552,34	19,4	6595,58	6560,60	2043,24
Расходы по оплате труда	27,5	104,9	2,5	629,43	1,8	629,43	524,53	0,00
Расходы по экспорту	4,5	17,26	12,4	3127,31	9,2	3131,58	3114,32	4,27
Аренда помещений	4,7	17,7	0,4	106,17	0,3	106,17	88,47	-
Прочие расходы	2,4	9,18	0,3	67,1	0,2	67,12	57,94	0,02
Итого	100	381	100	25290,8	100	34074	33693,00	8783,20

Наиболее обобщающим показателем себестоимости продукции, выражающим её прямую связь с прибылью, является уровень затрат на 1 рубль товарной продукции. Непосредственное влияние на изменение уровня затрат на 1 руб. товарной продукции оказывают факторы, которые находятся с ним в прямой функциональной связи [3]: изменение объёма выпущенной продукции; изменение структуры, изменение уровня цен на продукцию; изменение уровня удельных переменных затрат; изменение суммы постоянных затрат.

Влияние факторов на изменение затрат на 1 руб. товарной продукции рассчитывается способом цепных подстановок. Чтобы установить, как эти факторы повлияли на изменение суммы прибыли, необходимо абсолютные приросты затрат на 1 руб. товарной продукции за счёт каждого фактора умножить на фактический объём реализации продукции, выраженный в плановых ценах.

Таблица 2 – Расчёт затрат на 1 руб. товарной и реализованной продукции

Показатели	Базисный год	Отчётный год		Отклонение от плана	Отклонение от отчётного
		План	Факт		
Выпуск	408	26848	36694	9846	36286
Себестоимость ТП	381	25294,6	34074	8779,4	33693
Затраты на 1 р. ТП	0,93	0,94	0,92	-0,02	-0,01

Расчеты показывают, что в 2016 году произошло уменьшение затрат на рубль товарной продукции на 0,01 коп, данный факт свидетельствует об эффективном использовании ресурсов предприятия. Полученный результат говорит о том, что ООО «ФОРСАЖ-ОЙЛ» на 1 рубль товарной продукции использует 92 копейки.

Наибольший удельный вес в себестоимости промышленной продукции автомобильной отрасли занимают затраты на сырьё и материалы. Поэтому от эффективного использования материалов во многом зависит эффективность производства, в материальных затратах кроется и один из наиболее крупных резервов снижения себестоимости.

Таблица 3 – Расчёт затрат на производство продукции

Товарная продукция	Формула	Изменени е, тыс.руб.
По плану	$MЗ_{пл} = \Sigma(ВП_{плі} * УР_{плі} * ЦМ_{плі})$	21360,8
По плану, пересчитанному на фактический объём производства продукции	$MЗ_{усл1} = \Sigma(ВП_{плі} * УР_{плі} * ЦМ_{плі}) * K_{пп}$	27769,04
По плановым нормам и плановым ценам на фактический выпуск продукции	$MЗ_{усл2} = \Sigma(ВП_{фі} * УР_{плі} * ЦМ_{плі})$	27967,92
Фактически по плановым ценам	$MЗ_{усл3} = \Sigma(ВП_{фі} * УР_{фі} * ЦМ_{плі})$	27967,92
Фактически	$MЗ_{ф} = \Sigma(ВП_{фі} * УР_{фі} * ЦМ_{фі})$	30140

Расход материалов на единицу продукции зависит от качества сырья и материалов, замены одного вида материала другим, изменения рецептуры сырья, техники, технологии и организации производства, квалификации работников, отходов сырья и др.

Анализ косвенных затрат производят путем сравнения фактической их величины на рубль товарной продукции в динамике за ряд лет, а также с плановыми показателями. В процессе анализа выясняют причины перерасхода и разрабатывают мероприятия по их устранению.

Таблица 4 – Динамика косвенных расходов

Статья	План	Факт	Отклонение факта от плана	Удельный вес статьи в структуре затрат, %	
				по плану	по факту
Оплата труда	629424,00	629424,00	0,00	16,02	16,00
Аренда помещений	106169,50	106169,50	0,00	2,70	2,70
Расходы по экспорту	2398479,30	3131576,90	733097,60	61,03	79,60
Прочие расходы	67100,00	67118,60	18,60	1,71	1,71
Итого, в том числе:	3930000,00	3934289,00	4289,00	100,00	100,00

Увеличение общепроизводственных расходов на 4289 тыс.руб. по сравнению с планом связано с увеличением выпуска товарной продукции и заключением дополнительных договоров на поставку готовой продукции, что привело к увеличению расходов на экспорт.

Таким образом, для принятия оптимальных управленческих и финансовых решений, успешного функционирования на рынке предприятию необходимо знать свои затраты и разбираться в информации о производственных расходах. Анализ издержек помогает выяснить их эффективность, проверить качественные показатели работы, регулировать и контролировать расходы, планировать уровень прибыли и рентабельности производства и т.д.

Список использованных источников:

1. Вахрушина М.А. Бухгалтерский управленческий учет. М.: ЗАО «Финстатинформ», 2015.-345с.
2. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: Учебное пособие. – 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Инфра - М., 2016.- 592с.

3. Кондратова Н.Г. Основы управленческого учета. М.: «Финансы и статистика», 2014.-258с.

БУХГАЛТЕРСКИЕ ОШИБКИ ПРИ СОСТАВЛЕНИИ ОТЧЕТНОСТИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ДОСТОВЕРНОСТЬ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Борискова Екатерина Олеговна, студент

*Научный руководитель: Ларионова Ирина Александровна, Алтайский
государственный технический университет им. И.И. Ползунова,
656000, г. Барнаул, пр-т. Ленина, 46, Россия
E-mail: katerina.boriskova@gmail.com*

Аннотация: В работе проанализированы требования установленных нормативных актов по бухгалтерскому учету. Предложены варианты превентивных мер по предотвращению ошибок в бухгалтерской отчетности.

Ключевые слова: бухгалтерская (финансовая) отчетность, отчетный период, искажения отчетности.

Под бухгалтерской (финансовой) отчетностью понимается совокупность информации об имущественном и финансовом положении, а также о результатах хозяйственной деятельности организации за конкретный отчетный период. Бухгалтерская (финансовая) отчетность является завершающим этапом в бухгалтерском учете. Она играет важнейшую функциональную роль: интегрирует информацию и обеспечивает связь и сопоставление данных. Пользователи используют отчетность для управления экономикой организации и принятия экономических решений, поэтому важна ее достоверность. В ПБУ 4/99 «Бухгалтерской отчетности организации», указано, что бухгалтерская (финансовая) отчетность должна соответствовать критериям достоверности и полноты представления информации о финансовом положении организации. «Достоверной и полной считается бухгалтерская отчетность, сформированная исходя из правил, установленных нормативными актами по бухгалтерскому учету». [2]

Согласно ПБУ 22/2010 «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности» ошибка – это «неправильное отражение (не отражение) фактов хозяйственной деятельности в бухгалтерском учете и (или) бухгалтерской отчетности организации» [2]. Если же пропуски и неточности были выявлены в результате получения новой информации, которая была недоступна организации на момент составления отчетности, то они не считаются ошибками.

В зависимости от того, могут ли ошибки как в отдельности, так и в совокупности повлечь за собой принятие ошибочных экономических решений, принимаемых на основе бухгалтерской отчетности, они подразделяются на существенные и несущественные. Организация имеет право выявлять существенность ошибки для каждого конкретного случая отдельно. После определения, какая ошибка была допущена, и к каким последствиям она привела, необходимо ее исправить. От существенности или несущественности ошибки зависит порядок ее исправления.

Искажения отчетности также могут классифицироваться по характеру возникновения на преднамеренные и непреднамеренные. Главным отличием является то, что преднамеренные ошибки совершаются в корыстных целях ввести в заблуждение пользователей бухгалтерской отчетности, в то время как непреднамеренные возникают из-за некомпетентности, халатности и невнимательности.

Еще одним видом классификации ошибок может быть способ их отражения в бухгалтерском учете. Например, неполнота учета фактов хозяйственной деятельности, необоснованность учетных записей и т.д.

Более подробная классификация видов искажений отчетности представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 – Виды искажений отчетности

Рассмотрим влияние основных видов ошибок на финансовую отчетность.

Неправильное применение законодательства РФ о бухгалтерском учете и (или) нормативных правовых актов по бухгалтерскому учету приводит к возникновению преднамеренных ошибок. В большинстве случаев они направлены на искажение данных бухгалтерской отчетности в личных целях. Например, увеличение затрат организации для снижения налоговой базы по налогу на прибыль.

Если факты хозяйственной жизни учтены не полностью, то это приводит к занижению данных отчетности. Например, неотражение поступивших от поставщика товаров, оплачиваемых после их реализации.

В некоторых случаях факт хозяйственной жизни может быть неверно временно отражен. Если операция была отражена после отчетного года в связи с закрытием счетов, то она приводит к занижению отчетных данных. Если операция была отражена на счетах текущего года, то она увеличивает отчетные данные.

В случае, когда неверно составлена бухгалтерская проводка, подобная ошибка может привести к существенным искажениям отчетности. При неверно рассчитанной амортизации данные отчетности могут как завышаться, так и занижаться.

Бухгалтерская отчетность должна полностью и достоверно отражать финансовое положение организации. Для этого она должна быть сформирована по правилам, установленным нормативными актами по бухгалтерскому учету. Однако, на достоверность отчетности влияют и ошибки ответственных за бухгалтерский учет в организации лиц. Данные ошибки могут носить достаточно разноплановый характер, и очень важно уметь своевременно обнаруживать и исправлять их, так как они могут существенно повлиять на принимаемые экономические решения. Ответственность, возникающая за возникновение ошибок и предоставления неверной информации пользователям отчетности должна стимулировать организации к недопущению ошибок и немедленному их исправлению при обнаружении.

Список использованных источников:

1. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 N 43н (ред. от 08.11.2010) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" (ПБУ 4/99)"
2. Приказ Минфина России от 28.06.2010 N 63н (ред. от 06.04.2015) "Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету "Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности" (ПБУ 22/2010)" (Зарегистрировано в Минюсте России 30.07.2010 N 18008)
3. «Типичные ошибки при составлении отчетности» (под редакцией Берг О.Н.). - "Гросс-Медиа": РОСБУХ, 2010 г. Система ГАРАНТ: <http://base.garant.ru/55010732/#ixzz4gIvCXjXt>

ОСОБЕННОСТИ ИСЧИСЛЕНИЯ ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ ПРОГРАММИСТА

Брютова Екатерина Андреевна, студент

*Научный руководитель: Ларионова Ирина Александровна, Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова,
656000, г. Барнаул, пр-т. Ленина, 46, Россия
E-mail: katbrutova@mail.ru*

Аннотация: в статье анализируются основные системы оплаты труда, выделяются особенности их применения для исчисления заработной платы программиста, рассматриваются показатели эффективности труда ИТ-специалистов, определяется наиболее оптимальная схема оплаты труда.

Ключевые слова: заработная плата, программист, системы оплаты труда, расчет заработной платы, ИТ-специалист.

В настоящее время на рынке труда довольно востребованы квалифицированные специалисты в области информационных технологий. Вследствие этого Министерством образования и науки РФ было принято решение увеличить на 34% контрольные цифры приема в высшие учебные заведения на 2015-2016 учебный год по данным направлениям подготовки. По оценкам экспертов, спрос на таких специалистов продолжит расти и в ближайшие годы [1].

Труд программистов имеет ряд особенностей, выделяющих их среди других профессий. Несмотря на значительное развитие технологий, методологий и стандартных инструментов создания программных продуктов разработка оптимального алгоритма решения задачи, проектирование архитектуры системы – процесс в большей степени творческий, требующий интеллектуальных усилий специалиста, чем рутинный (операционный).

Трудоемкость оценки затрат на разработку программного обеспечения влечет за собой трудности исчисления заработной платы ИТ-специалистам.

Заработная плата представляет собой один из основных факторов социально-экономической жизни общества, поэтому от совершенствования механизмов ее регулирования зависят как повышение эффективности деятельности предприятия, так и рост благосостояния населения.

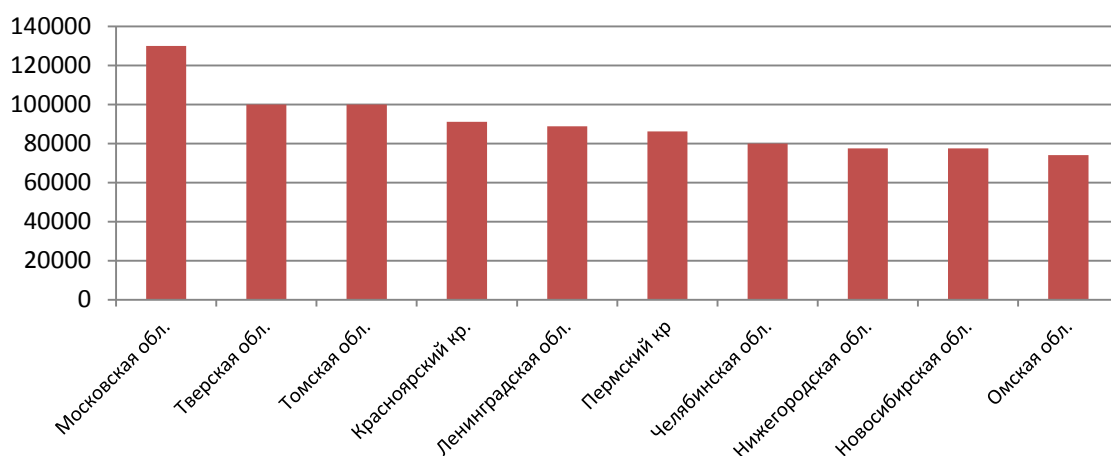


Рисунок 1 – Рейтинг областей России по уровню заработной платы программистов

Рассмотрим основные формы системы оплаты труда в РФ [2] и их применение для исчисления заработной платы программистов.

1) Повременная (тарифная) система оплаты труда – плата происходит за фактически отработанное время, независимо от результатов работы. В основе расчета – оклад или тариф. При этом используются *простая повременная* и *премиальная повременная* виды системы. Получила широкое распространение для оплаты труда программистов в штате организации, для фрилансеров (англ. freelancer) практически не применяется.

Одна из особенностей системы – отсутствие жесткой привязки к конкретной задаче, и, следовательно, ее описанию в виде технического задания.

Достоинства: гарантия стабильного заработка. Недостатки системы: сложность учета рабочего времени при удаленной работе; невозможность определения затрат до завершения проекта; разработчик не заинтересован в быстром решении поставленной задачи, так как оплачивается фактически отработанное время, а не результат работы, что может привести к уменьшению эффективности его работы (при простой повременной системе); на решение одной и той же задачи разным специалистам требуется разное количество времени; сложность определения результативного времени работы.

2) Сдельная система оплаты труда – оплата производится за объем выполненных работ, независимо от потраченного времени. Данная схема в большей степени подходит для выполнения проектной работы.

Согласно сдельной-попроектной системе оплаты труда заработная плата программиста рассчитывается на основе затрат, связанных с разработкой программного продукта. При определении платы за выполненную работу для каждого сотрудника применяются коэффициенты результативности [3]: коэффициент сложности (трудоемкость проекта), коэффициент квалификации, коэффициент вклада в проект, а также рассчитывается доля творческого труда программиста при решении новой задачи, для которой не существует шаблонов.

Главная проблема – сложность определения стоимости проекта. Основные подходы к оценке трудоемкости создания программного продукта:

Линейный. Трудоемкость создания программного продукта рассчитывается прямо пропорционально количеству операторов (Lines of code, LOC) и обратно пропорционально квалификации разработчиков [4].

Достоинства: простота вычислений фактического количества операторов; возможность проведения сравнительного анализа производительности труда различных групп разработчиков.

Недостатки: зависимость количества операторов от используемого языка программирования; не учитывается, что качество программы не всегда зависит от объема кода; трудность предварительной оценки размера программного обеспечения.

Функциональных точек (Function Points Analysis). Подход основан на оценке количества функциональных требований, предъявляемых заказчиком, определяющих трудоемкость проекта. Для их оценки используются такие показатели, как: число обращений к системе с целью ввода внешних данных; число обращений к системе для вывода обработанной информации; число запросов пользователей; количество внутренних логических и внешних интерфейсных файлов.

При отсутствии четкого технического задания или небольшом объеме выполняемой работы используют сдельную оплату труда по потребительской цене – одну из основных схем оплаты труда на фрилансе.

3) Комиссионная система оплаты труда – оплата производится в размере процента от выручки организации. Получила распространение в сфере продаж и более применима к менеджерам всего проекта, занимающимся внедрением программного продукта, чем к ИТ-специалистам, непосредственно его разрабатывающим.

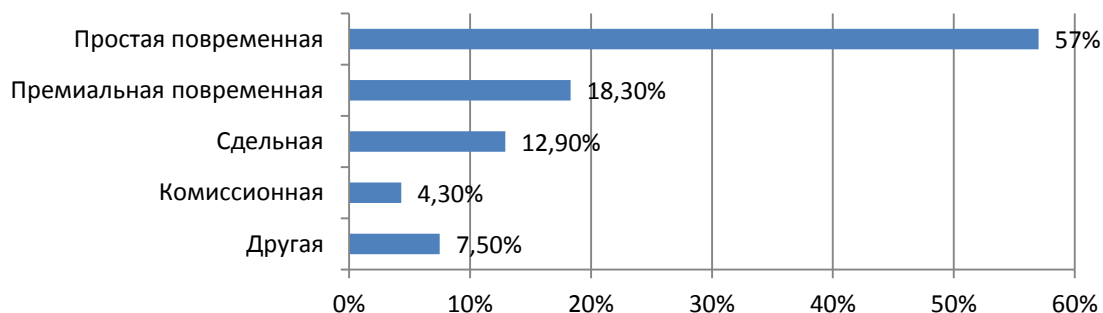


Рисунок 2 – Результаты опроса о наилучшей системе оплаты труда среди ИТ-специалистов

Важную роль в формировании итогового размера заработной платы играет система денежного стимулирования оплаты труда. Для ее построения Ерофеев Е. В. предлагает ввести показатели, оценивающие эффективность достижения определенного объема работ: соблюдение графика, соответствие установленным требованиям, количество незамеченных ошибок в коде, эффективность исправления ошибок [3].

Таким образом, для программистов, состоящих в штате предприятия, оптимальной является повременная оплата труда (основа расчета – оклад), что подтверждают и результаты опроса, проведенного среди специалистов

информационных технологий [5]. Данная система гарантирует стабильный доход независимо от результатов работы, проста в использовании.

Выбор системы оплаты труда в значительной степени обусловлен спецификой деятельности организации и типом решаемых задач.

Список использованных источников:

1. Томша П.П., Шпякина А.С., Газуль С.М. Территориальное распределение спроса на программистов // Международный научно-исследовательский журнал = Research Journal of International Studies. – 2014. – № 4-1 (23). – С. 99–101.

2. Трудовой кодекс РФ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/

3. Ерофеев Е. В. Построение эффективной системы денежного стимулирования персонала информационных технологий // УЭКС. 2015. №5 (77). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/postroenie-effektivnoy-sistemy-denezhnogo-stimulirovaniya-personala-informatsionnyh-tehnologiy> (дата обращения: 30.04.2017).

4. Этингоф Елена Владимировна Оценка затрат на информационные системы // УЭКС. 2013. №12 (60). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-zatrat-na-informatsionnye-sistemy> (дата обращения: 30.04.2017).

5. Системы оплаты труда программистов. URL: <http://www.sql.ru/forum/946722-1/sistemy-oplaty-truda-programmistov> (дата обращения: 04.05.2017).

РАСХОДЫ НА РЕКЛАМУ - ПРИЗНАНИЕ И ОТРАЖЕНИЕ В БУХГАЛТЕРСКОМ И НАЛОГОВОМ УЧЕТЕ

*Бычкова Татьяна Сергеевна, Семенова Софья Викторовна, студенты
Научный руководитель: Ларионова Ирина Александровна, Финансовый
университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал,
656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: IALarionova@fa.ru*

Аннотация: реклама – двигатель прогресса, отсюда расходы и доходы по рекламе имеют большое значение при формировании финансового результата у рекламной компании и рекламодателя.

Ключевые слова: рекламодатель, расходы по рекламе, бухгалтерский учет, рекламная компания, виды рекламы.

В настоящее время производить конкурентоспособную продукцию, предлагать качественные работы и услуги для успешного ведения предпринимательства, к сожалению, недостаточно: их нужно еще и продать. А чтобы продать товар, потенциальные покупатели, как минимум, должны знать о нем и быть заинтересованы в его приобретении. Решить эту задачу поможет хорошо организованная рекламная компания.

Сейчас рекламируется всё самыми разнообразными способами, начиная от размещения рекламы на телевидении или радио и заканчивая проведением конкурсов или раздачей листовок.

В Федеральном законе «О рекламе» дано определение понятия «реклама»: (представлено на слайде).

Услугами рекламных агентств пользуются компании по всей России. Сейчас без рекламы сложно представить успешную деятельность какой-либо фирмы, занимающейся торговлей или предоставлением различных услуг.

Существует множество различных видов рекламы, основные из них представлены на слайде.

Издание «AllAdvertising» составило рейтинг «100 лучших компаний рекламного рынка России в 2016-2017 гг.». В рейтинге принимали участие как уже широко известные, так и молодые компании. Подавляющее большинство фирм в данном рейтинге – Московские, так же в рейтинге присутствуют компании из Санкт-Петербурга, Новосибирска, Кемерово и других городов. Стоит отметить, что компаний из Алтайского края в рейтинге нет. Но это не означает, что наш край скуден на агентства, занимающиеся рекламой.

В Алтайском крае существует более 100 компаний, занимающихся рекламой, а в Барнауле – около 70. Например: «LedTechnology», «Нова Студия», «PromoRepublic», «Арт Мастер», «Рубль» и другие.

Барнаульский Пивоваренный завод регулярно пользуется услугами маркетинговой компании «PromoRepublic». Проводятся различные промо-

акции, дегустации, с помощью которых промоутеры знакомят потенциальных потребителей с новой продукцией и повышают спрос на нее.

Так же, розничная сеть «Магнит» с помощью промоутеров распространяет информацию о действующих акциях, скидках и предложениях. Распространяя брошюры, с информацией об акциях можно увеличить спрос на некоторые товары и привлечь новых покупателей.

Многие вузы привлекают к себе абитуриентов с помощью рекламы, например, приглашая в СМИ на мероприятия, проводимые в вузе или же создавая буклеты с информацией о вузе и распространяя их абитуриентам.

Расходы на рекламу в бухгалтерском учете рекламодателя отражаются в полной сумме при наличии подтверждающих документов, таких как: договор на размещение рекламы, акт о выполнении работ, платежные документы.

У рекламодателя расходы на рекламу будут отражаться либо на 44 счете «Расходы на продажу», либо на 26 счете «Общехозяйственные расходы» в соответствии с учетной политикой предприятия. Суммы расходов на рекламу, которые учитываются по дебету счета 44 «Расходы на продажу» (26), списываются на себестоимость проданной продукции полностью или пропорционально объему реализованной продукции в зависимости от способа списания коммерческих расходов, указанных в приказе по учетной политике организации.

В налоговом учете расходы на рекламу у рекламодателя включаются в состав прочих расходов, связанных с производством и реализацией. Налоговое законодательство рассматривает два вида рекламных расходов: нормируемые и ненормируемые. Перечень ненормируемых расходов на рекламу является закрытым (ст. 264 НК РФ). Их разрешено включать в состав расходов в полном объеме фактических затрат. Остальные расходы относятся к нормируемым, их перечень остается открытым, и для целей налогообложения принимаются в размере, не превышающем 1 % выручки от реализации (ст. 249 НК РФ).

Также организация может осуществлять рекламную деятельность самостоятельно, не привлекая рекламную компанию.

И, следовательно, у рекламодателя в состав расходов включаются следующие расходы, которые отражаются в налоговой декларации как прочие расходы, связанные с рекламой своей продукции:

- покупка работ, необходимых для изготовления материалов рекламного назначения;
- приобретение исходных материалов, для изготовления готовых работ самостоятельно.

Рекламодатель согласно договора с рекламной компанией должен в установленные сроки произвести расчеты, которые включают в себя сумму платежа и в том числе НДС по ставке 18%. Данная операция отражается бухгалтерскими записями по счету 91/2 «Прочие расходы», а НДС, подлежащий перечислению, на счете 19 «НДС по приобретенным ценностям».

Рекламная компания, осуществляющая подготовку, изготовление и размещение рекламы рекламодателя, учитывает расходы как затраты по основному виду деятельности. Они отражаются в составе затрат по 20 счету

«Основное производство», который затем списывается по окончании рекламной компании на счет 90/2 «Себестоимость продаж».

Выручка от оказания рекламных услуг является доходом рекламной компании и отражается на счете 90/1 «Выручка». В состав выручки также включается НДС, который подлежит уплате в бюджет и отражается на счете 90/3 «Налог на добавленную стоимость».

По окончании отчетного периода определяется финансовый результат рекламной компании от проведенных рекламных работ, который отражается затем на 99 счете «Прибыли и убытки».

Таким образом, затраты по рекламе у рекламодателя отражаются как прочие расходы, а у рекламной компании – как доходы по основному виду деятельности.

Можно сделать вывод, что роль рекламы в современном обществе очень велика. Каждая организация выбирает наиболее подходящий для себя способ рекламирования своего товара, своих услуг. Реклама обеспечивает налаживание связей между производителями и потребителями товаров. Она поддерживает и обостряет конкуренцию, позволяя потребителям товаров расширить их выбор.

Список использованных источников:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть первая от 31.07.1998 № 146-ФЗ
2. О бухгалтерском учете: федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ (ред. от 23.05.2016) [Электрон.ресурс] // Консультант плюс. - URL: <http://www.consultant.ru/online>.

ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА: ВАРИАНТЫ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Глубоков Иван Олегович, студент

*Научный руководитель: Семина Лариса Анатольевна, доктор экономических наук, профессор, Алтайский Государственный Университет, 656000, пр-т. Ленина, д.61, Россия
E-mail: seminalarisa@yandex.ru*

Аннотация: В статье рассматриваются варианты организации управленческого учета, выделяются основные проблемы внедрения и организации управленческого учета в организации, а так же предлагаются возможные пути решения.

Ключевые слова: управленческий учет, варианты организации управленческого учета.

В настоящее время в нестабильных условиях рынка в определенных частях (сегментах) организации возникают проблемы, требующие их оперативного устранения. Решение проблем возможно при соблюдении важного условия – наличия информации для принятия управленческого решения. Информацию для принятия управленческого решения предоставляет система управленческого учета. Однако, оперативное получение информации возможно, если в организации внедрена система управленческого учета.

Существует два варианта организации управленческого учёта в организациях. Для их осуществления необходимо наличие в организации группы квалифицированных бухгалтеров, разбирающихся как в управленческом, так и в бухгалтерском учете [1, с. 45].

Первый вариант предусматривает, что все учетные документы поступают к бухгалтеру, ведущему управленческий учет (или группе бухгалтеров). Этот бухгалтер должен определить, как хозяйственные операции, учитываемые в первичных документах, должны отражаться в управленческом учете. По каждому из первичных учетных документов он формирует и управленческие, и бухгалтерские проводки. Если в организации помимо бухгалтеров, ведущих управленческий учет, существует финансовая бухгалтерия, то после формирования управленческих проводок первичные документы передаются бухгалтерам, осуществляющим ведение бухгалтерского и налогового учета, которые на основании этих документов составляют официальные бухгалтерские проводки. Преимущество этого варианта состоит в том, что он наиболее точно соответствует основным принципам ведения учета и позволяет полнее отразить деятельность организации. Недостаток же заключается в том, что потребуются дополнительные ресурсы для создания интегрированной бухгалтерской системы, сочетающей как типовую бухгалтерскую, так и управленческую конфигурации [2, с. 57].

Второй вариант организации управленческого учета подразумевает, что в управленческую базу данных информация вносится уже после того, как она была отражена в базе данных бухгалтерского учета. Другими словами, ведутся две параллельные базы данных. Финансовая бухгалтерия при этом работает в обычном режиме, предоставляя свою базу бухгалтеру, ведущему управленческий учет, для ее последующей трансформации [4, с. 40].

Сегодня, исходя из практики, можно выделить основные проблемы внедрения и организации управленческого учета в организации:

- отсутствие четких стратегических целей. Если цели не определены - это приводит к неверному определению решаемых задач;

- отсутствие единой нормативной базы на предприятии и даже единой терминологии;

- необходим правильный выбор менеджера проекта. Большой проблемой является неправильное распределение ролей. Очень важна грамотная работа с персоналом, так как внедрение управленческого учета приводит к появлению дополнительных функций и должностных обязанностей, что вызывает недовольство персонала;

- часто ставятся нереальные цели и сроки, а также возможны слабые планирование и документирование проекта. Проект может оказаться неуспешным из-за отсутствия действенных механизмов контроля;

- недостоверность и несвоевременность предоставления информации, и даже намеренная фальсификация данных;

- нежелание руководителей центров ответственности своевременно предоставлять полную информацию о деятельности своих подразделений;

- отсутствие локальной компьютерной сети, единой системы документооборота, четкой организационно-функциональной структуры;

- нежелание отдельных сотрудников перестраивать свою деятельность, заполнять различные управленческие отчеты из-за непонимания роли управленческого учета;

- дефицит квалифицированных специалистов, обладающих знаниями как в управленческом, так и в бухгалтерском и налоговом учете;

- противодействие работников финансовой бухгалтерии, которым специалисты по управленческому учету часто представляются профессиональными конкурентами [4, с. 195].

Итак, чтобы минимизировать выделенные проблемы, можно предложить следующие возможные пути решения:

- осуществление более чёткого планирования и введение механизма контроля, способное более чётко определять сроки, цели и задачи;

- постановка управленческого учета должна осуществляться по прямому распоряжению владельцев предприятия и его высшего руководства. Руководить постановкой управленческого учета должен непосредственно финансовый директор;

- целесообразное проведение разъяснительной и консультационной работы с персоналом, а затем оформление приказа в организации, подписанного руководителем, который обяжет сотрудников и начальников всех

подразделений выполнять мероприятия, необходимые как для постановки учета, так и для его дальнейшего функционирования;

- введение единой нормативной базы и терминологии;
- контроль за предоставлением и достоверностью информации, а также осуществление информационной безопасности;
- проведение разъяснительной работы среди руководителей центров ответственности и/или брать под полный контроль их деятельность;
- введение единой локальной сети и системы документооборота, найм специалистов по комплексной защите объектов информатизации;
- введение целевой программы по обучению специалистов;
- найм высококвалифицированных специалистов и обеспечение им хороших условий для работы [5, с.566].

Список использованных источников:

1. Божко П. Особенности управленческого учета на российских предприятиях / П. Божко // Финансовый директор. – 2003. – № 2. - С. 42-48. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <http://fd.ru/articles/1381-osobennosti-upravlencheskogo-ucheta-na-rossiyskih-predpriyatiyah>
2. Ивашкевич В.Б. Организация управленческого учета по центрам ответственности и местам формирования затрат / Бухгалтерский учет. – 2000. - № 5. – с. 56-59.
3. Тагильцева, Е.Д. Проблемы организации управленческого учета на предприятии / Е.Д. Тагильцева // Вестник Алтайской академии экономики и права. - 2010. - № 2. - С.40-41
4. Каверина О.Д. Управленческий анализ: учеб.пособие / О.Д. Каверина, Н.А.Соколова.–М.:Бухгалтерскийучет.- 2007. – 270 с.
5. Друри К. Управленческий и производственный учет/К. Друри// Управленческий учет. - М.: ЮНИТИ-ДАНА.- 2005. – 735 с.

ИСКАЖЕНИЯ В БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ И ПРИЧИНЫ ИХ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

Дьякова Любовь Сергеевна, магистрант

*Левичева Светлана Викторовна, кандидат экономических наук, доцент,
Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал,
656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: SVLevicheva@fa.ru*

Аннотаци: В статье рассмотрено искажения бухгалтерской (финансовой) отчетности организации. Представлена классификация видов искажений, возникающих в бухгалтерской отчетности, и рассмотрены причины их возникновения.

Ключевые слова: бухгалтерская финансовая отчетность, ошибки, искажения бухгалтерской отчетности, фальсификация, вуалирование бухгалтерской отчетности.

Бухгалтерская отчетность в РФ является основным источником информации о деятельности хозяйствующих субъектов, представляя собой единую, унифицированную систему данных о финансовом положении организации и о результатах ее финансово-хозяйственной деятельности, подготовленная по установленным формам.

Содержание бухгалтерской (финансовой) отчетности устанавливается ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации», а также Положением по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ (утв. Приказом Минфина РФ от 29.07.1998 N 34н).

Информация, которая содержится в бухгалтерской финансовой отчетности организации влияет или может повлиять на принятие деловых и организационных решений, обеспечивающих экономические выгоды заинтересованных лиц поэтому она должна быть достоверной. Искажения, возникающие в бухгалтерской отчетности, влекут за собой риски для инвесторов, заемщиков, кредиторов, собственников и других пользователей [1].

По мнению Махмутовой Э.М., искажение бухгалтерской отчетности представляет собой неверное отражение и представление данных в бухгалтерской отчетности в связи с нарушением со стороны персонала экономического субъекта установленных нормативными документами РФ правил ведения и организации бухгалтерского учета и подготовки бухгалтерской отчетности [2].

Для устранения рисков не выявления существенных отклонений в отчетности необходимо произвести классификацию искажений в бухгалтерской отчетности и раскрыть механизм их совершения (рисунок 1).

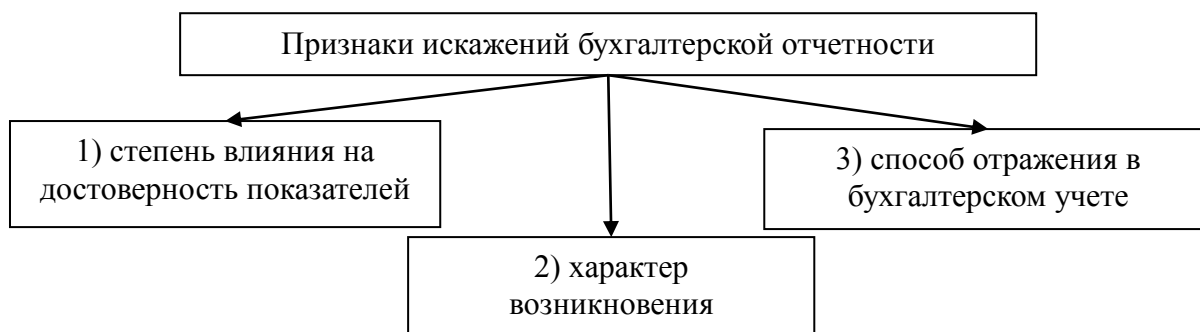


Рисунок 1 – Классификация признаков искажений бухгалтерской отчетности

Кратко остановимся на видах искажения бухгалтерской отчетности.

По – первому признаку искажения можно подразделить: на существенные и несущественные. Искажения считаются несущественными, если они не повлияют на мнение пользователей при принятии ими экономических решений на основе информации бухгалтерской финансовой отчетности. Существенные искажения наоборот, значимы для пользователей характеризуются степенью распространения неточности.

Таким образом, существенность зависит от величины показателя финансовой (бухгалтерской) отчетности и (или) ошибки, оцениваемых в случае отсутствия или искажения показателя [3].

По – второму признаку, искажения по характеру возникновения, описывает причину их возникновения, и делятся на непреднамеренные и преднамеренные искажения бухгалтерской отчетности. Преднамеренное искажение бухгалтерской отчетности возникают по причине преднамеренных действий (или бездействия) персонала целью которых является введение в заблуждение пользователей бухгалтерской отчетности. Непреднамеренное искажение бухгалтерской отчетности допускаются в следствие неточностей при исчислении показателей, неправильной классификацией объектов учета, недосмотра в полноте учета, неправильного использования информации, имеющейся на дату подписания бухгалтерской отчетности.

Все преднамеренные ошибки можно разделить на не противоречащие и противоречащие законодательству. Непреднамеренные ошибки, как правило, совершаются преимущественно по некомпетентности, халатности и невнимательности, а преднамеренные характеризуют деловую политику организации. Выгоды от мошенничества в финансовой отчетности для компаний очень большие, в то время как риск обнаружения минимален, и наказания в большинстве случаев не велико.

В качестве преднамеренных ошибок, снижающих достоверность бухгалтерской отчетности, выделяю фальсификацию и вуалирование показателей бухгалтерской отчетности.

При умышленной фальсификации целью является удовлетворение ожиданий отдельных ее пользователей, которым отчетность будет представлена. Фальсификация приводит к существенному искажению отчетности, и чаще направлена на сокращение таких показателей, как выручка, прибыли и активы.

Отличие вуалирования от фальсификации отчетности состоит в том, что фальсификация предоставляет финансовые показатели организации в более выгодных условиях путем нарушения требований нормативных актов, а вуалирование совершается в пределах, разрешенных нормативными документами.

К третьему признаку классификации искажений, по способу отражения в бухгалтерском учете, следует отнести ошибки, возникшие вследствие:

- неполного представления в бухгалтерском учете фактов хозяйственной жизни;
- формирования учетных записей без подтверждения первичными документами;
- ошибки в периодизации;
- ошибки, возникающие при бухгалтерской оценке объектов учета;
- неправильного или недостаточного отражения информации в отчетных формах.

Поскольку на практике нередко встречаются случаи искажения бухгалтерской отчетности, законодательно предусмотрена возможность внесения исправления в нее и ответственность за фальсификацию информации. Правила внесения исправлений в бухгалтерскую отчетность установлены ПБУ 22/2010 «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности».

Подводя итоги, отметим, что одной из основных задач бухгалтерского учета является формирование полной и достоверной информации о деятельности организации, а также об ее имущественном положении. В настоящее же время формирование и предоставление пользователям недостоверной информации становится распространенным явлением в России.

Причинами искажения являются как уровень квалификации бухгалтеров, так и откровенная фальсификация показателей по инициативе руководства или иных заинтересованных лиц. Отметим, что достаточно часто искажение являются не умышленными, а возникает в результате не правильного толкования норм законодательных и нормативных актов.

России все еще нет точной статистики о мошенничествах в финансовой отчетности и способах их обнаружения. Тем не менее, существуют огромная потребность для создания адекватной контрольной среды, которая бы отражала общую атмосферу организации.

Список использованных источников:

1. Левичева С.В. Особенности применения риск – ориентированного подхода к ведению бухгалтерского учета и формированию бухгалтерской (финансовой) отчетности / С.В. Левичева, Н.В. Пислегина // Вестник Алтайской науки, 2015. - № 3-4 (25-26) – С. 306-311.

2. Махмутова Э.М. Искажения в бухгалтерской отчетности, способы их выявления и роль аудита в оценке достоверности бухгалтерской отчетности / Э.М. Махмутова // Молодой ученый. – 2016. – №4. – С. 446-448.

3. Левичева С.В. Существенность как фактор обеспечения релевантности информации бухгалтерской финансовой отчетности / С.В. Левичева // Модернизация экономических систем: взгляд в будущее (MESLF-2015): сборник научных трудов / под ред. П. А. Неверова, Б.А. Аманжоловой. – Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2015. – С. 153-156.

УЧЕТ И ВЛИЯНИЕ КУРСОВЫХ РАЗНИЦ НА ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОРГАНИЗАЦИЙ.

Лобанова Елизавета Сергеевна, студент

*Научный руководитель: Ларионова Ирина Александровна, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал,
656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: IALarionova@fa.ru*

Аннотация: В статье рассматриваются понятия, сущность и порядок отражения курсовых разниц в бухгалтерском учете и отчетности. Проводится анализ показателей экспорта и импорта Алтайского края за 2014-2016 гг. и оценивается влияние курсовых разниц на финансовые результаты алтайских предприятий.

Ключевые слова: курсовая разница, иностранная валюта, внешнеэкономическая деятельность, бухгалтерский учет ВЭД, разницы в курсах валют, учет курсовых разниц.

В условиях финансово-экономического кризиса и нестабильности, проблема курсовых разниц становится наиболее актуальной, так как непредсказуемое изменение курсов валют не просто незначительно корректирует финансовый результат, а вносит дисбаланс в экономическую деятельность компании. Целью данной работы является изучение влияния курсовых разниц на финансовые результаты предприятий Алтайского края.

Внешнеторговый оборот Алтайского края за 2016 год составил 958,9 млн. долларов США и по сравнению с аналогичным периодом 2015 года увеличился на 4%, составив 82,5% к 2014 году. Стоимостный объем экспорта составил 665,651 млн. долл., а объем импорта – 293,233 млн. долл. [2]

Таблица 1. Динамика импорта и экспорта Алтайского края в 2014-2016 гг.

Показатель	2014	2015	2016	Темп роста 2014 к 2015	Темп роста 2015 к 2016	Темп роста 2016 к 2014
Товарооборот	1 163	919,1	958,9	100,05%	104,32%	82,46%
Экспорт	730	663,4	665,7	79,04%	100,33%	91,23%
Импорт	433	255,7	293,2	90,93%	114,68%	67,69%
Сальдо	296	407,7	372,4	59,02%	91,34%	125,65%

Основными партнерами Алтайского края по экспорту являются: Казахстан (28%), Китай (15%), Узбекистан (7%) и Украина (7%); по импорту:

Казахстан и Китай (по 29%), Белоруссия (15%), Эквадор(5%) и Германия (4%) [2].

В 2016 году в регионе деятельности Алтайской таможни внешнеторговые операции совершали 720 зарегистрированных участников ВЭД. Наиболее активные участники ВЭД: ООО «Агросиб-Раздолье», ОАО «Кучуксульфат», ЗАО «Транссервис-юг», ООО «Вестфалика М», АО ПО «Алтайский шинный комбинат», ООО «Рубцовский ЛДК», ОАО «Барнаульский вагоноремонтный завод», ООО «Каменский ЛДК», ООО «Алтай-форест», ООО «Сибтранзитсервис», ЗАО «Эвалар», ООО «Пионер трейд».

Согласно ПБУ 3/2006 курсовая разница – это разница между рублевой оценкой актива или обязательства, стоимость которых выражена в иностранной валюте. [1]

Нестабильность рубля является одним из факторов, способствующих снижению объемов импорта и росту экспорта (также введение санкций, падение цен на нефть). Анализ динамики последних трех лет показывает существенное ослабление рубля. В 2015 году обесценение национальной валюты составило к долл. США -29,6%, к евро – 16,57%. В 2016 году имеющаяся ситуация незначительно улучшилась в сравнении с 2015 годом, курс рубля укрепился на 2,25% и 1,85%. [4]

Алтайские предприятия в 2015 году только по своим валютным счетам и депозитам потеряли миллионы. В таблице можно увидеть удельный вес импортных и экспортных операций в ВЭД по каждому предприятия и курсовые разницы по счетам учета денежных средств.

Таблица 2. Величина курсовых разниц по предприятиям на 2013-2015гг [3].

Наименование	Доля импорта	Доля экспорта	Курсовая разница по счетам учета денежных средств в 2015	Курсовая разница по счетам учета денежных средств в 2014	Курсовая разница по счетам учета денежных средств в 2013
ОАО "Алтай-кокс"	0,10	99,89	17 124	81 504	4 371
ОАО "Кучуксульфат"	3,69	96,31	-7 338	178 563	17 933
ОАО "ПО Алтайский шинный комбинат"	19,36	80,64	11 569	5 592	87
ООО "Пионер трейд"	83,73	16,27	-74 362	-13 666	-56 310
ЗАО "Эвалар"	84,88	15,12	-226 067	342 725	250 661
ЗАО "Алейскзернопродукт им С.Н.Старовойтова"	19,94	80,06	1 579	1 194	1 177

Рассмотрим, как в бухгалтерском учете отражаются курсовые разницы.

Переоценка остатков на валютном счете организации является простейшим способом отражения курсовых разниц. Для данной ситуации составляются следующие бухгалтерские записи:

1. Приобретена иностранная валюта Дт 52 «Валютные счета» - Кт 57 «Переводы в пути». (Сумма переводится в рубли по курсу ЦБ на дату приобретения).

2. Отражена курсовая разница по валютному счету:

- в случае отрицательной курсовой разницы: Дт 91/2 «прочие расходы» - Кт 52 «Валютные счета»
- в случае положительной курсовой разницы: Дт 52 «Валютные счета» - Кт 91/1 «Прочие доходы».

Остаток по валютному счету будет переоценен по курсу на конец месяца.

Сложнее составить бухгалтерские записи по приобретению материальных и нематериальных активов, товарно-материальных ценностей:

1. Приобретен внеоборотный актив: Дт 08 «Вложения во внеоборотные активы» - Кт 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками». (Стоимость объекта переводится в рубли по курсу ЦБ на дату приобретения).

2. Отражена курсовая разница по расчетам с поставщиком:

- Отрицательная: Дт 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» - Кт 91/1 «Прочие доходы»;
- Положительная: Дт 91/2 «Прочие расходы» - Кт 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками».

Существуют различные способы, при которых курсовые разницы можно избежать, например, предоплата, хеджирование. В случае незначительного изменения курсов валют, целесообразным считается постоянное отслеживание и прогнозирование динамики, для того чтобы выбирать наиболее удобный момент для оплаты или продажи [4].

Таким образом, в ситуации неустойчивости национальной валюты курсовые разницы оказывают существенное влияние на финансовые результаты компаний: экспортеры получают экспортную премию при обмене вырученной подорожавшей иностранной валюты на подешевевшую национальную и имеют возможность продавать товары по ценам ниже среднемировых. Но одновременно снижение курса национальной валюты удорожает импорт, что стимулирует рост цен в стране, сокращение ввоза товаров и потребления или развитие национального производства товаров взамен импортных.

Список использованных источников:

1. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте» (ПБУ 3/2006): приказ от 27.11.2006 № 154н (в ред. От 24.12.2010).

2. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]:

Официальный сайт ФТС России.- Режим доступа :

http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=13858&Itemid=2095

3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. - Режим доступа: <http://www.gks.ru/>.

4. Абызова Е.В., Рачева Ю.Р. Влияние на финансовые результаты организации курсовых разниц и их учет по импорту товаров в современных условиях // *Universum: экономика и юриспруденция* : электрон. научн. журн. 2016 №4 (25). URL.: <http://7universum.com/ru/economy/archive/item/3009>

ИНТЕГРИРОВАННАЯ ОТЧЕТНОСТЬ – АКТУАЛЬНАЯ ФОРМА ОТЧЕТНОСТИ ПЕРЕД ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ И ОБЩЕСТВОМ

Воробьева Инна Васильевна,

Подъезжих Рина Владимировна, студенты

*Научный руководитель: Чугаева Тамара Дмитриевна, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: TDCНугаева @fa.ru*

Аннотация: В статье рассмотрено содержание интегрированной отчетности. Раскрыты ключевые показатели, содержащиеся в интегрированной отчетности, необходимые пользователям информации для принятия управленческих решений разного профиля. Рассмотрены отличительные особенности интегрированной отчетности от других форм отчетности и представлены ее преимущества и недостатки.

Ключевые слова: интегрированная отчетность, пользователи информации, корпоративная отчетность, экономика, финансовая отчетность.

Понятие "интегрированная отчетность" сравнительно недавно появилось в практике российских организаций. Предпосылкой появления такой отчетности является глобализация мировой экономики. Она привела к возникновению взаимозависимости между странами и появлению новых форм международного бизнеса, что обусловило необходимость формирования новых форм отчетности.

В соответствии с Международным стандартом интегрированной отчетности главной задачей интегрированной отчетности является раскрытие информации о перспективах будущего развития компании в контексте внешней среды. Также, в соответствии с указанным стандартом, интегрированная отчетность должна содержать информацию о создании стоимости в интересах всех пользователей. Именно поэтому данная отчетность должна раскрывать цели, которые ставит перед собой компания, и показывать не только финансовую среду организации, но и социальную, экономическую и природную среду, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективах [2].

Сегодня, в связи с проблемой усовершенствования корпоративной отчетности, наиболее актуальным является формирование интегрированной отчетности.

В настоящее время для оценки деятельности компании пользователи в основном используют финансовую отчетность. В тоже время финансовая отчетность не содержит показатели, характеризующие внешнюю среду организации, социальные показатели и т.п., что не позволяет в полной мере провести корректный анализ и сформировать полное и достоверное мнение о будущем развитии хозяйствующего субъекта [3].

Суть интегрированной отчетности – удовлетворить запросы пользователей информации, для принятия управленческих решений, именно поэтому она должна отражать будущую деятельность организации [2].

Интегрированная отчетность – это отчетность, которая раскрывает информацию насколько прибыльна, экологически и социально ответственна компания.

Интегрированная отчетность основывается на трех фундаментальных положениях:

1) отражение информации о шести видах капитала, которые использует компания, а именно:

Природный капитал. В интегрированной отчетности должна отражаться информация, которая характеризует территориальный капитал.

Социальный и сетевой капитал. В данном разделе содержится информация о взаимоотношениях с контрагентами, отражается деловая репутация компании и т.д.

Человеческий капитал. Показатели этого раздела раскрывают информацию о сотрудниках компании (квалификация, способность, инициативность и т.п).

Интеллектуальный капитал. В соответствии с Международным стандартом интегрированной отчетности включает интеллектуальную собственность и организационный капитал.

Промышленный капитал. В этом разделе отчетности раскрывается информация об основных средствах компании.

Финансовый капитал. В интегрированной отчетности отражается информация о финансовом капитале организации.

2) включение характеристик бизнес-модели компании, а именно информации о ресурсах, бизнес-процессах, выпускаемой продукции и прибыли;

3) отражение информации о создании стоимости компании в кратко-, средне-, и долгосрочной перспективе [2].

Эта информация является важной для принятия рационального решения на перспективу.

Особенностью интегрированной отчетности является то, что она не может быть стандартизирована и унифицирована, так как содержит качественные характеристики деятельности организации, включая территориальные, социальные и экологические особенности. В связи с этим возникает проблема оценки интегрированной отчетности. Следует отметить, что в настоящее время еще не разработаны концепции по взаимодействию в части нефинансовых показателей с финансовыми в интегрированной отчетности.

Интегрированная отчетность, как и любая другая отчетность должна достоверно отражать экономическую информацию о хозяйствующем субъекте, и в тоже время отражать экономическую и социальную информацию.

Обобщая вышесказанное, можно отметить, что интегрированная отчетность имеет свои преимущества и недостатки, которые представлены в таблице [1].

Преимущества	Недостатки
Способствует профессионализации управления, повышению его качества за счет комплексного анализа информации	Повышает риск раскрытия коммерческой тайны
Содержит не только историческую, но и прогнозную информацию	Прогнозная информация может быть недостаточно обоснована
Содержит информацию о шести видах капитала	Методики оценки нефинансовых видов капитала недостаточно проработаны
Подтверждает пользователям информации интеграцию принципов устойчивого развития в основную деятельность	Приводит к дополнительным затратам на подготовку отчетности
Способствуют повышению прозрачности и доверию к компании	Повышает репутационные риски, связанные с качеством и достоверностью информации.

В заключении, хотелось бы отметить, что интегрированная отчетность является необходимым инструментом для принятия рациональных решений для всех пользователей информации с целью увеличения видов капитала.

Список использованных источников

1. Джакипова Г.К., Радцева Ю. А. Интегрированная отчетность: вопросы формирования и анализа. Сборник Школа В. Д. Новодворского: Материалы 6 межвузовской научно-практической конференции магистрантов, студентов и молодых ученых/ под ред. Е. Н. Щетинина, Т. Д. Чугаевой. – Барнаул: ООО «Палитра», 2015. – 287с.
2. Левичева С.В., Пислегина Н.В. Инновационные процессы в подготовку корпоративной отчетности коммерческих организаций. Вестник алтайской науки, № 2, 3 (20- 21). 2014 С. 205-210.
3. Чугаева Т.Д. Интерпретация данных публичной отчетности для оценки финансового состояния организации и перспектив ее развития. Вестник Алтайской науки. 2015. № 3-4(25-26).С.568-570.

ЭФФЕКТИВНЫЙ КОНТРАКТ: ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Польгейм Яна Вячеславовна, студент

*Научный руководитель: Богданова Марина Михайловна, кандидат
экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве
РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: polgeim@mail.ru*

Аннотация: Переход от системы трудового договора к системе эффективного контракта в государственных учреждениях вызывает проблемы, связанные с критериями оценки эффективности деятельности сотрудников организации. Для успешного решения проблем необходимо разработать нормативные акты, утверждающие показатели и критерии оценки, и индивидуальные дополнительные соглашения для каждого сотрудника.

Ключевые слова: эффективный контракт, критерии оценки эффективности деятельности сотрудника, государственное учреждение.

Начиная с 2013 года, модернизация системы оплаты труда сотрудников государственных и муниципальных учреждений осуществляется в соответствии с Программой поэтапного совершенствования системы оплаты труда в государственных (муниципальных) учреждениях на 2012 - 2018 годы, которая утверждена Распоряжением Правительства Российской Федерации от 26.11.2012 г. № 2190-р. Данный документ направлен на развитие кадрового потенциала государственных (муниципальных) учреждений. В соответствии с Распоряжением Правительства эффективный контракт представляет собой трудовой договор с работником, в котором конкретизированы его должностные обязанности, условия оплаты труда, показатели и критерии оценки эффективности деятельности для назначения стимулирующих выплат в зависимости от результатов труда и качества оказываемых государственных (муниципальных) услуг, а также меры социальной поддержки [2].

Таким образом, эффективный контракт является основой формирования новой системы оплаты труда, зависящей от результатов работы государственного (муниципального) учреждения. Сотрудник организации, работающий по такому виду трудовых отношений, заинтересован в повышении качества своих трудовых обязанностей, а значит и в повышении качества оказываемых учреждением услуг.

В сложившихся экономических условиях страны вопрос перевода сотрудников государственных (муниципальных) учреждений на эффективный контракт становится все более актуальным, тем более что программой определены сроки завершения перехода – 2018 год. Для многих организаций применение данного типа трудового договора является сложным процессом. Во-первых, это требует внесения изменений в действующие локальные акты

учреждения, во-вторых конкретизация трудовых обязанностей сотрудников и проработка показателей эффективности их деятельности требует внимательности и продуманности, исключение двойственности понимания, а в третьих - возникает вопрос формирования и планирования годового фонда оплаты труда, поскольку оптимизация расходов бюджета не предполагает его роста, а применение эффективного контракта направлено на увеличение заработной платы сотрудника, а следовательно и роста фонда оплаты труда учреждения в целом.

Эффективный контракт направлен на конкретизацию трудовых функций работников, что обуславливает применение не только квалификационных справочников профессий, но и профессиональных стандартов, предполагает, применение учреждением отраслевых норм труда. Каждому критерию, определяющему степень эффективности труда сотрудника, сопоставляется соответствующее денежное вознаграждение. Величина и периодичность выплат стимулирующей составляющей четко прописывается в трудовом договоре («эффективном контракте»). В качестве единицы измерения какого-либо показателя, как правило, использую процент или балл.

В зависимости от сферы деятельности учреждения на федеральном уровне разработаны и утверждены соответствующие методические рекомендации по разработке показателей эффективности. Например, для сферы образования – письмо Министерства образования и науки России от 20.06.2013 г. № АП-1073/02 «О разработке показателей эффективности» (вместе с Методическими рекомендациями по разработке органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления показателей эффективности деятельности государственных (муниципальных) учреждений в сфере образования, их руководителей и отдельных категорий работников) [1].

Вместе с тем необходимо учитывать конкретные условия и ситуации развития каждого учреждения индивидуально. Опорной составляющей для разработки показателей и индикаторов эффективного труда должно служить государственное (муниципальное) задание учреждения, показатели «дорожной карты». Если ранее учреждение, выполняя поставленное перед ним государственное (муниципальное) задание или «дорожную карту», уравнивало всех сотрудников, то работа по эффективному контракту создает конкурентную среду для сотрудников учреждения. Бюджетная сфера примеряет на себя рыночные отношения.

Таким образом, переход на эффективный контракт определяет следующие действия:

1. Разработка показателей и критериев эффективности деятельности учреждения в рамках государственного (муниципального) задания, «дорожной карты».
2. Определение размера, условий и периодичности стимулирующих выплат в зависимости от уровня сложности и степени выполнения установленных критериев, исключая двойственности толкования условий выплат, учет социальных гарантий.

3. Уточнение конкретизированных должностных обязанностей, разработка показателей эффективности каждого работника учреждения.

4. Внесение соответствующих изменений в локальные нормативные акты учреждения: положение об оплате труда, дополнительные соглашения к трудовым договорам.

Оценка уровня качества услуг, оказываемых учреждением, осуществляется независимыми организациями, проводящими анкетирование пользователей государственных (муниципальных) услуг, по результатам которого по балльной системе выявляют уровень и рейтинг учреждения. Данный способ определения уровня качества услуг определяет рейтинг организации только с внешней составляющей, эффективный контракт со своей конкретизацией трудовых функций позволяет проводить такое ранжирование непосредственно внутри организации, что повысит систему внутреннего контроля учреждений.

Главной составляющей эффективного контракта является конкретизация условий, к которым относится трудовая функция работника, показатели и критерии оценки эффективности его деятельности, размер и условия выплат вознаграждения, а также размер поощрения за достижения коллективных результатов труда [4].

На этом этапе возникают вопросы: как определить критерии эффективности? Какие показатели применить? Приведем пример показателей эффективности деятельности работников в образовательном учреждении (таблица).

Таблица – Показатели эффективности деятельности работников структурных подразделений образовательного учреждения

Наименование выплаты	Условия получения выплаты	Размер стимулирующих выплат, балл
Участие в мероприятиях, повышающих имидж учреждения	Гранты	1-7
	Конференции	2-5
	Медиа-активность НПП	1-15
Научные публикации	Размещенные: в Web of Science или Scopus	7-8
	в журналах ВАК	6
	в журналах РИНЦ	4
	Монографии	12-16
Подготовка учебников	Для бакалавриата, магистратуры, аспирантуры	20 -24
Подготовка учебных пособий	Для бакалавриата, магистратуры, аспирантуры	14 -16
Учебная работа	Проведение занятий в режиме замен	2-5
	Участие в учебном процессе магистратуры и аспирантуры	
	Создание тестовых заданий	

		2-5
Методическая работа	Разработка учебных планов Разработка РПД Разработка приложений к РПД	12 8-10 4
Руководство научно-исследовательской работой студентов	Участие в организации студенческих научных мероприятий Руководство студенческими научными публикациями Руководство студенческим научным кружком	3 2 4
Общественная работа	Участие в работе общественных организаций Участие в работе международных научных организаций Работа в качестве куратора студенческой группы	5 7 2
Рецензирование (редактирование)	Монографий, научных сборников, учебников Научных статей	4 2

Данные показатели и критерии примерны, каждая организация разрабатывает для себя такие показатели самостоятельно, учитывая собственную специфику. Применяемые критерии должны быть понятны, выполнимы и соответствовать принятым должностным инструкциям [3].

Для перехода на эффективный контракт учреждению необходимо:

1. Сформировать в учреждении специальную комиссию по организации перехода на эффективный контракт.
2. Разработать нормативные акты, утверждающие показатели и критерии оценки эффективности деятельности учреждения, руководителей учреждения и его подразделений, сотрудников учреждения.
3. Провести разъяснительные работы по вопросам внедрения эффективных контрактов.
4. Разработать индивидуальные договоры или дополнительные соглашения к имеющимся трудовым договорам с использованием показателей и критериев эффективности.

Применение эффективного контракта должно не только повысить качество оказываемых государственных (муниципальных услуг), но и повысить заработную плату работников бюджетной сферы, сформировать ясность понимания механизма формирования заработной платы.

Список использованных источников:

1. О разработке показателей эффективности (вместе с «Методическими рекомендациями Министерства образования и науки России

по разработке органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления показателей эффективности деятельности государственных (муниципальных) учреждений в сфере образования, их руководителей и отдельных категорий работников Приложение», утв. Министерством образования и науки России 18.06.2013) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – URL: <http://www.consultant.ru/online> (Дата обращения 08.03.2017).

2. Программа поэтапного совершенствования системы оплаты труда в государственных (муниципальных) учреждениях на 2012 - 2018 годы: распоряжение Правительства Российской Федерации от 26.11.2012 № 2190-р [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – URL: <http://www.consultant.ru/online> (Дата обращения 15.12.2016).

3. Богданова М.М., Польгейм Я.В. Эффективный контракт как основа формирования новой системы оплаты труда / М.М. Богданова, Я.В. Польгейм // Инновационные процессы в условия глобализации мировой экономики: проблемы, тенденции, перспективы» (IPEG-2017): сборник научных трудов / под ред. П.А. Неверова, Б.А. Аманжоловой – Прага. Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2017. – С.17-22.

ИЗМЕНЕНИЯ В УЧЕТЕ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В СВЯЗИ С ПЕРЕХОДОМ НА ФЕДЕРАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ

Попова Ольга Сергеевна, студент

*Научный руководитель: Белокуренько Наталья Сергеевна,
Алтайский государственный аграрный университет, 656000, г. Барнаул,
пр-т Красноармейский, 98, Россия
E-mail: olya2007p@gmail.com*

Аннотация: В процессе исследования данной темы были рассмотрены различия ПБУ 6/01 «Учет основных средств» и ФСБУ «Основные средства», а именно проведен анализ методики отражения основных средств в бухгалтерском учете в соответствии с МСФО. Федеральный стандарт бухгалтерского учета (ФСБУ) №1 «Основные средства» станет обязательным в 2018 году (добровольно организации могут применять его уже в 2017 году - сразу после официальной публикации). В ходе исследования применялись общенаучные и частнонаучные методы (системный метод, синтез и анализ, метод аналогии и сравнения).

Ключевые слова: Учет, основные средства, амортизация, неамортизируемая величина, биологические активы.

С 2013 года Минфин России ведет разработку федеральных стандартов бухгалтерского учета. До этого периода и по настоящее время действуют Положения по бухгалтерскому учету. На сегодняшний день Минфин подготовил несколько проектов федеральных стандартов, затрагивающих вопросы учета по многим направлениям [1].

Проект ФСБУ, по аналогии с ПБУ 6/01, не дает определения основных средств, дает лишь ссылку на то, что основными средствами являются активы, характеризующиеся совокупностью признаков. При этом в ФСБУ появляются новые критерии, а именно: объект имеет материально-вещественную форму; сумма понесенных затрат, связанных с основными средствами, может быть определена. При этом делается акцент на то, что если актив характеризуется совокупностью вышеуказанных признаков, но не является полностью готовым (завершенным) для использования, он признается основным средством, даже если находится в незавершенном состоянии на любой стадии создания (строительства, сооружения, изготовления). В настоящее время объект принимается к учету по факту приведения его в состояние, пригодное для использования [3]. Стоимостный критерий в проекте отсутствует. Но здесь речь идет о «существенной стоимости» [2]. Таким образом, организации смогут назначить лимит стоимости основных средств равный, например, 100 тыс. рублей, тем самым сравнить его с налоговым учетом.

Нормы ФСБУ «Основные средства» не будут распространяться на некоторые объекты учета [2]: недвижимость, предназначенная для сдачи в аренду и др.

Новым для бухгалтеров является и то, что объект учета в качестве основного средства определяется вне зависимости от возможности его физического обособления от других объектов. Проект ФСБУ выделяет следующие единицы учета основных средств [2]: физически обособленные объекты; запчасти и другие элементы физически обособленных объектов, подлежащие замене через продолжительные периоды; плановые ремонты, проводимые через продолжительные периоды; техосмотры и техобслуживание, проводимые через продолжительный период времени; иные объекты. Если в отношении первых двух объектов можно установить аналогию с действующим ПБУ 6/01, то в отношении плановых ремонтов и техосмотров действующее законодательство предполагает капитализацию затрат на эти мероприятия, но только в случае улучшения ранее принятых характеристик имеющихся объектов.

Пункт 8 проекта ФСБУ предлагает признавать основное средство в качестве актива в тот момент времени, когда организацией понесены затраты, связанные с приобретением этого основного средства. Фактические затраты на приобретение в проекте те же, что и в ПБУ 6/01, но выделен новый пункт о том, что в себестоимость основных средств включается величина оценочного обязательства по демонтажу, утилизации имущества и восстановлению окружающей среды на занимаемом им участке, возникшего у организации в связи с получением ею основных средств. Оценочное обязательство отражается на счете 96 "Резервы предстоящих расходов".

Предусмотрена проектом ФСБУ и переоценка основных средств. В отношении каждой группы основных средств организация может их переоценивать или не переоценивать. В первом случае балансовая стоимость переоцениваемых объектов приводится к их рыночной стоимости. В российской практике действует методика, согласно которой переоценке подвергается первоначальная стоимость, которая затем должна быть уменьшена на скорректированную с аналогичным коэффициентом амортизацию. В результате рыночную (восстановительную) стоимость объекта уменьшают на сумму скорректированной амортизации. Но ведь рыночной стоимости уже учитывает степень устаревания объекта. Допустим, предприятие приобрело холодильное оборудование в 2010 году со сроком полезного использования 7 лет. В 2017 году остаточная стоимость объекта составит 0 рублей. Хотя объект продолжает эксплуатироваться. По проекту ФСБУ данный объект будет учтен по рыночной стоимости (например, 50 000 руб.).

Суммы переоценки согласно проекта ФСБУ относят на финансовые результаты, вариант отнесения на добавочный капитал, как принято в настоящее время, не рассматривается.

В проекте ФСБУ представлены те же способы начисления амортизации, что и в ПБУ 6/01. При этом вводится новое для российской практики понятие «неамортизируемая величина». Нами разработана ситуация расчета

амортизации линейным способом. Согласно ПБУ 6/01 амортизируется вся первоначальная стоимость объекта, тогда как по проекту – за вычетом неамортизируемой величины. Сравним, какая ежемесячная сумма получится при действующем ПБУ 6/01 и какая при новом проекте ФСБУ.

Предположим, что организация ввела в эксплуатацию грузовой 16.09.2017 г. стоимостью 2 300 000 руб. Срок полезного использования – 8 лет. Применяя линейный способ расчета амортизации ПБУ 6/01, получим: норма амортизации: $1/8 = 0,125$ (12,5%), годовая сумма амортизации будет $= 2\,300\,000 * 12,5\% = 287\,500$ руб., ежемесячная сумма амортизации составит $287\,500 / 12 = 23\,958,33$ руб. Причем амортизация будет начисляться с 1 октября 2017 г.

Применяя линейный способ расчета амортизации проекта ФСБУ, получим за 2017 год: норма амортизации: $1/8 = 0,125$ (12,5%), годовая сумма амортизации составит $(2\,300\,000 - 230\,000) * 12,5\% = 258\,750$ руб., ежемесячная сумма амортизации будет $258\,750 / 12 = 21\,562,5$ руб. При использовании норм ФСБУ амортизация начнет начисляться с 16.09.2017 г.

Неамортизируемая величина определяется на основании опыта прошлой хозяйственной жизни или экспертным путем. Пока проект ФСБУ не принят, четких разъяснений на этот счет нет.

В проекте ФСБУ «Основные средства» наблюдается конкретизация некоторых аспектов по учету основных средств, позволяющих привести в соответствие нормативно-правовые акты бухгалтерского и налогового учета.

Список использованных источников:

1. Программа разработки федеральных стандартов бухгалтерского учета на 2016-2018 гг. // Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс] // URL: <http://www.minfin.ru>

2. Федеральный стандарт бухгалтерского учета «Основные средства» (проект) // Официальный сайт Фонда развития бухгалтерского учета «Национальный негосударственный регулятор бухгалтерского учета «Бухгалтерский методологический центр» [Электронный ресурс] // URL: <http://bmcenter.ru/>

3. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01. Утверждено приказом Министерства финансов Российской Федерации от 30.03.2001 №26н (ред. от 16.05.2016) [Электронный ресурс] // URL: <http://consultant.ru>

ФИНАНСОВЫЕ МОДЕЛИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ НАКЛАДНЫХ РАСХОДОВ

Рассадина Татьяна Юрьевна, студент

*Научный руководитель: Гудович Галина Константиновна, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Липецкий филиал, 398050, г. Липецк, ул. Интернациональная, 12б, Россия
E-mail: maru.rt@mail.ru*

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы выбора оптимальной базы распределения накладных расходов на основе финансовых моделей.

Ключевые слова: накладные расходы, база распределения, финансовая модель.

Выбор базы распределения накладных расходов является важным решением для предприятия и определяет дальнейшее формирование себестоимости производимой продукции. Для упрощения расчетов и быстроты принятия решения можно использовать созданную с использованием программы Excel пакета Office простую финансовую модель выбора базы распределения.

Под финансовой моделью в Excel принято понимать созданную при помощи Excel модель будущего или существующего проекта, или компании, которая дает возможность оценить изменение финансово-экономических характеристик эффективности проекта при изменении входящей информации. Модель должна показывать прогноз состояния проекта при принятии различных управленческих решений. Решение принимает определенное лицо, поэтому при создании модели всегда следует принимать во внимание, кто именно будет пользоваться результатами модели.

Финансовая модель включает в себя: 1. Входящие (исходные) сведения. 2. Расчетный алгоритм (формулы и макросы Excel). 3. Отчетные сведения.

Входящие сведения подразделяются на:

1) Изменяемые показатели – те характеристики, которыми пользователь модели будет управлять. В реальности это должны быть действительно те данные, которые можно менять: ассортимент выпуска продукции, стоимость, число нанимаемых работников и т.д.

2) Неизменные данные – это характеристики, которые для данной модели будут установлены условно постоянными. Как правило, это внешние для компании условия: курсы валют, цены поставщиков, уровень инфляции, необходимый объем вложений для рассматриваемого инвестиционного проекта и т.д.

Расчётные алгоритмы представляют собой формулы, макросы и промежуточные таблицы расчёта модели. Отчётные сведения предполагают собой готовую информацию для принятия решений, связанных с целью

моделирования. Это отчёты и отдельные финансово-экономические показатели, оформленные в наглядном для пользователя модели виде.

Приведенная финансовая модель объединяет две базы распределения накладных расходов: прямые расходы и заработную плату производственных рабочих. В модели они соответственно пронумерованы.

В таблице 1 модель представлена в формализованном виде. Исходными данными являются суммы прямых затрат, заработной платы производственных рабочих и общая сумма накладных расходов. Расчетный алгоритм представлен в формулах распределения накладных расходов и расчета себестоимости для каждой номенклатурной группы предприятия.

Таблица 1 – Финансовая модель сравнения сумм накладных расходов для разных баз распределения в формализованном виде

Номенклатурная группа	Сумма прямых затрат, руб.	Заработная плата производственных рабочих, руб.	Формула расчета накладных расходов для баз распределения		Себестоимость для баз распределения	
			1	2	1	2
Сокодержателеобразующие газированные напитки	5837805,46	35668,76	$SD\$13/SB\$13*B3$	$SE\$13/SC\$13*C3$	B3+ D3	B3+ E3
Спокойные жидкости	26790303,35	154955,29	$SD\$13/SB\$13*B4$	$SE\$13/SC\$13*C4$	B4+ D4	B4+ E4
Напитки ароматизированные газированные	5930255,80	56670,95	$SD\$13/SB\$13*B5$	$SE\$13/SC\$13*C5$	B5+ D5	B5+ E5
Минеральная вода 0,5 л. (стекло-бутылка)	199762,82	2606,54	$SD\$13/SB\$13*B6$	$SE\$13/SC\$13*C6$	B6+ D6	B6+ E6
Минеральная и питьевая вода 0,3 - 1,5 л. (ПЭТ-бутылка)	10606717,53	241889,73	$SD\$13/SB\$13*B7$	$SE\$13/SC\$13*C7$	B7+ D7	B7+ E7
Питьевая вода вода 5 л.	5408243,08	223621,95	$SD\$13/SB\$13*B8$	$SE\$13/SC\$13*C8$	B8+ D8	B8+ E8
Купаж ароматизированных напитков	1819324,10	70729,84	$SD\$13/SB\$13*B9$	$SE\$13/SC\$13*C9$	B9+ D9	B9+ E9
Купаж воды	285243,60	2436,83	$SD\$13/SB\$13*B10$	$SE\$13/SC\$13*C10$	B10+ D10	B10+ E10
Купаж чая, спокойные жидкости	14604161,07	220958,30	$SD\$13/SB\$13*B11$	$SE\$13/SC\$13*C11$	B11+ D11	B11+ E11
Купаж шорле	1135639,85	8056,45	$SD\$13/SB\$13*B12$	$SE\$13/SC\$13*C12$	B12+ D12	B12+ E12
Итого	72617456,66	1017594,64			СУМ M(F3 :F12)	СУ MM(G3:G 12)

После создания в формализованном виде необходимо тестирование работы модели. Для проверки правильности ее работы необходимо вставить таблицу в книгу Microsoft Excel, подставляя символ «=» в ячейках перед

формулами (рисунок 1). Затем происходит сравнение полученных данных с расчетами, проведенными ранее. Если данные совпадают, делается вывод о корректной работе модели и возможности ее применения для расчета накладных расходов с использованием других баз распределения.

	A	B	C	D	E	F	G
1	Номенклатурная группа	Сумма прямых затрат, руб.	Заработная плата производственных рабочих, руб.	Формула расчета накладных расходов для баз распределения		Себестоимость для баз распределения	
2				1	2	1	2
3	Сокодоержащие газированные напитки (шорле, газированный фрутомотив)	5837805,46	35668,76	1779855,32	776049,31	7617660,78	6613854,77
4	Спокойные жидкости (чай, негазированный фрутомотив, вода ароматизированная)	26790303,35	154955,29	8167943,30	3371380,06	34958246,65	30161683,41
5	Напитки ароматизированные газированные	5930255,80	56670,95	1808041,98	1232996,37	7738297,78	7163252,17
6	Минеральная вода 0,5 л. (стекло-бутылка)	199762,82	2606,54	60904,55	56710,79	260667,37	256473,61
7	Минеральная и питьевая вода 0,3 - 1,5 л. (ПЭТ-бутылка)	10606717,53	241889,73	3233821,82	5262822,67	13840539,35	15869540,20
8	Питьевая вода вода 5 л.	5408243,08	223621,95	1648888,49	4865368,48	7057131,57	10273611,56
9	Купаж ароматизированных напитков	1819324,10	70729,84	554683,38	1538877,26	2374007,48	3358201,36
10	Купаж воды	285243,60	2436,83	86966,30	53018,39	372209,90	338261,99
11	Купаж чай, спокойные жидкости	14604161,07	220958,30	4452579,65	4807415,14	19056740,72	19411576,21
12	Купаж шорле	1135639,85	8056,45	346238,78	175285,11	1481878,63	1310924,96
13	Итого	72617456,66	1017594,64	22139923,58	22139923,58	94757380,24	94757380,24

Рисунок 1 – Финансовая модель сравнения баз распределения накладных расходов

Подобная простая модель финансового планирования может быть удобна для быстрого сравнения различных баз распределения и принятия управленческих решений, касающихся выбора критерия распределения накладных расходов предприятием.

Пользователь модели может добавлять дополнительные базы распределения, сравнивать не только сумму накладных расходов и себестоимость продукции, но и ее изменение, удельный вес и другие связанные показатели.

Список использованных источников:

1. Сайт «Excel для финансиста» <http://finexcel.ru/> (дата обращения 27.03.2017)
2. Бюджетирование и управленческий учет // Электронный курс «Технология разработки финансовой модели и составления бюджетов» / Copyright. – М., cop. 2003-2014. www.bud-tech.ru

СУЩНОСТЬ И МЕТОДЫ АНАЛИЗА КАЧЕСТВА ПРИБЫЛИ

Хомутишникова Татьяна Андреевна, студент

*Научный руководитель: Гудович Галина Константиновна, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Липецкий филиал, 398050, г. Липецк, ул. Интернациональная, 126, Россия
E-mail: actuality-tanya@mail.ru*

Аннотация: В статье представлены сущность, основные аспекты качества прибыли по данным форм бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах, отчета о движении денежных средств и других форм, а также раскрыты основные методы анализа качества прибыли, характеристики и источники данных, необходимые для системы контроля и принятия управленческих решений.

Ключевые слова: качество прибыли, финансовый результат, рентабельность, бухгалтерский баланс, прибыль и убыток

В процессе эффективного финансового управления деятельностью и повышения результативности хозяйствующего субъекта применяется система информативных и ключевых показателей. Наиболее важными в данной системе являются показатели финансовых результатов, а среди них – показатели качества прибыли, которые используются как при формировании системы контроллинга, так и при обосновании эффективности реализуемых управленческих решений на предприятии.

На сегодняшний день во многих работах ученых и экономической литературе распространен термин «качество прибыли», но между тем отсутствует единообразное толкование данного определения. Так, по мнению Баканова М. И. и Мелетьева В. В. качество прибыли отражает, насколько для данной компании стабилен достигнутый уровень прибыли, а также степень использования хозяйственных резервов для его достижения [1, с. 33].

Ефимова О.В. и Мельник М.В. интерпретируют качество прибыли как фактор формирования показателей финансовых результатов, имеющих и не имеющих количественного измерения [2, с. 65].

С точки зрения других авторов, качество прибыли определяется как обобщенная характеристика структуры источников формирования прибыли организации [5, с. 89].

Исходя из приведенных определений, можно заметить, что одни авторы акцентируют внимание на количественных показателях качества прибыли, то другие связывают качество прибыли с формированием показателей финансовых результатов компании. В этой связи, возможно, дать комплексное, обобщенное понятие качеству прибыли, но при этом дополнив его еще двумя составляющими.

Во-первых, рост абсолютных показателей прибыли не всегда приводит к повышению результативности хозяйствующего субъекта. Наиболее важным тут является то, чтобы данный рост обеспечивал увеличение прибыли в расчете на каждый процент прироста выручки и иных доходов, а также расходов. Другими словами, чтобы достигался рост показателей рентабельности, которые характеризуют финансовую отдачу предпринимательской деятельности.

Во-вторых, наиболее объективно характеризует финансовый результат - чистый приток (отток) денежных средств, который отражает разность между сальдо денежных средств на начало и конец анализируемого периода по данным формы 1 «Бухгалтерский баланс». Связано это с тем, что данные формы 2 «Отчет о финансовых результатах» не позволяют определить и оценить получение доходов в денежной форме или расходование денежных средств за анализируемый период, поскольку построены по методу начисления. Одновременно с этим в «Отчете о движении денежных средств», данные которого сформированы кассовым методом, имеется информация о денежных потоках, но на основе данных только этой формы, у аналитика отсутствует возможность оценки характера их влияния на финансовые результаты деятельности организации. Соединив информацию трех форм, появляется возможность изучения степени влияния различных активов на конечный финансовый результат через движение денежных средств.

Таким образом, под качеством прибыли необходимо понимать характеристику состояния достигнутых финансовых результатов деятельности организации, формируемую на основе критериев стабильности и устойчивости прироста различных видов прибыли, соотношения чистой прибыли и чистого денежного притока, а также финансовой отдачи предпринимательской деятельности компании.

Опираясь на изложенные положения, можно с уверенностью сказать, что важнейшим средством оценки качества прибыли и финансовых результатов хозяйствующего субъекта, является анализ бухгалтерской финансовой отчетности. В ней отражается вся информация о финансовом состоянии компании, использовании и распределении финансовых ресурсов, состоянии основных и оборотных средств, дебиторской и кредиторской задолженности, а также наличие и движение собственного и заемного капитала, и т. д. Обработка всей финансовой информации предполагает проведение диагностики и анализа, а также мониторинга. С помощью анализа можно определить основные причины, которые оказывают непосредственное влияние на изменение финансового состояния предприятия, и своевременно разработать рекомендации по повышению использования финансовых ресурсов.

Исходя из этого, представим методы анализа качества прибыли, а также источники необходимые для оценки (таблица 1).

Таблица 1 – Методы анализа качества прибыли

Характеристики качества прибыли	Методические инструменты и показатели	Источники
Устойчивость и прирост прибыли и доходов	Темп прироста прибыли > Темпа прироста доходов > Темпа прироста расходов	Отчет о финансовых результатах
Структура формирования прибыли	Доля прибыли от продажи и доля прибыли от прочей деятельности в сумме прибыли до налогообложения; доля чистой прибыли и доля начисленных налогов, уплачиваемых за счет чистой прибыли, в прибыли до налогообложения	Отчет о финансовых результатах» счет 99 «Прибыли и убытки»
Финансовая отдача предпринимательской деятельности	Показатели рентабельности	«Отчет о финансовых результатах»
Соотношение чистой прибыли и чистого денежного притока	Косвенный метод анализа движения денежных средств	Все формы БФО

Следует помнить, что помимо рассмотренных аналитических инструментов анализа качества прибыли, неотъемлемым элементом остается оценка достоверности информации, отражаемой в бухгалтерской отчетности. Изучение данного аспекта возможно в ходе обзорного экспресс - аудита форм бухгалтерской финансовой отчетности предприятия.

Список использованных источников:

1. Баканов М.И. Оценка качества прибыли торгового предприятия // Аудит и финансовый анализ. 2013. № 4. С.31 - 39.
2. Ефимова О.В. Анализ финансовой отчетности: учебник // О.В. Ефимова, М.В.Мельник. М.: Омега – Л. 2014. 451 с.
3. Зуева И.А., Колб А.А. Понятие финансового и экономического результата деятельности коммерческой организации и варианты его оценки/ Материалы Международной научно-практической конференции.2014. С. 68-73
4. Кривцова М.К. Характеристика показателей оценки финансовых результатов компании с ориентацией на эффективность возврата вложенного капитала // Векторы развития современной науки. 2015. №5.С. 135-137
- 5.Селезнева Н. Н. Финансовый анализ: учебник. М.: Проспект. 2013. 624 с.

ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕТА АРЕНДНЫХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Екатерина Анатольевна Чижова, студент

*Научный руководитель: Ларионова Ирина Александровна, Алтайский
государственный технический университет им. И.И. Ползунова,
656000, г. Барнаул, пр-т. Ленина, 46, Россия
E-mail: k.chizhova@mail.ru*

Аннотация: Статья посвящена учету арендных отношений в современных условиях. В статье показана актуальность выбранной темы для Алтайского края. Дано определение аренды и договора аренды, представлены виды аренды. Рассмотрен учет арендных отношений для арендатора и арендодателя.

Ключевые слова: аренда, договор аренды, арендные отношения, арендатор, арендодатель.

Арендные отношения имели и имеют большое значение в развитии экономики, как отдельного поселения, района, города, так и всего региона страны в целом. Возникнув около четырёх тысяч лет назад, они и в настоящее время определяют, регулируют социально – экономические взаимоотношения между собственниками и арендаторами.

Алтайский край в данном процессе не исключение, так как в силу обстоятельств его столица Барнаул – динамично развивающийся город, с вводом большого количества промышленных и торговых помещений. По этим показателям он входит в тройку лидеров в Сибирском регионе, а также в списке самых торговых – 17 городов России. Об этом свидетельствуют данные экономического исследования журнала Forbes.

Согласно данным издания, на каждую тысячу Барнаульцев приходится 880 торговых квадратов, что поднимает Барнаул на вторую строчку в указанном списке. Петербург занял 3-е место, Москва – 15-е. Лучше всего обеспечены магазинами жители Краснодара – там на каждую тысячу жителей приходится 1123 кв. метра торговых площадей. Из соседей по СФО в список вошли Новосибирск (6-е место и 500 кв. м.) и Омск (8-е место и 488 торговых квадратов). По словам экспертов, количество торговых объектов – это показатель, отражающий качество жизни в том или ином регионе.

Аренда – имущественный наем, основанный на договоре предоставления имущества во временное пользование за определенную плату. В зависимости от тех условий, которые определяют экономические отношения, аренда бывает – текущая и финансовой (лизинг).

Рассмотрим текущую аренду. Арендодатель сдает имущество в аренду, которое им не используется, арендатору во временное пользование для удовлетворения каких-либо потребностей. При этом стороны заключают

договор аренды и имущество передается по акту приема-передачи. Условия сделки четко прописываются в договоре аренды.

Финансовая аренда или лизинг – это вид инвестиционной деятельности, который направлен на приобретение арендодателем (лизингодателем) в собственность имущества у определенного продавца и передаче его арендатору (лизингополучателю) во временное владение и пользование за плату с правом выкупа. Предметом лизинга не могут выступать природные объекты.

При финансовом лизинге срок договора лизинга соизмерим по продолжительности с нормативным сроком службы лизингового имущества. Оперативный лизинг предполагает неоднократную передачу имущества во временное владение и пользование в течение нормативного срока его службы. При возвратном лизинге поставщик имущества одновременно выступает и как лизингополучатель.

Нормативно правовым актом для заключения договора аренды является ГК [1], в котором договору аренды посвящена отдельная глава (гл.34 «Аренда»), включающая в себя свыше шестидесяти статей. Формой взаимоотношений собственника (арендодателя) с арендатором является – договор. Это, не что иное, как соглашение имущественного найма, согласно которому от одного к другому передаётся имущество, помещение и т.д. за определённую плату.

В Алтайском крае такие отношения регулируются Постановлением Администрации Алтайского края №458 от 10 ноября 2006 года « О порядке расчёта арендной платы на территории г. Барнаула и крупных городов Алтайского края». Согласно данному постановлению расчёт арендной платы позволяет избежать разночтений и произвольного толкования расчётов руководителями предприятий подлежащих и пригодных под сдачу в аренду. Кроме того такой подход к вопросу о сдаче в аренду позволяет исключить коррупционную составляющую и позволяет предпринимателям планировать свою деятельность на срок заключения договора аренды.

У арендодателя учет основных средств в аренде ведется на счетах 01 «Основные средства» и 03 «Доходные вложения» по первоначальной стоимости [3]. Счет 01 выделен для всех основных средств (ОС), включая те, что находятся в аренде. Также в ПБУ 6/01 «Учет основных средств» указано, что основные средства, приобретенные с целью последующей передачи в аренду, считаются доходными вложениями, они учитываются на счете 03.

Доходы от аренды учитываются на счетах 90 «Продажи», если основной доход организации получен от сделок по аренде имущества, то его следует считать выручкой в виде арендных платежей.

Глава 21 НК РФ говорит о том, что доходы от арендной платы облагаются НДС. В случае, когда аренда является основным видом деятельности (или одним из основных), начисление НДС отражается на счете 90/3 (90/НДС). Согласно гл. 25 НК РФ, эти доходы являются основой налогооблагаемой базой по налогу на прибыль [2].

Таблица 1 – Бухгалтерские записи у арендодателя (основная деятельность)

Хозяйственные операции	Дебет	Кредит
Объект принят на учет по первоначальной стоимости	03 /1	08
Объект передан арендатору	03/2	03/1
Арендные платежи в составе выручки	62	90 / Выручка
Начислен НДС	90 / НДС	68
Амортизация объекта ДВ	20,26	02

Если же у организации есть другие направления (отличные от аренды), приносящие доход, то арендные платежи будут прочими доходами, и их учет будет вестись на счете 91 «Прочие доходы и расходы». При этом по Дт 91 начисляется амортизация и другие расходы, после того, как объект был передан в аренду, а по Кт 91 отражаются арендные платежи, так как это отвечает принципу соответствия доходов и расходов с учетом связи между ними. На счете 91/2 «Прочие расходы» отражается начисление НДС. Объект, переданный в аренду у арендатора, продолжает числиться как собственность арендодателя и учитывается на счете 01, на отдельном субсчете.

Таблица 2 – Бухгалтерские записи у арендодателя (прочий вид деятельности)

Хозяйственные операции	Дебет	Кредит
Объект передан арендатору	01 / ОС в аренде	01 / ОС в организации
Арендные платежи начислены	76	91 / Прочие доходы
Начислен НДС	91 / Прочие расходы	68
Амортизация объекта в аренде	91 / Прочие расходы	02

В настоящее время договором аренды часто предусмотрены авансовые арендные платежи, например, сразу за полгода. В этом случае такие платежи предварительно учитываются на счете 98 "Доходы будущих периодов", а затем равномерно включаются в состав доходов отчетного периода.

Арендатор самостоятельно ведет учет арендованных средств и арендных платежей, причитающихся к оплате. Он принимает арендованное у арендодателя имущество на счёт 001 "Арендованные основные средства" в оценке, указанной в договоре на аренду. Аналитический учёт ведется по арендодателям, по каждому объекту арендованных основных средств (по инвентарным номерам арендодателя).

В случае, когда арендная плата уплачивается ежемесячно, она учитывается на счетах учёта затрат или расходов на продажу. Сумма НДС, уплачиваемая в составе арендной платы, в данном случае может быть предъявлена к вычету при расчётах с бюджетом [2].

Таблица 3 – Учет аренды у арендатора

Хозяйственные операции	Дебет	Кредит
Согласно договору аренды по акту приема-передачи получено ОС	001	
Ежемесячное начисление арендных платежей согласно договору аренды	20, 26, 44, 91	60
Начислен НДС с сумм арендной платы	19	60
Перечисление арендных платежей на дату	60	51

выписки банка		
Отражен налоговый вычет по НДС	68	19
Отражены затраты на содержание и эксплуатацию арендованного имущества, в том числе, амортизация, ремонт и т.д.	20, 26, 44, 91	02,10, 60, 71
Отражается возврат имущества арендодателю		001

Таким образом, арендные отношения являются не только средством дополнительных доходов для арендодателя, но и необходимым средством функционирования для арендатора.

В связи с появившимися в России рыночными отношениями, организация учёта арендных отношений приобрело значительную роль, в силу возникновения многих вопросов как на стадии заключения договоров аренды, так и при регулировании арендных сделок с требованиями Налогового закона и бухгалтерского учёта. В силу этого имеются ряд особенностей отражения в учете данных операций.

Список использованных источников:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Федеральные законы от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ и от 26.01.1996 г. № 14-ФЗ (с изменениями и дополнениями).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая). Федеральный закон от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ.
3. Приказ Минфина РФ от 31 октября 2000 г. N 94н "Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению" (с изменениями и дополнениями)
4. <http://www.forbes.ru/>

ПРИНЯТИЕ КРАТКОСРОЧНЫХ РЕШЕНИЙ ПО ДАННЫМ БУХГАЛТЕРСКОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА

Яковлева Анна Игоревна, студент

*Научный руководитель: Гудович Галина Константиновна, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Липецкий филиал, 398050, г. Липецк, ул. Интернациональная, 12б, Россия
E-mail: anna.yakovleva.1996@bk.ru*

Аннотация: В статье рассмотрены основные аспекты принятия краткосрочных решений по данным бухгалтерского управленческого учета, в частности, их классификация и информационная база управленческих решений.

Ключевые слова: краткосрочные решения, бухгалтерский управленческий учет, организация, финансовая отчетность, учетная политика.

Проблема рассмотрения краткосрочных решений является более актуальной, чем проблема долгосрочных, так как в настоящее время все не долговечно, имеется жесткая конкуренция, которая с каждым днем имеет склонность к увеличению. От этой конкуренции не застрахован ни один бизнес, а если принимать долгосрочные решения при такой ситуации, то можно поплатиться своим бизнесом. Поэтому следует сначала разработать план на краткосрочный период, а потом уже переходить на долгосрочный.

Для принятия управленческих решений требуется высокий уровень профессионализма. Так же управленческое решение соответствует ряду принципов:

- 1) всестороннее обоснованность решения;
- 2) своевременность;
- 3) оптимальность и гибкость;
- 4) достаточная компетентность руководителей, принимающих управленческое решение;
- 5) согласованность с принятыми ранее решениями.

Улучшить процесс принятия решения могут современные средства оргтехники, включая вычислительные сети, которые требуют высокого уровня культуры в области математики и программирования, технологии использования технических средств. Процесс принятия и выбора конкретного варианта решения всегда будет иметь творческий характер, и зависеть от конкретной личности [1].

Виды управленческих решений классифицируются по субъекту и объекту управления, по предмету и времени принятия, а также по степени самостоятельности, обязательности и форме. Классификационный признак и группы принятия решений представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Классификационный признак и группы принятия решений

Классификационный признак	Группы управленческих решений
1. Решения по объекту управления (по кругу лиц).	- макросистема; - микросистема; - подсистемы соответствующих систем вплоть до отдельных исполнителей.
2. Решения по предмету (содержанию).	- организационные; - технические; - экономические; - социальные.
3. Решения по времени.	- перспективные (стратегические); - текущие; - оперативные.
4. Решения по степени самостоятельности.	- инициативные; - predetermined.
5. Решения по степени обязательности.	- обязательные; - рекомендательные.
6. Решения по предметной специализации.	- решения об объеме производства; - процедуры обоснования цен; - выбор производственной программы.
7. Решения по целеполаганию.	- стратегические; - тактические; - оперативные.

Из таблицы 1 можно сделать вывод, что существует множество решений по планированию деятельности организации. Решения бывают на макро и микроуровне, обязательные и рекомендательные, текущие и решения на перспективу. Каждый вид решения уникальный, как уникальна сама организация, которая нуждается в решении своих проблем. На основании этого для каждого вида управленческого решения существует определенная информационная база. Исследование существующих методик в области управленческого учета позволило сформировать основные элементы информационной базы. В таблице 2 представлены виды управленческих решений, и информационная база, с помощью которой обеспечивается выбор оптимального управленческого решения.

Таблица 2 – Информационная база для принятия управленческих решений

Вид управленческих решений	Информационная база
1. Тактические и оперативные решения.	Маржинальный подход: -общая сумма переменных затрат на какой-либо объем; -удельные переменные затраты на единицу продукции; -общая сумма маржинальной прибыли; -удельная маржинальная прибыль; -маржинальная рентабельность.
2. Решения об объеме производства.	CVP- анализ: - затраты; -объем деятельности; -операционная прибыль.

3.Обоснование решений по ценообразованию ниже себестоимости.	-объем продаж; -производственная себестоимость; -валовая прибыль; -коммерческие расходы; -прибыль от продаж.
4.Решение по производственному аутсорсингу: «покупать или производить».	- затраты на покупку; -затраты на производство; -основные материалы; -заработная плата производственных рабочих; -переменные косвенные расходы; -постоянные расходы.

Указанные в таблице 2 оперативные решения используются по текущей деятельности или с реализацией краткосрочных планов. Решение об объеме выпуска продукции так же является краткосрочным, так как такое решение уже предполагает наличие некоторого принятого раньше долгосрочного решения (например, решения о начале производства), более того организация обычно пренебрегает временными факторами при определении влияния изменении выпуска продукции на ее стоимость.

Таким образом, рассмотренная классификация управленческих решений, виды и информационная база для их реализации будут способствовать оптимальному решению управленческих задач.

Список использованных источников:

- 1.Каверина О.Д. Управленческий учет: приемы, методы, процедуры [Текст]: / О.Д.Каверина. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 285 с.
- 2.Строева Е. В. Разработка управленческих решений: Учебное пособие / Е.В. Строева, Е.В. Лаврова. - М.: НИЦ Инфра-М, 2013. - 128 с.

Подсекция 2
Совершенствование учетно-
аналитического

УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Гриценко Игорь Сергеевич, магистрант

*Научный руководитель: Богданова Марина Михайловна, кандидат
экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве
РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: igor.gritsenko2101@yandex.ru*

Аннотация: Учетная политика организации является важнейшим инструментом управления организацией, так как содержит в себе потенциал успешного развития компании. Грамотная разработка и реализация учетной политики способствуют достижению одной из основных целей предприятий - обеспечению долговременного и эффективного функционирования хозяйствующего субъекта за счет определенного, заранее объявленного регулирования затрат и результатов производственно-финансовой деятельности.

Ключевые слова: учетная политика, управление, бухгалтерский учет, налоговый учет.

Важнейшим элементом системы управления хозяйствующего субъекта должна быть учетная политика предприятия.

Формирование эффективной учетной политики дает широкие возможности финансового развития, удовлетворения информационно-управленческих потребностей собственников, а также недопущение отрицательных результатов финансово-хозяйственной деятельности, принятие обоснованных управленческих решений.

Основными документами, составляющими нормативно-правовую базу формирования учетной политики для целей бухгалтерского учета, являются:

- Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», принят Государственной Думой 22 ноября 2011 г.;
- Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» ПБУ 1/2008 (посл. ред. от 08.11.2010 в приказе № 144н).

Организация для осуществления постановки бухгалтерского учета, руководствуясь законодательством Российской Федерации о бухгалтерском учете и нормативными актами, самостоятельно формирует свою учетную политику, исходя из своей структуры, отраслевой принадлежности и других особенностей деятельности.

Под учетной политикой организации в ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» понимается принятая ею совокупность способов ведения бухгалтерского учета.

Учетная политика организации является мощным инструментом в управлении организацией, поэтому ее формированию и исполнению нужно

уделить большое внимание.

Наличие (принятие и формирование) учётной политики обязательно для организаций всех организационно-правовых форм.

Таким образом, учётная политика организации – это обязательный документ, принимаемый организацией, в котором в соответствии с действующим бухгалтерским законодательством закрепляются, «внутренние» правила (способы) ведения бухгалтерского учёта.

ПБУ 1/2008 «Учетная политика организации» устанавливает правила формирования и раскрытия учетной политики организаций.

Учетная политика организации формируется главным бухгалтером или иным лицом, на которое в соответствии с законодательством Российской Федерации возложено ведение бухгалтерского учета организации.

Изменения в учетной политике должны вводиться с 1 января года, следующего за годом утверждения и должны носить продуманный, обоснованный характер. По общему правилу учётная политика организации в течение отчётного периода изменению не подлежит.

На выбор и обоснование учетной политики организации влияют следующие факторы:

- организационно-правовая форма предприятия;
- отраслевая принадлежность или вид деятельности;
- объемы деятельности, структура организации, численность;
- порядок налогообложения организации (освобождение от различного вида налогов, ставки налогов);
- степень свободы действия в условиях рыночной экономики;
- цели и задачи экономического развития предприятия на долгосрочную перспективу, ожидаемые направления инвестиций, тактические подходы к решению перспективных задач;
- материальная база.

Только принятие во внимание всей совокупности факторов поможет правильно подойти к обоснованию учетной политики.

При формировании учетной политики предполагается, что:

- активы и обязательства организации существуют обособленно от активов и обязательств собственников этой организации и активов и обязательств других организаций (допущение имущественной обособленности);
- организация будет продолжать свою деятельность в обозримом будущем и у нее отсутствуют намерения и необходимость ликвидации или существенного сокращения деятельности;
- принятая организацией учетная политика применяется последовательно от одного отчетного года к другому;
- факты хозяйственной деятельности организации относятся к тому отчетному периоду, в котором они имели место.

Учетная политика организации должна отвечать следующим требованиям: полноты; своевременности; осмотрительности; приоритета содержания перед формой; непротиворечивости; рациональности.

Учётная политика организации в обязательном порядке должна содержать:

- рабочий план счетов бухгалтерского учёта, содержащий синтетические и аналитические счета;
- формы первичных учётных документов;
- порядок проведения инвентаризации активов и обязательств организации;
- методы оценки активов и обязательств;
- правила документооборота и технологию обработки учётной информации;
- порядок осуществления контроля хозяйственных операций;
- другие решения, необходимые для организации бухгалтерского учёта.

Учетная политика для целей налогового учета.

Понятие учётной политики для целей налогового учёта налоговое законодательство не определяет. Под учётной политикой для целей налогообложения следует понимать совокупность методов определения налоговой базы, исчисления и уплаты налогов.

Из положений НК РФ, наличие (принятие и формирование) учётной политики обязательно для всех налогоплательщиков.

Налоговое законодательство не содержит чётко закреплённого порядка формирования и применения учётной политики, но ряд положений НК РФ (в частности, ст. 167, 313 и 339) содержит отдельные правила, которыми руководствуются налогоплательщики при утверждении учётной политики для целей налогообложения [1].

Формирование учётной политики для целей налогового учёта, так же, как и для целей бухгалтерского учёта, должно осуществляться с учётом определённых принципов. Так, согласно статье 313 НК РФ, налоговый учёт организуется налогоплательщиком исходя из принципа последовательности применения норм и правил налогового учёта.

Учётная политика для целей налогообложения в обязательном порядке должна содержать элементы, наличие которых прямо предусмотрено законодательством о налогах и сборах.

Учётная политика организации, принимается организацией в виде отдельных положений, утверждаемых актом или актами (приказом, и пр.) руководителя организации.

Методы определения налоговой базы применяются с 1 января года, следующего за годом утверждения. Они применяются всеми филиалами, представительствами и иными подразделениями организации (включая выделенные на отдельный баланс) независимо от их места нахождения. При этом необходимо недопустимо осуществлять расчёты каких-либо показателей отдельно по каждому подразделению и головной организации.

Вновь созданная организация оформляет избранную учётную политику не позднее окончания первого налогового периода по налогам, в отношении которых налоговый период установлен менее календарного года (например, НДС), и не позднее первого отчётного периода по налогам, в отношении которых налоговый период определён как календарный год.

Формирование учётной политики осуществляется с учётом принципа последовательности применения норм и правил налогового учёта.

В связи с указанными обстоятельствами принятие и утверждение учётной политики организации (при условии отсутствия внесения в неё каких-либо изменений или дополнений) может осуществляться один раз.

Другими словами, принятие учётной политики, оформленной и утверждённой в указанном порядке (в указанных условиях), на каждый календарный год не требуется.

Принятая учётная политика должна обеспечивать формирование полной и достоверной информации о порядке учёта для целей налогообложения хозяйственных операций, осуществлённых налогоплательщиком в течение отчётного (налогового) периода, а также обеспечивать информацией внутренних и внешних пользователей для контроля правильности, полноты и своевременности исчисления и уплаты налогов в бюджет.

Изменение учётной политики организации допускается только по основаниям и в порядке, установленным законодательством.

Изменение учётной политики может производиться в случае:

- изменения законодательства России о налогах и сборах;
- изменение налогоплательщиком методов учёта.

Изменение учётной политики вводится:

- при изменении применяемых методов учёта: с начала нового календарного года – для целей НДС, с начала нового налогового периода - для целей иных налогов;

- при изменении законодательства о налогах и сборах – не ранее чем с момента вступления в силу изменений норм указанного законодательства.

В случае если налогоплательщик начал осуществлять новые виды деятельности, он обязан определить и отразить в учётной политике для целей налогообложения принципы и порядок отражения этих видов деятельности для целей налогообложения.

Таким образом, учетная политика имеет очень важное значение как для самой организации, так и для внешних пользователей (государства в лице налоговых органов). Четко и грамотно составленная учетная политика считается показателем высокой бухгалтерской квалификации.

Список использованных источников:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая : федер. закон от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ (в ред. от 29 декабря 2014 г. № 477-ФЗ) // «Консультант Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/online>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения 10.01.2017).

2. Российская Федерация. Законы. О бухгалтерском учете : федер. закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ. // «Консультант Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/online>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения 10.01.2017).

3. Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика

организации» ПБУ 1/2008 (посл. ред. от 08.11.2010 в приказе № 144н) // «Консультант Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru/online>, свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения 10.01.2017).

АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СУБЪЕКТА

Кобзева Анна Сергеевна, магистрант

*Научный руководитель: Чугаева Тамара Дмитриевна, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: TDCNugaeva@fa.ru*

Аннотация: В данной статье предложены подходы к формированию методики проведения экономического анализа для субъектов малого предпринимательства.

Ключевые слова: экономический анализ, методика анализа, малый бизнес.

В рыночных условиях хозяйствования экономический анализ занимает одно из ведущих мест в управлении предприятием, что обусловлено, в первую очередь, необходимостью повышения эффективности производства для приумножения капитала собственников. Указанную цель можно достичь при условии постоянного контроля и анализа эффективности деятельности экономического субъекта в целом и его хозяйственных процессов в частности. В связи с этим возникает необходимость в разработке и совершенствовании методик экономического анализа деятельности хозяйствующего субъекта, позволяющих выявлять факторы, влияющие на результаты работы компании, всесторонне оценивать ее экономическое положение и перспективы развития.

Экономический анализ, как одна из функций управляющей системы, оценивает влияние различных факторов, как внутренних, так и внешних, на состояние экономики организации, определяет общие тенденции развития экономических процессов. Анализ предусматривает проверку выполнения плана по всем показателям, оперативно выявляет причины отклонения от планов и определяет пути их устранения [2, с. 69].

Поскольку в современной экономике каждый хозяйствующий субъект стремится к повышению эффективности своей деятельности, важно при этом правильно определить критерии и систему показателей для оценки ее уровня. В общем случае основным показателем эффективности деятельности хозяйствующего субъекта является финансовый результат, который отражается в Отчете о финансовых результатах организации.

Обзор научной литературы по исследуемой проблеме показал, что взгляды современных авторов на проведение анализа хозяйственных процессов экономического субъекта в основном совпадают, но критерии для его оценки используются разные.

Рассмотрение в экономической литературе разных подходов к проведению анализа финансовых результатов деятельности компании,

позволило автору предложить следующие этапы проведения комплексного анализа финансовых результатов для субъектов малого предпринимательства (рисунок 1) [3, с. 15; 4, с. 14].

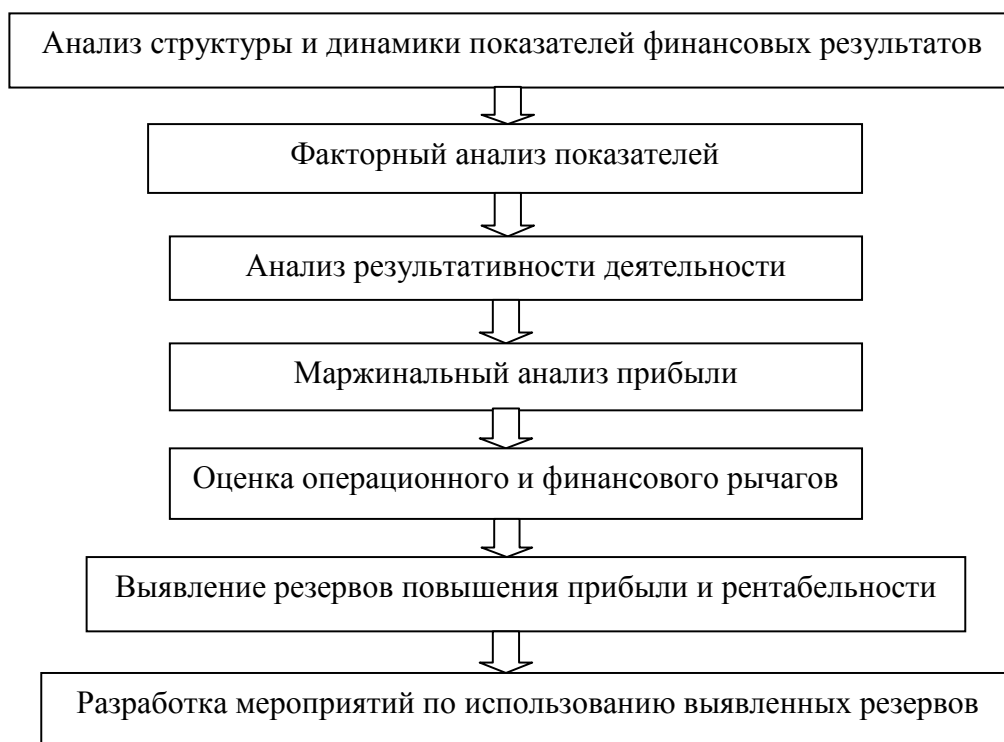


Рисунок 1 - Методика комплексного анализа финансовых результатов для субъектов малого предпринимательства

Анализ следует начинать с обобщенных показателей деятельности экономических субъектов, таких как величина чистой прибыли. Организации важно не только получить наибольшую величину прибыли, но и рационально использовать остающуюся в распоряжении предприятия, обеспечивая при этом оптимальное соотношение темпов научно-технического, производственного и социального воспроизводства.

В первую очередь изучается динамика и структура показателей прибыли, а также проводится факторный анализ влияния различных факторов на изменение величины рассматриваемых показателей.

Далее проводится детальный анализ финансовых результатов на основе углубленного изучения частных показателей и выявления резервов роста прибыли. В первую очередь, изучается формирование прибыли от продаж, поскольку она занимает наибольший удельный вес в структуре прибыли, определяются и оцениваются факторы, оказавшие на нее влияние, выявляются резервы роста прибыли.

Относительным показателем доходности компании является рентабельность деятельности. При его помощи можно оценить эффективность управления предприятием, так как получение высокой прибыли во многом зависит от правильности и рациональности принимаемых управленческих

решений. Поэтому рентабельность можно рассматривать как один из критериев качества управления [1, с. 30].

Чтобы обеспечить стабильный рост прибыли, необходимо постоянно искать резервы ее увеличения, которые достигаются за счет: роста объема реализации продукции, уменьшения затрат на ее производство и реализацию, снижения цен на продукцию, улучшения качества продукции, внедрения нового вида продукции и др.

Таким образом, анализ хозяйственных процессов экономического субъекта дает возможность оценить уровень финансово-экономического потенциала предприятия, определить слабые места в его деятельности и, при необходимости, разработать комплекс мероприятий по стабилизации его состояния. Результаты такого анализа интересны как менеджерам компании, так и внешним пользователям, таким как банки, инвесторы и клиенты для оценки надежности партнера и перспектив его развития.

Список использованных источников:

1. Колачева Н.В. Финансовый результат предприятия как объект оценки и анализа/ Н.В. Колачева, Н.Н. Быкова// Вестник НГИЭИ. - 2015. - № 1 (44). С. 29-36.
2. Милета Е. А. Сущность и роль экономического анализа в обеспечении эффективности деятельности предприятия/ Е. А. Милета, В.Н. Елисеева// Социальные науки. - 2015. - № 1-1 (4). С. 68-71.
3. Савицкая Г.В. Показатели финансовой эффективности предпринимательской деятельности: обоснование и методика расчета/ Г. В. Савицкая// Экономический анализ: теория и практика. - 2012. - № 39 (294). С. 14-22.
4. Экономический анализ хозяйственной деятельности: теория и практика: учебное пособие / Т.Д. Чугаева. – Барнаул: ИП Колмогоров И.А., 2013. – 156 с.

ФОРМИРОВАНИЕ СТАНДАРТОВ И РЕГЛАМЕНТОВ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

*Косёнкова Полина Андреевна, магистрант,
Левичева Светлана Викторовна, кандидат экономических наук, доцент,
Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал,
656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: SVLevicheva@fa.ru*

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы стандартизации управленческого учета внешней и внутренней, представлены требования к регламентации системы управленческого учета в организации.

Ключевые слова: система управленческого учета, управленческий учет, стандарты управленческого учета, регламенты управленческого учета.

Главной целью создания управленческого учета в коммерческой организации является снабжение руководителей значимой информацией для принятия решений и эффективного управления предприятием. Управленческий учёт на предприятии позволяет:

- оценить результаты работы отдельных центров ответственности;
- осуществлять контроль за издержками путём их учёта по видам и центрам затрат;
- собрать статистику о доходах, а также расходах предприятия в определённом разрезе и выявить общие тенденции;
- вести оперативный учёт расчётов с отдельными контрагентами.

Управленческий учёт направлен на обеспечение внутренних пользователей информации об эффективности производства. Роль его в том, чтобы обеспечить упорядоченную деятельность подразделений и предприятия в целом при помощи экономических показателей и смет.

Для того, чтобы система управленческого учёта эффективно функционировала необходимо разработать и утвердить на предприятии систему стандартов управленческого учёта. Процесс стандартизации осуществляется как за пределами, так и внутри коммерческой организации. Следовательно, необходимо различать такие виды стандартов как внутренние и внешние.

В мировой практике известны примеры внешней стандартизации в области управленческого учёта. В США создание стандартов по управленческому учёту осуществляется с 1970-х годов институтом управленческого учёта. На сегодняшний день их разработано около 60. Они носят рекомендательный характер, основная цель – эффективность управления бизнесом. Профессиональный Институт управленческих бухгалтеров США разработал пять групп стандартов: цели управленческого учета; терминология; концепции; практика и технология (методология); управление учетными

процессами.

В целях выражения содержания управленческого учета на уровне экономического субъекта необходимо определить формы представления его положений. Такой формой представления положений управленческого учета, по нашему мнению, является система стандартов и регламентов управленческого учета, разрабатываемая и реализуемая на уровне экономического субъекта.

При разработке внутренних стандартов не следует отказываться от детального описания предмета учетных операций, нестандартных ситуаций, приведения примеров. Чем четче и подробней будет описан учетный процесс, тем меньше будет возникать проблемных ситуаций в процессе эксплуатации стандартов управленческого учета.

Прежде всего, разработчикам системы управленческого учета необходимо определить, для чего, с какой целью внедряется управленческий учет? Какие задачи предполагается решать с его помощью? Вариантов ответа много: управление затратами; контроль денежных потоков; управление оборотными средствами; повышение отдачи от вложенного капитала; планирование рациональной загрузки оборудования; контроль дебиторской задолженности и др. На практике возможны различные комбинации этих ответов. В зависимости от поставленных целей будут очерчены контуры системы управленческого учета.

При разработке нормативных документов управленческого учета предприятия принимаются во внимание особенности его хозяйственной деятельности и организация управленческих процессов.

В ходе разработки стандартов, кроме общих правил, необходимо создание внутреннего регламента управленческого учета. Регламентация управленческого учёта имеет очень важное значение, поэтому этому процессу необходимо уделять достаточное количество внимания как на этапе разработки, так и в процессе использования. Функции регламента должны выполняться чётко и оперативно. Только в таком случае механизм управленческого учёта принесёт практическую пользу от данной системы.

В каждой компании могут быть различные требования к регламенту управленческого учёта. Они должны быть зарегистрированы в Концепции управленческого учёта. Пример основных требований к регламенту управленческого учета:

- комплексность;
- удобство в использовании;
- понятное изложение материала для всех участников процесса управленческого учета;
- наличие всех основных видов описания процессов;
- привязка регламента к действующей информационной системе.

Весь учетный процесс должен быть достаточно подробно прописан в Положении об управленческом учете. Но при этом данный регламент должен быть удобным в использовании для всех пользователей системы

управленческого учета.

Основным документом, регламентирующим процесс управленческого учета, является Положение об управленческом учете. Понятно, что дело не в названии регламента, а в его содержании. Конечно же, каждая компания может разрабатывать свой стандарт такого регламента, поэтому Положение об управленческом учете в одной компании по составу разделов может отличаться от другой компании. Тем не менее есть ряд минимальных требований к содержанию регламента управленческого учета (рисунок 1).

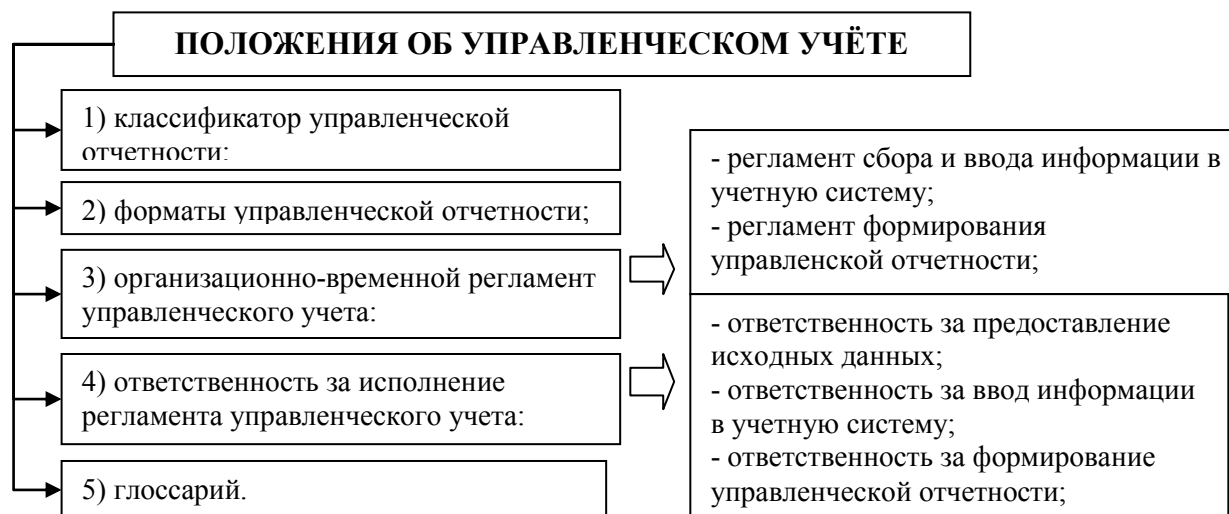


Рисунок 1 – Содержание Положения об управленческом учёте

Для того чтобы обеспечить четкое выполнение регламента управленческого учета, необходимо ввести реальную ответственность за его исполнение. В системе управленческого учета можно выделить три уровня ответственности за исполнение регламента управленческого учета:

1. Ответственность за предоставление исходных данных.
2. Ответственность за ввод данных в учетную систему.
3. Ответственность за формирование управленческой отчетности.

При правильном подходе к выполнению проекта по постановке управленческого учета вполне реально разработать действительно согласованный и работоспособный регламент.

Только на основе такого подхода можно построить систему управленческого учета коммерческой организации, реально обеспечивающую как менеджмент среднего звена компании, так и руководителей высшего звена управления предприятия необходимой и адекватной управленческой информацией.

Напротив, если предприятия не утверждают стандарты учета или более того, ведут учет без какого-либо нормативно утвержденного порядка, говорить об эффективной системе управленческого учета коммерческой организации не приходится.

Таким образом, разработка регламентов в части управленческого учёта не только возможно, но и приносит большую пользу специалистам.

Список использованных источников:

1. Булгакова, С.В. Система внутриорганизационных стандартов и регламентов управленческого учёта [Текст] / Булгакова С. В. // Воронежский государственный университет. – 2014. - № 26. – С. 35-44.
2. Хисамутдинова, С.И. Современные системы управленческого учета: бережливый учет [Текст] / С.И. Хисамутдинова, З.А. Гареева // Современные тенденции в экономике и финансах: межвузовский сборник научных трудов по материалам II Всероссийской заочной научно-практической Интернет-конференции. – 2012.
3. Шешукова, Д.Д. Управленческий учёт в системе контроллинга [Текст] / Д.Д. Шешукова, Т.Г. Шешукова // Пермский государственный национальный исследовательский университет. – 2014.

ПРОХОЖДЕНИЕ АУДИТА ОТЧЕТНОСТИ ПО МСФО.

Мерзлякова Марина Михайловна, магистрант
Глубокова Людмила Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент,
Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал,
656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: LGGlubokova@fa.ru

Аннотация: В статье рассмотрена роль прохождения аудита финансовой отчетности в соответствии с МСФО. Проанализированы этапы прохождения аудита первый раз. Первый этап состоит в получении дополнительных сведений, необходимых для осуществления аудита. Второй этап выбор аудитора. Третий этап предполагает внесение корректировок, которые способствуют устранению выявленных нарушений и избежания штрафных санкции.

Ключевые слова: МСФО-международные стандарты финансовой отчетности, РСБУ-российские стандарты бухгалтерского учета, аудит, финансовая отчетность.

В условиях современной экономической ситуации предприятиям важно пройти аудит в соответствии с МСФО и найти оптимальную проверяющую компанию, которая даст грамотное заключение, соответствующее особенностям его деятельности. Для российских предприятий основным критерием является финансовый вопрос подготовки к аудиту по МСФО, он требует больших материальных затрат.

Как компании пройти аудит по международным стандартам финансовой отчетности? Опыт прохождения небольшой и при этом есть значительные трудности. Отчетность улучшается год от года, и аудитор привносит что-то новое и важное. К тому же международные стандарты постоянно меняются, улучшаются, появляются новые.

Чем известнее, крупнее и опытнее аудиторская компания, тем более консервативный и менее гибкий у нее подход к проверке компаний.

Как работать с первым аудитором. Общий подход к проведению проверки у аудиторских компаний, которые работают по стандартам МСФО, приблизительно одинаковый. Кто-то из них предпочитает более консервативный подход, кто-то ищет нестандартные решения и является более либеральным или прогрессивным проверяющим.

Не уложившись в указанные сроки, можно заплатить большие штрафы за нарушения, поэтому нужно приложить все усилия, чтобы соблюсти сроки и избежать санкций.

Строгий надзор за соблюдением вышеупомянутых законов и положений ведется несколькими органами, в том числе самой фондовой биржей и Департаментом допуска на финансовый рынок Центрального банка Российской Федерации. Аудит и аудиторский обзор имеют очень важное значение для

нормальной полноценной работы как обычного отдельного предприятия, так и группы предприятий.

Проаудированная консолидированная финансовая отчетность по международным стандартам пользуется большим спросом у заинтересованных в ней физических и юридических лиц, а именно у руководства всех уровней, министерств и ведомств, банков, финансовых организаций.

Рассмотрим некоторые важные моменты прохождения аудиторской проверки, которые позволят быстро, эффективно и экономно преодолеть возможные трудности, получить аудиторское заключение, рекомендации, консультации и другие услуги, а главное – обрести уверенность, что деятельность предприятия ведется в соответствии с нашим законодательством и что подготовленная консолидированная финансовая отчетность достоверно отражает текущее состояние дел всей группы.

Начнем с выбора аудиторской компании. Это дело непростое, к тому же от него зависит, как пойдет ваше дальнейшее общение, сама проверка и к каким совместным результатам вы придете.

Сейчас очень много аудиторских компаний на рынке услуг предлагают аудит по международным стандартам и данная услуга довольно востребована в стране. Однако запросы предложений для проведения конкурса позволяют сделать вывод, что не все компании действительно имеют достаточно опыта и ресурсов для проведения полноценного аудита по МСФО.

У многих компаний упрощенный взгляд на соответствие стандартам, и их аудит по МСФО часто рискует стать просто некой проверкой, просмотром первичной документации. Поэтому лучше выбирать компанию из первой пятерки рейтинга компаний, работающих в сфере услуг именно по МСФО.

Если корпорация является акционерным обществом со 100-процентным капиталом Российской Федерации и конечной контролирующей стороной компании является Правительство Российской Федерации в лице Федерального агентства по управлению государственным имуществом, обязаны выполнять требования закона и проводить конкурс при совершении закупок, в том числе закупок услуг аудита и консалтинга. При закупке товаров, работ и услуг, как заказчик, руководствуемся Конституцией Российской Федерации, Гражданским кодексом Российской Федерации и другими федеральными законами и нормативными правовыми актами Российской Федерации, регулирующими отношения в сфере закупок товаров, работ, услуг, а также положением, которое разработано для собственных нужд корпорации.

При выборе аудитора следует хорошо понимать, что хотите получить в итоге, какое качество услуги, какие консультации, в какие сроки, то есть надо ясно осознавать и обозначить конечную цель выбора для полноценного осуществления проекта. Конечно, очень важно, чтобы сложился и простой человеческий контакт как с руководством, так и с рядовым составом, потому что команде аудиторов придется очень много работать и общаться с сотрудниками предприятия — скорее всего, в очень сжатые сроки. Поэтому, важен уровень не только аудиторской компании вообще, но и уровень рядовых сотрудников команды. Они должны обладать определенным образованием,

опытом и профессионализмом. Это также поможет успешно преодолеть отбор всех комиссий, в том числе и строгих закупочных комиссий государственных предприятий.

Также при выборе аудитора одним из важных вопросов является наличие у аудиторской компании достаточного количества филиалов и представительств в нашей стране, особенно в известных промышленных регионах, а также за рубежом.

На этапе определения стоимости аудита важно не занижить цену услуги, чтобы потом не пострадало качество. Аудитор должен обеспечить процесс ресурсами. Конечно, мы хотим видеть команду, состоящую из квалифицированных и сертифицированных кадров международного уровня, и нам не надо, чтобы проверку провели малоопытные стажеры, а менеджер просто подписал аудиторское заключение. Поэтому еще на стадии запроса коммерческого предложения надо указывать ваши требования к опыту и квалификации аудиторов, которые будут заняты в проекте. Более опытные аудиторы обычно работают эффективнее, чем стажеры, в связи с чем и работы по аудиторской проверке могут быть сделаны быстрее, что очень важно для соблюдения сжатых сроков публикации консолидированной финансовой отчетности.

Как правило, аудиторская проверка состоит из выездной части, части проверки трансформации и консолидации, части формирования финального отчета и этапа формирования заключения. Для значительного снижения стоимости аудита можно сократить до минимума этап выездных проверок на предприятиях в городах России, где нет представительств аудиторской компании, и длительность таких командировок.

В итоге правильно проведенный аудит по международным стандартам — это не просто проверка. Это некий залог стабильности и надежности предприятия не только для владельцев и руководства, но и для внешних пользователей и потенциальных контрагентов, клиентов и финансовых институтов, а также подтверждение текущего статуса и новые возможности в деле формирования позитивного имиджа предприятия в целом как на внутреннем, так и на внешнем рынке.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 26.12.1995 г. N 208-ФЗ «Об акционерных обществах».
2. Федеральный закон от 30 декабря 2008 г. № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности».
3. Федеральный закон от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц».
4. Протокол Совета по аудиторской деятельности при Минфине России от 19.09.2013 N 10 (Извлечение).

5. Положение о раскрытии информации эмитентами эмиссионных ценных бумаг (утв. Банком России 30.12.2014 N 454-П) (ред. от 01.04.2016) (Зарегистрировано в Минюсте России 12.02.2015 N 35989).

6. Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru/>.

7. Официальный сайт Минфина России [Электронный ресурс]. <http://minfin.ru/ru/>.

СЕКЦИЯ 5

Совершенствование управления
организациями и предприятиями

ОСОБЕННОСТИ ЗАРУБЕЖНЫХ МОДЕЛЕЙ МЕНЕДЖМЕНТА

Афоникова Анастасия Владимировна, студент,

Астахова Кристина Руслановна, студент

Научный руководитель: Кулакова Надежда Николаевна

Финансовый университет при Правительстве РФ, Калужский филиал,

248016, г. Калуга, ул. Чижевского, д. 17, Россия

E-mail: nadezhda-kulakov@mail.ru

Аннотация. В данной статье на основе анализа научной литературы в области психологии управления и менеджмента проводится сравнение двух наиболее эффективных на сегодняшний день моделей управления: японской и американской.

Ключевые слова: управление, модель, организация, принципы менеджмент.

За период существования менеджмента как фундаментальной науки многие зарубежные страны накопили достаточно опыта и знаний, касающихся данной сферы. В частности, эти знания касаются теории и практики управления в сферах: промышленности, сельского хозяйства, продвижении товаров и услуг, а также других направлениях с учётом их индивидуальных особенностей.

При создании определённой, присущей только, в частности выбранной стране модели менеджмента, необходимо учитывать широкий спектр существующих аспектов. [1] Содержание управления корпорациями в конкретной стране определяется множеством факторов. Во-первых, законодательством и нормативными актами, которые призваны регулировать права и обязанности всех задействованных сторон, во-вторых, стоит учитывать уже сложившуюся структуру управления в конкретной стране. [2]

Зарубежный опыт становления моделей в менеджменте утверждает, что перемещение различных моделей управления из одной социокультурной среды в другую совершенно невозможен. [3] Общей теории управления, которая была бы применима во все времена и, используема всеми народами нет. Важно учитывать, что содержание менеджмента всегда напрямую зависит от особенностей конкретно рассматриваемой страны. Существуют только базовые принципы управления. Именно они лежат в основе, уже известных, всемирных моделей управления: американской, японской, французской и т.д. Каждая сформировавшаяся модель обладает отличиями, поскольку стоит брать во внимание национальные особенности менталитета, психологии и т.д. Именно поэтому невозможно применять японскую модель управления в США и наоборот.

Для лучшего раскрытия высказанной мысли хотелось бы провести сравнительную характеристику американской и японской моделей управления (таблица 1).

Американская модель управления была сформирована в конце XIX – начале XX веков. Она базируется на учениях научной школы управления, значительный вклад в которую был внесён Ф. Тейлором. Назовем основные правила менеджмента США:

- занимайся тем, что приносит реальный доход;
- выбирай только эффективные средства достижения целей;
- умей рационально использовать ресурсы.

Таблица - Характеристика моделей управления [4]

Японская модель менеджмента	Американская модель менеджмента
Управленческие решения принимаются коллективно на основе единогласия	Индивидуальный характер принятия решений
Коллективная ответственность	Индивидуальная ответственность
Нестандартная, гибкая структура управления	Строго формализованная структура управления
Неформальная организация контроля	Четко формализованная процедура контроля
Коллективный контроль	Индивидуальный контроль руководителя
Замедленная оценка работы сотрудника и служебный рост	Быстрая оценка результата труда, ускоренное продвижение по службе
Основное качество руководителя — умение осуществлять координацию действий и контроль	Главное качество руководителя — профессионализм
Ориентация управления на группу	Ориентация управления на отдельную личность
Личные неформальные отношения с подчиненными	Формальные отношения с подчиненными
Продвижение по службе по старшинству и стажу работы	Деловая карьера обуславливается личными результатами
Подготовка руководителей универсального типа	Подготовка узкоспециализированных руководителей
Оплата труда по показателям работы группы, служебному стажу и т.д.	Оплата труда по индивидуальным достижениям
Долгосрочная занятость	Наем на работу на короткий период

А основными критериями достижениями успеха являются: компетентность руководителя; способность к пониманию психологического портрета партнёра; доверие, как переход к делегированию полномочий.

В рамках американских компаний практикуется управление, суть которого заключается в долгосрочном планировании и осуществление выбранных

стратегий в реальном временном периоде. Не менее важным критерием является подборка руководящих кадров, которые обязаны обладать организаторскими способностями, а не только знаниями специалиста. В настоящее время американская модель широко используется в корпорациях США, Канаде, Великобритании, Новой Зеландии и некоторых других странах с развитой экономикой.

Одной из эффективных систем управления считается Японская модель управления персоналом, которая формируется под влиянием творческого освоения зарубежного опыта в управлении и последовательного сохранения национальных традиций. [5] Главной особенностью данной модели является то, что она ориентирована на человеческий фактор. За определённый временной промежуток в Японии образовались определённые методы труда, которые соответствуют особенностям национального характера. Сущностью японского менеджмента является умение работать с людьми. Компаниям, которые сумели выстроить доверительные отношения с сотрудниками, удалось достигнуть наибольшего успеха. Традиция подчиняться старшему по возрасту, так же оставила свой положительный отпечаток на установившейся модели управления. [6]

В отличие от американской модели менеджмента в японской присутствует система пожизненного найма и процесс совместного принятия решений, а также концепция непрерывного обучения. Японцы преклоняются перед трудом. В иерархии ценностей он для них занимает первое место.

Также характерной чертой японской модели является необычное принятие решений в организации. Оно основывается «снизу-вверх», т.е. по принципу консенсуса: решение принимается долго, а реализуется быстро.

Японская модель управления, которая учитывает психологию людей и их социальный статус, способствовала усовершенствованию традиционных методов управления персоналом и в Европейских странах. С каждым годом организации иноязычных стран всё больше заимствуют принципы, черты данной модели, отказываясь от ранее применяемых.

На основании вышеизложенного сделаем вывод, что основной особенностью японской модели управления является человеческий фактор. В то время как в американской модели управления динамическая и сбалансированная стратегия осуществляется с помощью специалистов, отвечающих за её реализацию, а лица, отвечающие за распределение капитала, сосредоточены на высшем уровне аппарата управления. Однако современный менеджмент в обеих странах использует все более рискованные производственные стратегии, с их помощью фирмы адаптируются к изменениям, происходящим в окружающей их среде.

Список использованных источников:

1. Кулакова Н.Н. Технологизация образовательного процесса // Актуальные проблемы развития современного российского образования: Сб. науч. статей по итогам круглого стола Департамента политологии

Финуниверситета. Под редакцией С.В. Расторгуева, М.Б. Понявиной. 2017. С. 199-207.

2. Кулакова Н.Н. Ресурсное обеспечение фирмы / Учебно-методическое пособие /Калуга, 2012.- 78 с.

3. Семененко М.Г., Кулакова Н.Н. Прогнозирование финансовой устойчивости предприятия на основе формализма нечеткой логики//Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 5-2. С.191-192

4. Семенов А.К. Набоков В.И. Основы менеджмента М.: Юрайт, 2013. – 287 с.

5. Кулакова Н.Н., Семененко М.Г., Унтилова Л.А. Математические аспекты и компьютерная реализация модели Леонтьева // Калужский экономический вестник. 2016. № 1. С. 76-79.

6. Сергиенко Н.С., Сусякова О.Н. Развитие системы государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Калужской области // Инновационное развитие - от Шумпетера до наших дней: экономика и образование Сборник научных статей по материалам международной научно-практической конференции. 2015. С. 365-369.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МОТИВАЦИИ ТОРГОВОГО ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Бояринцева Елизавета Святославовна, студент

*Научный руководитель: Мищенко Ирина Константиновна, кандидат
экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве
РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: IKMischenko @fa.ru*

Аннотация: На основании социологического опроса работников выявлены основные проблемы и предложены мероприятия по совершенствованию мотивации торгового персонала.

Ключевые слова: мотивация, торговый персонал, стимулирование, премирование.

Проблема поиска оптимальных форм и методов мотивации персонала представляет особую актуальность для экономики предприятий и фирм России [1], поскольку их организационная культура только начинает формироваться.

Проведя анализ подходов ученых в отечественных и зарубежных трудах к определению мотивации, можно сделать вывод, что они, так или иначе, сходны в одном: это функциональные движущие силы, которые определяют поведение живых существ как навязанное извне, так и самопобуждение. «Мотивировать сотрудников – значит затронуть их значимые интересы, актуализированные потребности в чем-либо» [2].

Современные торговые организации для улучшения работы персонала используют мотивационные схемы для различных категорий работников. Компанией может быть использована мотивация торгового персонала, который работает в непосредственной близости с покупателем (работник торгового зала) или находится в прямом контакте с конечным потребителем (продавцы). Используются как долгосрочные формы мотивации (например, страхование жизни работников), так и краткосрочные (в частности, премии за достижение установленных показателей).

Рассмотрим вопросы мотивации торгового персонала на примере Магазина №42 ООО «Розница К-1» - типичного предприятия Алтайского края, поскольку Барнаул занимает второе место в стране по обеспеченности торговыми площадями [3, с. 125], а торговля является ведущим видом экономической деятельности края. Основной вид деятельности предприятия - реализация продуктов питания, в том числе собственного производства.

Общее число работников магазина, включая руководителей, на конец 2016 года составляло 25 человек, наибольший удельный вес в структуре кадров занимал торговый персонал. Предприятие в целом обеспечено торговым персоналом, но следует особо отметить высокий уровень текучести кадров –

28% по итогам 2016 г., а также ее негативную динамику, которую мы связываем с недостаточно эффективной организацией управления мотивацией.

Вопросы управления мотивацией персонала в Магазине №42 ООО «Розница К1» решаются на разных уровнях управления. Директор ООО «Розница К1» (стратегический уровень) отвечает за рост и развитие компании и оставляет за собой право жесткого контроля по общекорпоративным вопросам стратегии развития персонала. Отдел персонала (организационный уровень) разрабатывает программы мотивации и стимулирования работников. Директор магазина №42 (исполнительный уровень) реализует разработанные мероприятия.

Материальная мотивация работников магазина осуществляется посредством оплаты труда всем категориям торгового персонала. Заработная плата работника состоит из следующих компонентов: оклад; премия, распределяемая из фонда руководителей структурных подразделений; премиальные выплаты за счет экономии штатной численности; доплаты, предусмотренные трудовым законодательством РФ (рисунок).

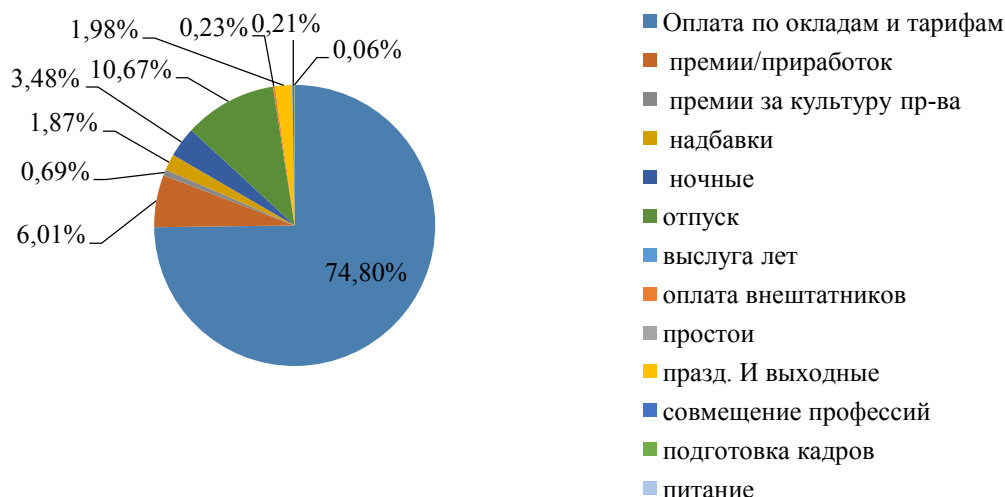


Рисунок – Структура прямого материального стимулирования персонала Магазина №42 ООО «Розница К-1» в 2014-2016 гг.

На рисунке наглядно показано, что основную долю заработной платы составляет тарифная часть, включающая оклад и приработок. Удельный вес выплат премиального характера в структуре составляет всего 4,5-6,5%.

Методы моральной мотивации нацелены на развитие торгового персонала, повышение степени его удовлетворенности работой, стимулирование карьерного роста, обучение персонала, роста знаний и навыков работников, а также формирование благоприятного социального климата в коллективе.

Нами был проведен анализ эффективности управления мотивацией персонала ООО «Розница К-1» на основе анкетирования работников, который показал, что комфорт, обеспечение физической и психологической защищенности в Магазине №42 находятся на удовлетворительном уровне.

Недовольство работников связано с оплатой труда, а также с влиянием ряда демотивирующих факторов труда (таблица).

Таблица – Наличие демотивирующих факторов труда персонала Магазина №42 ООО «Розница К-1» по категориям работников

Характер ответов	Руководители	Вспомогательные работники	Основной персонал
Монотонность, однообразность	-	-	6,3
Неравномерная загруженность в течение дня (иного периода)	50,0	50,0	18,8
Высокая степень ответственности за принимаемые решения	50,0	25,0	31,2
Частые конфликтные ситуации	-	25,0	25,0
Длительная работа на компьютере	-	-	-
Частая сверхурочная работа	-	-	18,8
Всего	100,0	100,0	100,0

*Источник: результаты опроса персонала

Таким образом, проведенное исследование управления мотивацией сотрудников Магазина №42 ООО «Розница К-1» показало, что применяемые механизмы в недостаточной степени обеспечивают достижение его целей. Основные выявленные проблемы управления мотивацией в магазине:

1. Стимулирование является неэффективным. Анализ показал, что персонал недоволен заработной платой и частично - методами морального поощрения.

2. Отсутствуют четкие и ясные критерии оценки труда работников и распределения премий.

3. Наблюдается высокий уровень текучести кадров и динамика ее роста к концу анализируемого периода.

Нами предложены следующие мероприятия, направленные на совершенствование управления мотивацией в магазине:

1. Повысить роль переменной части вознаграждения (переменных выплат) в фонде оплаты труда до 30%.

2. Разработать систему критериев оценки результатов труда работников как базы для начисления переменной части заработной платы.

3. Расширить использование материальных нематериальных способов мотивации персонала (например, абонементы в спортзал, бассейн и т.п.).

В результате внедрения разработанных мероприятий в магазине, по прогнозным оценкам, сократится текучесть кадров на 8%, тем самым повысится эффективность управления мотивацией персонала. Дополнительный эффект также проявится в удержании квалифицированных специалистов, повышении производительности труда, росте социальной удовлетворенности в коллективе.

Список использованных источников:

1. Мищенко И.К., Поволоцкая О.А. Основы экономики фирмы. - Барнаул: Концепт, 2015. – 162 с.
2. Патрахина Т.Н., Романчук К.П. Сущность и содержание понятия «мотивация» в системе управления // Молодой ученый. - 2015. - №7. – С. 461-464.
3. Мищенко В.В., Мищенко И.К. Импортозамещение в Алтайском крае: промежуточные результаты и перспективы развития // ЭКО. – 2017. - № 5. - С. 125-141.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Быкова Мария Владимировна, студент
Научный руководитель: Таранова Марина Ивановна,
Алтайская академия гостеприимства,
656000, г. Барнаул, ул. Юрина, д.170, Россия
E-mail: mara070275@mail.ru

Аннотация: Работа представляет собой исследование кадрового потенциала предприятия общественного питания как фактора эффективности организации. В ходе работы были изучены численность; состав; распределение трудовых ресурсов; выявление причин нарушения трудовой дисциплины; анализ обеспеченности организации рабочей силой; выявление неиспользованных резервов повышения производительности труда работников. По результатам исследования были предложены рекомендации по совершенствованию работы персонала организации.

Ключевые слова: состав, ресурсы, кадровый потенциал, эффективность, совершенствование, производительность труда, профессиональный уровень.

Важным фактором повышения рентабельности в современных условиях является повышение производительности труда

Каждый работодатель на своем предприятии хотел бы видеть “идеальных” работников, которые не просто работают и получают свою заработную плату, но и приносят предприятию прибыль за счет высокой производительности труда.

Повышение производительности труда тесно связана с реализацией кадрового потенциала предприятия.

Целью исследовательской работы явилось исследование кадрового потенциала предприятия общественного питания как фактора эффективности организации. Задачи исследования: изучение численности, состава; распределение трудовых ресурсов; выявление причин нарушения трудовой дисциплины; анализ обеспеченности организации рабочей силой; выявление неиспользованных резервов повышения производительности труда работников. Объектом исследования выступило предприятие общественного питания бар «Ганс», располагающийся по адресу г. Барнаул проспект Ленина 106. Предметом исследования - анализ и совершенствование кадрового потенциала.

Форма обслуживания посетителей – обслуживание официантами.

В сложившейся на сегодня структуре предприятия в пивном ресторане «Ганс» работает 32 человека.

Персонал пивного ресторана «Ганс» составляют в основном дипломированные специалисты, имеющие средне - специальное образование,

или высшее образование, но так же есть и работники, не имеющие профессионального образования в сфере общественного питания (официанты).

Сотрудники сибирской короны отношения в коллективе характеризуют как дружеская, взаимного уважения, понимания. Такая социально-психологическая обстановка способствует продуктивной работе всего коллектива, повышения производительности труда и развитию каждого его члена.

Стаж работы в данной организации выглядит следующим образом 16% до года, 37% от 1 года до 3 лет, 31% от 3 лет до 5 лет, 16% больше 5 лет.

Половозрастная структура персонала бар «Ганс» выглядит следующим образом 62% составляют женщины, 38-мужчины. Возраст сотрудников 19% до 25 лет, 55% от 25 до 30 лет, 26% от 30 до 40 лет. Увольнения в данной организации очень редки. За последний квартал было уволено 10 неквалифицированных работников. Отсюда можно сделать выводы о показателях движения, а именно:

Текучесть в пределах нормы 30% (для не квалифицированных норма 30-50%). Коэффициент постоянства кадров 0,7. Коэффициент оборота по приему (принявшие/среднесписочную) 0,3.

Если сравнить фактическую численность персонала с предыдущим периодом (28чел) и плановой численностью отчётного периода (32) по всем классификационным группам, то можно сделать вывод о хорошей обеспеченности кадрами «Ганс». Так же в ходе исследования были выявлены следующие причины нарушения трудовой дисциплины: опоздания, нарушение требований по охране труда, грубое обращение с посетителями, преждевременный уход с работы.

В результате анализа можно предложить следующие рекомендации по совершенствованию работы персонала в пивном ресторане «Ганс»:

1. Повысить профессиональный уровень, как официантов, так и поваров путем направления их на обучение, переподготовку и повышение квалификации.

2. Усовершенствовать технологические процессы для уменьшения трудоемкости продукции

3. Провести мероприятия для улучшения производственных помещений и помещений отдыха в перерывы

4. Поддерживать молодых рабочих, специалистов материально, особенно категорию молодых рабочих для укрепления их на рабочем месте

5. Разработать системы стимулирования персонала на изготовление более качественной продукции.

Список использованных источников:

- 1 Браймер, Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства. - М.: Аспект Пресс, 2010.-123с

- 2 Маслова, Т.Д. Маркетинг : учеб для вузов / Т.Д. Маслова, С.Г. Божук, Л.Н. Ковалик. СПб. : Питер, 2010. -145с.

3 Долгов, В.Ф. Социально-психологические аспекты в организации управления коллективом.- М.: Логос, 2011.-88с.

4 Жильцов, Е.Н. Основы хозяйственного механизма в сфере услуг. - М.: 2012.-156с.

5 Здравомыслов, А. Г. Социология конфликта.- М.: ТЦ «Сфера», 2010.-115с.

6 Кабушкин, Н.И., Бондаренко, Г.А., Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учебник.- Мн.: Новое знание, 2012.-16с.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Горбунова Татьяна Васильевна, студент

*Научный руководитель: Фасенко Татьяна Евгеньевна, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: TEFasenko @fa.ru*

Аннотация: В данной работе сделан анализ развития малого бизнеса в регионах Сибири и по России. Сделаны выводы о причинах отставания масштабов производства и занятость населения в этой сфере от Российской Федерации. Рассмотрена стратегия развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года.

Ключевые слова: конкурентоспособность, малого бизнеса, производство, предпринимательство, самозанятое население, финансирование, бюджетные средства.

Малый бизнес (малое предпринимательство) – это совокупность мелких и средних предприятий, выступающих как экономические субъекты рынка[1, с.17]. У малого предпринимательства существуют свои характерные черты:

- ✓ самостоятельное хозяйствование субъектов. Предприниматель сам принимает решения, касающиеся аспектов осуществляемой им хозяйственной деятельности;
- ✓ ограниченное количество ресурсов предприятия: материальных, финансовых, трудовых.

Деятельность малого предпринимательства в РФ регулируется различными нормативно-правовыми актами, к которым относятся:

1) Конституция Российской Федерации, закрепляющая наиболее общие принципы правового регулирования малого предпринимательства. Она устанавливает минимальное количество гарантий прав и интересов участников правоотношений, закрепляет предметы ведения Российской Федерации и субъектов Российской Федерации.

2) Федеральный закон от 24 июля 2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», а также другие федеральные законы. Правовые основы деятельности предпринимательства в основном определяются Налоговым кодексом Российской Федерации, Гражданским кодексом Российской Федерации, и др.

3) Законы субъектов Российской Федерации о развитии малого предпринимательства, устанавливающие полномочия органов государственной власти субъектов РФ и особенности нормативного правового регулирования развития малого предпринимательства в субъектах Российской Федерации.

В последние годы прослеживается положительная динамика развития

малого бизнеса по России. Но, несмотря на это, малые предприятия не оказывают существенного влияния на развитие российской экономики в целом. Доля малого бизнеса в ВВП, включая микропредприятия и индивидуальных предпринимателей, составила в 2015 г., по оценкам Росстата, 19,9%, однако эта доля не настолько существенна, как в других странах с развитой экономикой. А если учесть роль Сибирского федерального округа в ВВП страны, то он будет равен около 2%, что очень незначительно.

На 1 января 2016 года в России было зарегистрировано 241,8 тыс. малых предприятий, что на 2,6% больше, чем в прошлом году. Однако в Сибирском федеральном округе рост количества малых предприятий незначителен – на 0,3% или 0,3 малых предприятий на каждые 100 тыс. жителей [3, с.7]. Если же говорить о демографии организаций, то коэффициент рождаемости в Сибирском федеральном округе равен 95,2, что на 0,8% больше показателя прошлого года. Коэффициент ликвидации организаций снизился на 15% (рисунок 1). Если оценить рождаемость малых предприятий по регионам Сибирского федерального округа, то можно сделать вывод, что наибольшим коэффициентом рождаемости обладают Алтайский край, Кемеровская, Омская и Новосибирская области, Красноярский край, а самым низким Республика Алтай и Республика Тыва.

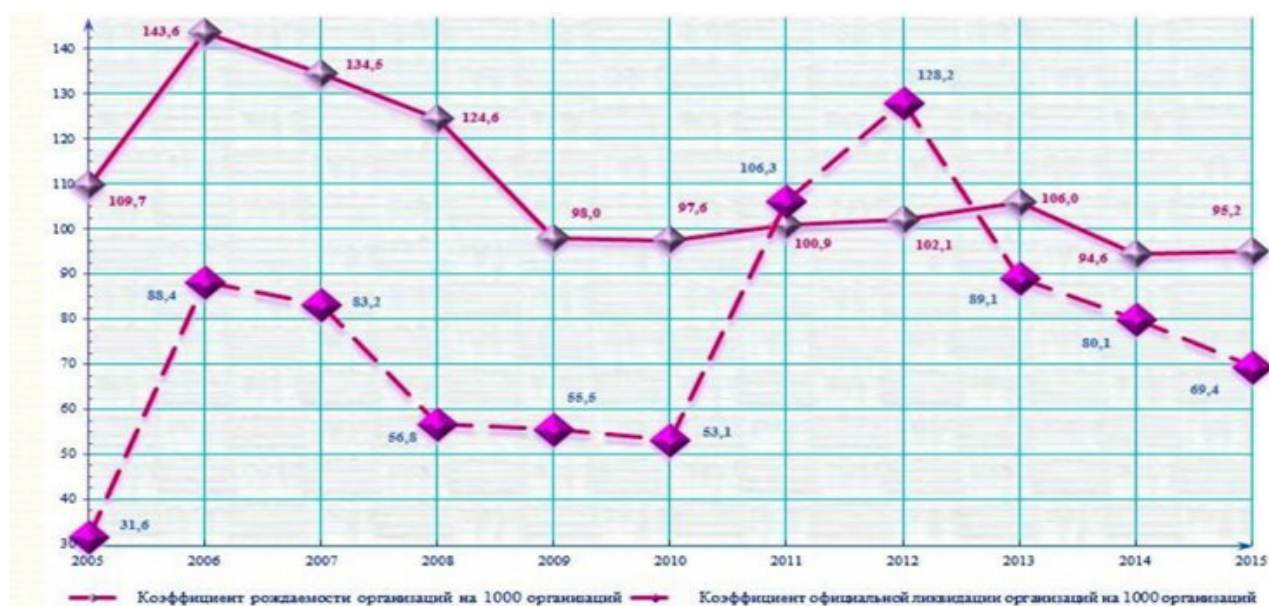


Рисунок 1 – Показатели демографии организаций в Сибирском ФО за период 2005-2015гг [4].

Среднесписочная численность занятых по итогам 2015 года, в Сибирском федеральном округе снизилась на 3,6% по сравнению с показателем прошлого года, и составила 766 тыс. человек. Удельный вес работников малых предприятий в общей среднесписочной численности занятых за этот период сократился на 0,15 процентных пункта и составил 13,86% [3, с.9].

Общий оборот малых предприятий в Сибирском федеральном округе за год составил 1610,1 млрд. рублей, что с учетом ИПЦ на 7,4% меньше по

сравнению с предыдущим годом. Если говорить в целом по России, то с учетом ИПЦ, общий оборот малых предприятий сократился на 8,5% [3, с.11].

Объем инвестиций в основной капитал на малых предприятиях в 2015 году по России составил 407 720,5 млн. рублей, что на 4,7% ниже показателя 2014 года (с учетом ИПЦ объем инвестиций в основной капитал сократился на 15,6%). Отрицательная динамика объема инвестиций в основной капитал на малых предприятиях с учетом ИПЦ отмечается и в Сибирском федеральном округе – 19,0% [3, с.13].

Приведенные данные нельзя назвать позитивными, в этой связи можно выделить ряд проблем, который мешает развитию малого бизнеса в Сибирском федеральном округе и в России в целом:

1. Ограниченный доступ к финансовым ресурсам. Сюда можно отнести высокие ставки по кредитам, сложность получения займов на долгий срок, невозможность взять кредит с отсрочкой на развитие. Это означает, что у малых предприятий недостаточно средств для приобретения дорогостоящего оборудования и перспективного развития.

2. Высокая налоговая нагрузка. Налоговая ставка, как обещало правительство, не растет, но находятся другие способы получать больше с предпринимателей. Когда руководители компаний подсчитывают размер всех обязательных отчислений, картина сильно отличается от того, что говорит государство.

3. Плохой бизнес-климат. Можно сказать, о чрезмерной бюрократии, низкой заинтересованности со стороны местного самоуправления. «Частота изменения законодательства: приходится тратить время на приведение своего бизнеса в соответствие изменившемуся законодательству, а не собственно на бизнес» [5, с.8]. Государственное регулирование деловой активности – так называемые административные барьеры, несомненно, негативно сказываются на малом бизнесе. Следуют отметить значительное число проверок предприятий со стороны органов контроля и надзора, а также продолжительные по времени процедуры получения необходимых разрешений и согласований в различных инстанциях. Также можно отметить проблему отсутствия системы проведения глубокого анализа деятельности малых предприятий.

Так же можно выделить ряд других проблем: низкая профессиональная подготовка кадровых ресурсов, высокие издержки, конкуренция со стороны теневого бизнеса, распространение федеральных торговых сетей, низкая информированность бизнеса о программах поддержки.

Власти знают о проблемах предпринимателей. В июне 2016 года Правительством России была окончательно утверждена Стратегия развития малого бизнеса до 2030 года. Сам факт появления такого документа говорит, об изменении отношения к малому бизнесу. Это подтверждается и цитатой из документа: «Первый принцип — малый бизнес, прежде всего». В документе отражено 8 направлений, по которым предусмотрены конкретные меры поддержки. Хотелось бы отметить самые значимые изменения, которые могут помочь становлению малого бизнеса:

Стратегия развития предусматривает освобождение отдельных рыночных ниш для развития малого предпринимательства. Предполагается, что субсидии из федерального бюджета будут предоставляться в зависимости от достигнутых целевых индикаторов «дорожной карты» в каждом регионе.

Повышение конкурентоспособности малого бизнеса должно быть обеспечено утвержденным «Единым стандартом развития конкуренции», предусмотренным для всех субъектов РФ. Он содержит конкретные показатели участия малых предприятий в каждой сфере (транспортные, медицинские, образовательные услуги т.д.), которые должны обеспечить региональные власти.

Так же продолжают разрабатываться проекты с целью вывести из тени нелегальную торговлю. Кроме того, Правительство обещает сократить число государственных, муниципальных унитарных учреждений, которые ограничивают создание новых предприятий на конкурентных рынках.

Для решения острой проблемы нехватки средств на развитие малого бизнеса стратегия предусматривает повышение доступности лизинга оборудования для малых предприятий. С одной стороны, вводятся налоговые льготы для лизинговых компаний. С другой стороны, государство «докапитализирует» региональных лизингодателей и расширяет льготных программ поставщиков с помощью специальных взносов в «Корпорацию МСП».

Банк России продолжит льготное кредитование кредитных организаций: в 2017 году разработаны правила, по которым, например, ставка льготного кредитования сельхоз производителей будет не более 5%. Планируется максимально упростить схему получения кредита на обеспечение заявок для участия в конкурсах и тендерах, банковской гарантии при получении госзаказа.

Как говорилось ранее, налоговую нагрузку на малые и средние предприятия обещают не увеличивать как минимум 3 года, рассматривается предложение о продлении моратория. Будет расширен список ОКВЭД, подпадающих под патентную систему налогообложения. Так же решается вопрос с самозанятым населением, разрабатываются проекты для упрощения регистрации и снижения финансовой нагрузки для самозанятых граждан. До окончательного решения вопроса еще далеко, однако этот вопрос никогда не остается без внимания.

Снижается административная нагрузка за счет запрета проведения плановых проверок у субъектов малого бизнеса до 31.12.2018. Утверждается перечень документов, которые контролирующие органы будут запрашивать сами, и не требовать от организации.

Подводя итоги, можно выделить ряд проблемных особенностей малого предпринимательства в Сибирском федеральном округе, который можно применить и по России в целом:

1. Малочисленность малого предпринимательства
2. Незначительный вклад субъектов малого предпринимательства в ВВП страны.
3. Незначительный вклад в обеспечение занятости.

Можно сделать вывод, что проблемы для малого бизнеса практически не меняются. Но меняется их приоритетность. Раньше упор делался на проблему бизнес-климата, а в данный период проблема недостаточности финансовых ресурсов вышла на первое место.

В целом в регионах Сибири тенденции развития малого бизнеса аналогичны средним по России, хотя масштабы производства и занятость населения в этой сфере несколько отстают от Российской Федерации. Это может быть обусловлено, территориальной оторванностью, неразвитостью транспортных коммуникаций и высокими тарифами на перевозки, что делает продукцию малого бизнеса Сибири дороже и снижает ее конкурентоспособность.

Стратегия развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года должна, как считает Правительство, резко увеличить долю самозанятого населения в экономике. Строятся большие планы по развитию системы обучения, информирования, в том числе — создание специальных МФЦ по оказанию услуг предпринимателям. Интересно, что большинство из отраженных в стратегии мероприятий, не предусматривают дополнительного финансирования. Бюджетные средства будут выделены только «Корпорации МСП» на развитие лизинга, гарантийных фондов, а также на поддержку инновационных проектов и территорий моноразвития.

Список использованных источников:

1. Владимирова С.В. К вопросу о значении малого бизнеса в развитии региональной экономики // Социально-экон. явления и процессы. – 2013. - № 9. – С. 17-21.
2. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 29.12.2015) // Собрание законодательства РФ. 2007. № 31. Ст. 4006; 2016. № 1 (ч. I). Ст. 28.
3. Динамика развития малого предпринимательства в регионах России в 2015 г.: ежеквартальный информационно-аналитический доклад. – М.: Национальный институт системных исследований проблем предпринимательства, 2016. – 32 с.
4. Показатели демографии организаций // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] Режим доступа – http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform/# (дата обращения 14.03.2017).
5. Редакция, газеты Ежедневная деловая газета РБК Ежедневная деловая газета РБК 176-2015 / РБК Редакция газеты Ежедневная деловая газета. - М.: «Пресса.ру», 2015. - 206 с.

РЕКЛАМНАЯ ЛИСТОВКА: ЭФФЕКТИВНЫЕ ПРИЁМЫ ПРИ ОФОРМЛЕНИИ

Епифанова Елена Сергеевна, студент

*Научный руководитель: Лукина Елена Викторовна, кандидат
экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве
РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: ee.epifanova@yandex.ru*

Аннотация: Рекламная листовка в настоящий момент, является одним из самых востребованных и действенных видов распространения рекламы. И относятся к виду письменных материалов, в равной степени широко используемых в целях передачи информации. Требует определенной работы от распространителя листовок и также соблюдение условий, а также определенных критерий при создании ее макета.

Ключевые слова: Рекламная листовка, реклама, имидж компании, клиент, бизнес, товары, услуги.

По данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) в 2016 году объём российского рынка рекламы сократился на 10% по сравнению с 2015 годом и составил 307,5 млрд рублей с учетом НДС. Единственным растущим сегментом по итогам года стал интернет. Расходы рекламодателей на продвижение в интернете увеличились на 15% и составили 97 млрд рублей. Объём ТВ-рекламы упал на 14%, до 136,7 млрд рублей. Затраты на радиорекламу сократились на 16% и составили 14,2 млрд рублей. Наибольшее падение аналитики АКАР зафиксировали в сегменте печатных изданий — в 2016 году рекламодатели потратили на продвижение в прессе 22,3 млрд рублей, что на 29% меньше по сравнению с 2015 годом [2, с. 15-17].

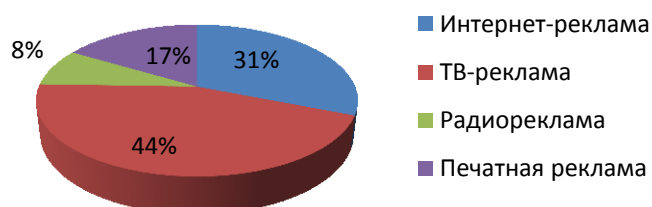


Рисунок 1- Доля основных каналов распространения рекламы

Но, несмотря на повсеместное использование интернета, печатная продукция для популяризации товаров и услуг продолжает оставаться востребованной, т.к. она универсальна, подходит для продвижения любых видов деятельности, способна поднять имидж компании, раскрыть ее стиль. Печать баннеров, листовок, брошюр актуальна также из-за их удобства для

потенциального клиента. Например, многим интересно рассмотреть приятный на ощупь и вид буклет из супермаркета или внимательно ознакомиться в спокойной обстановке с программой грядущего мероприятия на брошюре.

Владельцу бизнеса, будь то продажа товаров или оказание услуг, проще всего использовать печатную рекламу, поскольку она всегда наглядна, удобна для преподнесения клиентам и проста в применении. Существует несколько видов печатной рекламы. Одним из таких видов являются рекламные листовки.

Рекламная листовка — это малоформатное издание, имеющее большой тираж и посвященное, как правило, одному товару. Главные достоинства листовки — это:

- *информативность*, на них можно разместить разнообразную информацию, которая заинтересует клиента и сможет продать любые товары и услуги;
- *доступность*, в любом месте, вне зависимости от технического оснащения, реклама или информация на листовке попадет прямо к адресату;
- *широкий охват аудитории*, с одной листовкой могут ознакомиться сразу несколько человек;
- *длительный срок действия*, может в течение длительного времени приносить реальную пользу благодаря полезной информации, которая размещена на этих рекламных носителях;
- *визуализация печатной продукции*, оригинальный дизайн позволяет наглядно продемонстрировать деятельность компании и представить ее продукцию и услуги в выгодном свете [1, с.315-321].

Важнейшее предназначение листовки заключается в быстром и широком распространении краткой, отражающей только суть информации о товаре с тем, чтобы вызвать интерес у возможного покупателя и побудить его к поиску новых сведений о рекламируемом товаре, т.е. основной задачей рекламной листовки является привлечение внимания покупателя (посетителя) именно к своей организации. Именно поэтому необходимо следовать нескольким основным правилам составления листовок.

А.В. Ефремов говорит, что изначально листовка должна привлекать к себе внимание. Никакой однотонности и «кислотности» (кислотные цвета имеет смысл применять только в редких случаях, обычно для того, чтобы подчеркнуть молодежный стиль или вечеринки). Цвета должны быть сбалансированными и сочными, но не раздражительными. Нужно тщательно подумать прежде чем применять темный фон, а этим грешат многие. Дизайн листовки должен прежде всего соответствовать общему стилю вашего бизнеса и важно протестировать отдачу от разных вариантов оформления. На практике, часто более простые по дизайну листовки с белым фоном и выделением ключевых надписей красным цветом работают обычно эффективнее, но не всегда.

Первой на листовке должна бросаться в глаза суть рекламного предложения (одежда, вклады, продукты на дом и т. п.). Здесь используется самый крупный шрифт. Это должно привлекать внимание потенциального клиента с расстояния, и тогда он поймет, что стоит хотя бы взять листовку. Если же он не увидит того, что ему интересно сразу, он может попросту на листовку не среагировать и пройти мимо. Местоположение ключевых фраз не критично, потому что при беглом просмотре листовка читается не столько сверху вниз, сколько от самого крупного текста (самого заметного) к самому мелкому.

Во вторую очередь на листовке во внимание должны попадать «привлекатели» (большие скидки, высокие ставки т.п.). Понятно, что «привлекатели» должны быть, иначе листовка не вызывает особого интереса даже у тех, кого заинтересовала суть. Шрифт для них используется поменьше первого, но значительно крупнее, чем остальной текст.

Рекламный текст листовки должен быть простым и звучать утвердительно (не через «не»). То есть предложения должны быть максимум из шести слов, понятных каждому, кто едва умеет читать. Рекомендуется исключить из текста выражения «Если вы...» и отрицания. Текст должен быть понятным, без двойного смысла, без профессиональных терминов (покупатель просто не поймет о чем речь) и не нужно забывать, что его читает потенциальный клиент.

Рекламная листовка должна быть маленькой, а текст на ней - крупным. Чем меньше листовка, тем ее проще куда-нибудь положить, а значит больше вероятность, что ее сохранят. Идеальная рекламная листовка, это визитка. Во-первых, визитка воспринимаются намного приятнее, как нечто личное, и ее хочется оставить себе, а во-вторых ее очень удобно хранить в бумажнике. Максимально же допустимый размер приличной рекламной листовки, это четвертинка листа А4. Чтобы вместить максимум информации на маленькую листовку, проще всего уменьшить шрифт. Но необходимо помнить, что часть потенциальных покупателей физически не сможет прочесть текст, а большинство просто не станет напрягать глаза. Поэтому, многие представители рекламных агентств рекомендуют писать о главном.

Рекламная листовка должна иметь собственную ценность. Иначе говоря, в ней должна быть причина, по которой ее сохраняют. Для этого можно связать ее с чем-нибудь или просто переименовать. Назвать листовку можно купоном на скидку, талоном на дегустацию, или хотя бы просто пригласительным билетом. Если листовка имеет долгосрочный эффект и рассчитана на какое-то хранение, прежде чем ей воспользуются, можно ее сделать в виде носителя полезной информации, как то: схема метро, сетка соотношения размеров, список нужных телефонов или адресов. Только в этом случае лучше размещать рекламную и полезную информацию на одной стороне листовки, иначе, когда ее повесят на стену, положат под стекло или сложат вдвое, про суть листовки скорее всего забудут [3, с. 43-54].

Таким образом, при грамотном составлении рекламной листовки можно достичь желаемых результатов. По мнению Н.С. Козыря

перспективным видом технологии производства листовки является цифровая печать. Такой метод нанесения универсален за счет того, что обеспечивает доступность персонализированной печати, то есть, внесение некоторых изменений в отдельные экземпляры (как в текст, так и в дизайн). Возможность данных корректировок имеется благодаря тому, что наносимые изображения (макеты листовок) передаются на печатное оборудование непосредственно с цифровой техники, где они хранятся в виде электронных файлов. Производственная технология цифровой печати отличается качеством оттиска, относительно высокой скоростью работ и невысокой стоимостью, но она подходит исключительно для небольших тиражей продукции [4, с.154-156].

С целью придания листовкам неповторимого индивидуального стиля, повышения их внешней привлекательности и износоустойчивости, могут применяться следующие технологии дополнительной послепечатной обработки:

- вырубка – придание изделию уникальной формы;
- УФ и иное лакирование (сплошное или выборочное);
- различные виды ламинирования (покрытия специальными пленками с одной или двух сторон)
- перфорация – нанесение отверстий по линии отрыва и т.д.

Высокая концентрация информации на одном рекламном листе может достигать огромных размахов, также не нужно забывать, что листовка – это информация на материальных носителях, она будет действовать на протяжении длительного времени. Ее можно хранить и периодически к ней обращаться, а неправильно составленные листовки, не привлéкшие внимание покупателей, как правило, долго не хранятся [4, с. 40-53].

Список использованных источников:

1. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики. Москва, 2010
2. Бернет Дж., Уэллс У., Мориарти С. Создание печатной рекламы [Электронный ресурс] // Энциклопедия маркетинга. URL: <http://www.marketing.spb.ru/> (дата обращения 23.04.2017)
3. Ефремов А.В. Рекламный рынок прессы. Прошлое, настоящее и будущее. – М.: ООО «НИПКЦ Восход-А», 2013.
4. Козырь Н.С. Рынок периодической печати в России: состояние и перспективы развития / Н.С. Козырь, Е.Н. Блоха // Региональная экономика: теория и практика. – М.: Финансы и кредит, 2015. – №28 (403).

ОЦЕНКА УРОВНЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ В РОССИИ

*Климова Светлана Владимировна,
Мишина Дарья Михайловна – студенты*

*Национальный исследовательский мордовский государственный
университет им. Н.П. Огарёва, 430005, республика Мордовия, г. Саранск,
ул. Большевикская, д. 68, Россия.
E-mail: dasha.mishina.1996@mail.ru*

Аннотация: В докладе представлена диагностика уровня экономической безопасности в банковской сфере РФ. На основе проведённого исследования выявлены наиболее актуальные угрозы, а также представлены меры по минимизации и нейтрализации угрожающего воздействия на банковскую систему РФ.

Ключевые слова: Банки, диагностика, экономическая безопасность, угрозы, механизм нейтрализации угроз.

Банковская система переживает масштабный кризис и продолжает проходить через период роста проблемных активов [1]. Так, Согласно Указу Президента Российской Федерации «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года», к основным вызовам и угрозам экономической безопасности относят подверженность финансовой системы Российской Федерации глобальным рискам (в том числе в результате влияния спекулятивного иностранного капитала), а также уязвимость информационной инфраструктуры финансово-банковской системы [2]. В связи с этим, исследование перспектив развития банковского сектора РФ в настоящее время актуально.

Для оценки уровня экономической безопасности в банковской сфере используем индикативный анализ (таблица 1).

Таблица 1 - Динамика индикаторов безопасности банковской деятельности РФ, 2012-2016 гг.

Название индикатора	Фактическое значение показателя					Пороговое значение
	2012	2013	2014	2015	2016	
Норматив достаточности капитала банков, %	12,59	14,27	13,81	11,60	11,13	12% (8% в 2016 г.)

Отношение совокупных активов банковской системы к ВВП, %	69,73	74,80	72,50	96,57	96,65	80-100%
Отношение иностранной совокупной банковской позиции к совокупному собственному капиталу банковской системы, %	6,72	5,18	5,11	4,50	4,42	20%
Отношение динамики доли активов банковского сектора в ВВП к уровню монетизации экономики, %	148,05	180,68	182,62	245,73	235,73	100%
Доля кредитного портфеля в активах банков, %	73,03	67,94	73,44	58,78	52,67	45%
Рентабельность собственного капитала банков - коэффициент ROE	19,30	14,07	7,43	2,13	10,07	15%
Рентабельность активов банков - коэффициент ROA	2,43	2,01	1,03	0,25	1,12	2%
Доля "плохих" кредитов в кредитном портфеле	2,80	2,63	2,44	3,58	4,22	10%
Отношение межбанковских кредитов к пассивам	10,95	9,57	8,37	8,49	8,54	20%

* показатели рассчитаны авторами по данным Официальной статистики Банка России [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.cbr.ru/statistics/> (дата обращения: 12.05.2017)

На основе данных таблицы 1 можно выявить некоторые негативные тенденции в банковской сфере.

Так, норматив достаточности капитала банков ежегодно снижается. В 2015 году значение данного индикатора было ниже порогового значения. С 2016 года пороговое значение норматива достаточности капитала банков было снижено до 8%.

Отношение совокупных банковских активов, напротив, растёт. В 2016 году значение данного индикатора составляет 96,65%, но, если брать за пороговое значение 100%, всё же не удовлетворяет требования.

Доля кредитного портфеля в активах банков снижается из года в год. Хотя значение индикатора и выше порогового значения-45%, тенденция к снижению является негативной.

Доля "плохих" кредитов в кредитном портфеле по официальным данным растёт и составляет 4,22% в 2016 году. Однако угроза невозврата кредитов в РФ довольно высока, и это нельзя игнорировать.

Особое место в нашем исследовании занимает рентабельность собственного капитала и активов банков. При условии, что рентабельность активов должна быть минимум 2%, банковский сектор демонстрирует низкие, нежелательные для экономики РФ значения. Рентабельность активов отражает эффективность оперативной деятельности банков и использования капитала. Низкий уровень показателя может быть результатом высоких операционных расходов или консервативной ссудной и инвестиционной политики.

Рентабельность собственного капитала банков также низка. Рентабельность капитала банка отражает эффективность использования банковских средств. Низкие показатели свидетельствуют о том, что недостаточно велика клиентская база [3].

Как мы можем заметить, в данной связи банковская деятельность России недостаточно развита, что порождает ряд проблем и угроз не только для банковской сферы, но и для экономики в целом.

Используя зонную теорию, определим, в каких зонах риска находятся исследуемые индикаторы (рисунок 1).



Рисунок 1 - Лепестковая диаграмма по индикаторам безопасности банковской сферы в 2016 г.

Таким образом, выявим основные зоны риска в изучаемой сфере.

В зоне «значительного риска» находится индикатор рентабельность активов (коэффициент ROA).

В «зоне умеренного риска» находятся следующие индикаторы: рентабельность собственного капитала банков (коэффициент ROE), норматив достаточности капиталов банков.

В зоне «стабильности», ограниченной линией $y = 100\%$, находится большинство исследуемых индикаторов.

Изучением проблем в банковской сфере и обоснованием вариантов ее развития занимаются такие ведущие учёные как С.Ю. Глазьев [4], А.Л. Кудрин [5], В.И. Маевский [6] и другие.

На основе проведённого анализа и выявленных угроз считаем возможным предложить следующие меры по их нейтрализации:

1. Общий рост группы активов, которые приносят процентный доход и рост собственного капитала [7].

2. Увеличение удельного веса доходных активов в совокупных активах.

3. Изменение общего уровня процентной ставки по активным операциям банка.

4. Использование механизма логистики банковского продукта, подразумевающего разработку характеристик продукта и системы обслуживания с учетом потребностей и особенностей бизнеса конкретного клиента [8].

5. Управление проблемными залогами активами.

6. Реструктуризация проблемного кредита [9].

На наш взгляд, все представленные выше меры позволят улучшить состояние банковской сферы РФ.

Список использованных источников:

1. Ведев А. Актуальные проблемы развития банковской системы в Российской Федерации / А. Ведев, С. Синельников-Мурылев, М. Хромов // Экономическая политика. 2014. № 2. С. 7–24.

2. Кормишкина Л. А. Финансовая безопасность : учебник / Л. А. Кормишкина, Л. П. Королева. – Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2016. – с. 200

3. Кузин Д.В. Основные тенденции изменения состояния банковского сектора Российской Федерации и собственного капитала банков// Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. LVIII междунар. науч.-практ. конф. № 2(56). – Новосибирск: СибАК, 2016.

4. Глазьев С.Ю , Фетисов Г.Г. О стратегии устойчивого развития экономики России/. Глазьев С.Ю, Фетисов Г.Г.//Экономист. 2013 №1. С.10-23

5. Кудрин, А.Л. Бюджет модернизации экономики России / А.Л. Кудрин // Финансы. – 2011. – № 1. – С. 3-9.

6. Маевский В.И. Кругооборот основного капитала и экономическая теория // Вопросы экономики. — 2010. — №3. — С. 65–85

7. Ермошина Т.В., Королева Л.П. Проблемы инновационного роста национальной экономики // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2014. № 5 (37). С. 21-25.

8. Лаврушин О. И. Эффективность банковской деятельности: методология, критерии, показатели, процедуры / О. И. Лаврушин, Т. Н. Ветрова // Банковское дело. — 2015. № 5. С. 38–42.

9. Милюков А. И. Некоторые актуальные проблемы повышения качества работы банков / А. И. Милюков // Деньги и кредит. 2015. № 12. С. 18–20.

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ И ФИНАНСОВЫЕ ПИРАМИДЫ

*Королева Алина Игоревна, Смирнова Ксения Сергеевна – студенты,
Научный руководитель: Кулакова Надежда Николаевна, кандидат
экономических наук, доцент,
Финансовый университет при Правительстве РФ, Калужский филиал,
248016, г. Калуга, ул. Чижевского, д. 17, Россия
E-mail: nadezhda-kulakov@mail.ru*

Аннотация. В данной статье описывается структура сетевого маркетинга и финансовых пирамид, анализируются их отличия. Рассматриваются современные примеры организацией с сетевым маркетингом и финансовые пирамиды.

Ключевые слова: сетевой маркетинг, пирамида, реализация товара, продукция, потребитель, денежные средства, прибыль, дистрибьютеры.

В жизни каждого современного человека огромную роль играет Интернет. Это Всемирная сеть, которая объединяет в себе тысячи компьютерных сетей для хранения и передачи информации. Так вот, сейчас в Интернете набирает большую популярность сетевой маркетинг. Это концепция продвижения товаров и услуг от производителей к покупателям. В разных организациях данная система различна, едино лишь то, что реклама продукции происходит особым образом - от человека к человеку, данный вид коммерции также имеет название бизнес рекомендаций. Но, к сожалению, его очень легко спутать с мошенническими объединениями под названием финансовая пирамида.

Финансовая пирамида - это форма получения прибыли, посредством перераспределения денежных средств внутри пирамиды от нижестоящих участников к вышестоящим. [1] То есть участники верхних уровней пирамиды получают основную часть прибыли в отличие от участников нижнего звена. Данные способы получения дохода имеют как общие черты, так и различия. Рассмотрим более подробно структуру сетевого маркетинга и финансовых пирамид.

Под сетевым маркетингом понимается концепция по реализации товаров и услуг, путем создания сети независимых дистрибьютеров, [2] т.е. так называемых сбытовых агентов, которые могут кроме сбыта продукции, заниматься привлечением партнеров, обладающих такими же правами. Доход каждого участника такой сети складывается из двух составляющих: комиссионные за реализацию товаров и услуг, и вознаграждений (бонусов) за объем продаж, совершенный сбытовыми агентами, которых они привлекли.

Сетевой маркетинг можно рассматривать как модель внемагазинной розничной торговли, [3] особый тип прямых (индивидуальных) продаж, при которой дистрибьютеры (сбытовые агенты) фирмы-производители самостоятельно устанавливают личный контакт с потенциальными

покупателями, на основе личных связей. Продажа происходит на дому у потребителя. После реализации покупателю какой-либо продукции, сбытовой агент предлагает привлечь новых покупателей за определенный процент от объема продаж; тем, в свою очередь, предлагают на таких же условиях найти новых людей, желающих приобрести товар и т. д. Таким образом, формируется многоуровневая сеть покупателей-продавцов.

Мировой сетевой бизнес оценивается приблизительно в 150—200 млрд долл. Крупнейшие корпорации имеют оборот от 5 до 9 млрд долл. в год.

В ряде стран существуют законодательные ограничения на деятельность компаний сетевого маркетинга [4]. Многоуровневый сетевой маркетинг используется такими фирмами, как Zepter International, Vitamax, Oriflame, Nature's Sunshine Products, корпорация «Сибирское Здоровье» и др. [5]

Весьма сложно бывает отличить компанию, использующую сетевой маркетинг для реализации продукции или услуг, от финансовой пирамиды. Так как финансовая пирамида – это способ обеспечения дохода участникам структуры за счёт постоянного привлечения денежных средств новых участников. [6] Доход первым участникам пирамиды выплачивается за счет последующих вкладов, привлеченных участников пирамиды. Данный вид махинаций существует еще с 18-го века. За это время было создано около 100 тысяч финансовых пирамид. История знает многочисленные примеры краха финансовых пирамид, как в России, так и во всем мире и как, следствие, потери денег у огромного количества людей, вложивших свои средства в эти мошеннические фирмы. Тем не менее, и сейчас находятся люди искренне полагающие, что смогут получить максимальную прибыль при минимальном вложении денежных средств и труда. Финансовые пирамиды делятся на классические и виртуальные. С течением времени финансовые пирамиды трансформируются и видоизменяются. Существенную роль в этом разнообразии форм играет Интернет. По статистическим данным в Рунете каждые 2-3 недели появляется новая финансовая пирамида. Нужно отметить, что современные финансовые пирамиды тщательно маскируются.

Уровень финансовой грамотности населения недостаточно высок для успешного распознавания очередной мошеннической структуры. В настоящее время единственным, действенным методом борьбы с финансовыми пирамидами является просвещение людей. [7]

Главным признаком финансовых пирамид является то, что прибыль участников пирамиды складывается за счет привлечения в данную финансовую структуру других людей. Также, не менее важным является отсутствие продукта или в качестве продукта могут выступать предметы, не имеющие материальной ценности (примером могут служить «ваучеры», которые были использованы в известной финансовой пирамиде «МММ»). Еще к признакам пирамид следует отнести не востребованность продукта, завышение цен на него, отсутствие юридических адресов фирмы и информации о руководстве компании, регистрацию компаний в оффшорной зоне (Сингапур, Сейшельские острова, Кипр и т.д.) В рекламе компании сообщается, что высокая доходность обусловлена новыми сверхприбыльными видами инвестирования. Вкладчиков

призывают не раздумывать долго, а быстрее вкладывать деньги, их не информируют о возможных рисках, требуют уплатить регистрационный сбор, а размер прибыли зависит от количества привлеченных лично ими клиентов. Договор составляется таким образом, что в случае краха компании им ничего не выплачивается. И последнее, с клиентов берется расписка о неразглашении конфиденциальной информации [8].

Таким образом, были разобраны основополагающие отличия между понятиями «сетевой маркетинг» и «финансовая пирамида». Всегда следует помнить, что деятельность компании сетевого маркетинга всегда направлена на продажу товаров розничным покупателям, а финансовая пирамида всегда пополняет свой бюджет за счет привлечения новых участников в свою финансовую структуру.

Список использованных источников:

1. Значкова Н.В., Кулакова Н.Н. Прибыль -главный фактор, стимулирующий развитие предпринимательства // Направления социально-экономического развития региональной экономики Под редакцией А.А. Мигел, Е.Л. Александрова. Калуга, 2015. С. 57-60.
2. Гераскина Е.В., Кулакова Н.Н. Потребительские предпочтения российских граждан под влиянием снижения реальных денежных доходов//Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности: Сб. статей Международной науч.-практич. конференции/Отв. ред.: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 78-82.
3. Кулакова Н.Н. Ресурсное обеспечение фирмы / Учебно-методическое пособие /Калуга, 2012.- 78 с.
4. Паньшин А.И., Тихонова Т.Ю., Кулакова Н.Н. Вопросы регулирования трудовой миграции в современной России // Человеческий капитал. 2016. № 4 (88). С. 57-58.
5. Фэйлла Д., Фэйлла Н. Прямые ответы на часто задаваемые вопросы об МЛМ / Д. Фэйлла, Н. Фэйлла - М.: «Фаир - Пресс», 2006. - 96с.
6. Кулакова Н.Н., Семененко М.Г., Князева И.В., Черняев С.И. Анализ ассортимента продукции с целью повышения прибыли//Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. -2013. -№ 10-1.-С. 116.
7. Кулакова Н.Н. Технологизация образовательного процесса // Актуальные проблемы развития современного российского образования: Сб. науч. статей по итогам круглого стола Департамента политологии Финуниверситета. Под редакцией С.В. Расторгуева, М.Б. Понявиной. 2017. С. 199-207.
8. Радаев В.В. Возвращение толпы: анализ поведения вкладчиков «финансовых пирамид» //Вопросы социологии, 1998, №8

РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Мамедова Нурана Сахаветовна, студентка

*Научный руководитель: Угрюмова Наталья Викторовна, кандидат
экономических наук, доцент, Финансовый университет при правительстве РФ,
Челябинский филиал, 454084, Челябинск, ул. Работниц, 58, Россия
E-mail: nurana-tamedova98@yandex.ru*

Аннотация: В современных хозяйствующих условиях развитие предприятий невозможно без организационных изменений. Именно такие изменения могут выдвинуть организацию в доминирующую позицию в своей сфере или сохранить её. В данной статье рассматривается роль организационных изменений в российской экономике.

Ключевые слова: организационные изменения, конкуренция, российская экономика.

В современных условиях рыночной экономики предприятие добьется успеха и выживет в конкурентной среде, если его руководство грамотно и компетентно определит требование рынка, создаст и организует производство продукции, которое пользуется спросом и обеспечит высоким доходом высококвалифицированных сотрудников. Безусловно, все эти задачи должны решаться с помощью эффективной системы управления в организации. Несмотря на благополучный ход дел в предприятии, она должна производить организационные изменения, чтобы достичь лидирующего положения в своей сфере или сохранить его.

Организационные изменения — это освоение компанией новых идей или моделей поведения. Деятельность организации представляет собой постоянное реагирование на необходимость изменений, идущих как из внутренней, так и из внешней среды. Управление процессом изменений требует направляемого и долгосрочного развития и руководителей, и организации. [2]

Организационные изменения могут касаться любого аспекта или фактора деятельности компании, к которым относятся:

- в основной структуре;
- в задачах и деятельности;
- в применяемой технологии;
- в управленческих структурах и процессах;
- в организационной культуре;
- в людях – руководство и служебный персонал, их компетентность, мотивация, поведение и эффективность в работе;
- в эффективности работы организации;
- престиж организации в деловых кругах и в обществе.[2]

Факторы, ускоряющие организационные изменения в компании:

- более требовательные покупатели;
- глобализация
- технология;
- другие, неинформационные, технологии также оказывают глубокое влияние на продукцию и рынки;
- люди все чаще становятся фактором, отличающим товары и услуги организации в глазах покупателей. [2]

Согласно модели К. Левина процесс организационных изменений включает в себя следующие шаги:

Шаг 1. Признание необходимости изменений.

Шаг 2. Определение целей организационных изменений.

Шаг 3. Диагноз, т.е. изучение причин организационных изменений.

Шаг 4. Планирование изменений и выбор техники изменений.

Шаг 5. Осуществление изменений.

Шаг 6. Оценка изменений. На завершающем этапе менеджер должен оценить к чему реально привели организационные изменения, их конечные результаты. [1]

Роль организационных изменений проявляется в их преимуществе, а именно:

- социальная приемлемость в связи с естественным ходом изменений;
- учет способности к развитию членов системы;
- стимулирование самоуправления и самоорганизации;
- долгосрочная перспектива;
- отсутствие (снижение) сопротивления изменениям. [3]

Для подтверждения всего вышесказанного, стоит привести несколько примеров из практики российской экономики.

Руководитель тренингов компании «TRIUMPH Academy» в течение 2-х лет пытался изменить мировоззрение сотрудников отдела продаж и выстроить новую технологию продаж. В итоге были уволены все сотрудники этого отдела. Под новую систему продаж был набран новый персонал до 35 лет. Сегодня компания обеспечена заказами на несколько месяцев вперед и занимает 1-е место в Топ-50 тренинговых компаний России. [4]

Строительная компания «Платформа» выбралась в 10-ку лучших строительных компаний, благодаря компетентному руководству. Генеральный директор через некоторое время интенсивной и кропотливой работы поставил цель заниматься не только возведением многоэтажных сооружений, но и оптовой продажей строительных материалов другим компаниям. Эта удвоенная цель помогла выйти не только на передовой уровень, но и закрепиться в рейтинге. Стоит отметить, что темпы роста компании на 2017 год стремительно растут. [4]

Деревообрабатывающее предприятие ПАО «БОР» г. Задонска, Липецкой области, стало известно всей России благодаря своей качественной продукции

по приемлемой цене, что нельзя сказать о конкурентном предприятии ЗАО «ДОН» г. Задонска. Все начиналось с обычного обрабатывания дерева отечественными продуктами. Через некоторое время генеральный директор предприятия наладил связи с зарубежными коллегами в своей сфере деятельности и начал покупать их продукцию для обработки дерева на своем предприятии, что увеличило в разы качество изготавливаемых изделий. Стоит отметить, что предприятие не сделало ценовую надбавку за импортную обработку, что и увеличило спрос покупателей. [4]

В заключении необходимо отметить, что организационные изменения играют очень важную роль в российских компаниях, т.к. благодаря им компании улучшают свою работоспособность, тем самым поднимают свой рейтинг, а значит и рейтинг российской экономики в целом.

Список использованных источников:

1. Мередит Дж, Мантел С. Управление проектами: мл. — Москва, Питер, 2014 г.- 640 с.
2. Угрюмова Н.В. Управление изменениями: Учебник для бакалавров.» – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014 г. – 304 с.
3. Фишер С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р. Экономика: Пер. с англ. со 2-го изд.- М.: "Дело ЛТД", 2012. - 864 с
4. ria-rating.ru – РИА Рейтинг (дата обращения: 30.04.2017).

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА

Мельник Дарья Владимировна, Мальцева Галина Ивановна, студентки
Научный руководитель: Кулакова Надежда Николаевна,
кандидат экономических наук, доцент,
Финансовый университет при Правительстве РФ, Калужский филиал,
248016, г. Калуга, ул. Чижевского, д. 17, Россия
E-mail: nadezhda-kulakov@mail.ru

Аннотация. В данной статье обсуждаются основные тенденции развития банковского сектора РФ. Представлена динамика структуры источников доходов и объема прибыли кредитных организаций, а также доли нерезидентов в общем числе кредитных организаций.

Ключевые слова: экономический рост, банковский сектор, кредитные организации, структура доходов, операции с иностранной валютой, объем убытков.

В настоящее время деятельность любого государства направлена на определенные цели, одной из которых является стабильный экономический рост, а он ведет к повышению уровня жизни населения. Эффективная работа банковской сферы является одним из факторов, влияющих на темп экономического роста. [1] В настоящее время банковская система страны находится в состоянии реформирования, та за период с 2010 по 2017 год наблюдается уменьшение числа участников банковского сектора с 1058 единиц до 623. За анализируемый период снижение составило 41.1%. С 01.01.2015 года по 01.01.2017 года количество кредитных организаций, имеющих генеральную лицензию, сократилось с 256 до 205 единиц, сокращение составило 19.9%. Наибольшее снижение кредитных организаций произошло в 2016 году – 110 банков, а в 2015 году – 101 банк прекратил свою деятельность. Анализируя данные таблицы 1, также можно сделать вывод о неравномерном распределении банковских структур по регионам страны. Основная часть банков расположена в европейской части страны.

Кроме того, по сравнению с ЦФО, в других округах количество банков меньше в несколько раз. Например, в Сибирском федеральном округе на 01.01.2010 года число банков в 9.6 раз меньше (на 01.01.2017 года – в 9.7 раза), а в Дальневосточном в 19.3 раза (на 01.01.2017 года – в 9.9 раза), чем в ЦФО.

При рассмотрении статей доходов банковского сектора, выявлено, что наибольшая часть дохода приходится на операции с иностранной валютой [2] и драгоценными металлами: в 2014г. – 82.6%, в 2015г. – 88.1%, в 2016г. – 88.6%. В то время как доходы, полученные от кредитования реального сектора незначительны. По итогам работы за 2014 год 707 из 833 кредитных организаций получило прибыль, удельный вес убыточных кредитных организаций составил 15.1% [3]. В последующие годы наблюдается рост количества убыточных кредитных организаций, так в 2015 году - 24.6%, в 2016 году – 28.6% кредитных организаций получили убытки (таблица 2).

Таблица 1. Динамика распределения кредитных организаций по федеральным округам РФ в %, на начало года [5]

Федеральный округ	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Центральный	56.5	57.8	58.5	59	59.2	60.0	59.0	57.5
Северо-Западный	7.1	7.0	7.0	7.3	7.6	7.7	8.2	7.8
Южный	10.7	4.6	4.6	4.8	5.0	5.2	5.0	5.3
Северо-Кавказский	-	5.6	5.7	5.2	4.7	3.4	3.0	2.7
Приволжский	11.8	11.6	11.3	11.1	11.0	11.0	11.6	12.4
Уральский	5.1	5	4.6	4.6	4.6	4.2	4.4	4.7
Сибирский	5.9	5.5	5.5	5.5	5.5	5.3	5.6	6.0
Дальневосточный	2.9	2.6	2.7	2.4	2.4	2.6	2.3	3.0
Крымский	-	-	-	-	-	0.2	0.7	0.8
Всего по РФ	100	100	100	100	100	100	100	100

Таблица 2. Финансовые результаты деятельности банковской системы [5]

Показатели	Кредитные организации, единиц			Объем прибыли (убытка) текущего года, млрд. руб.		
	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017	01.01.2015	01.01.2016	01.01.2017
Прибыльные кредитные организации	707	553	445	853.2	735.8	1291.9
Убыточные кредитные организации	127	180	178	264.1	543.8	362.2
Всего	834	733	623	589.1	192.0	929.7

Объем убытков банковского сектора вырос с 264.1 млрд. рублей, по итогам работы за 2014 год, до 362.2 млрд. рублей, по итогам работы за 2016 год. Рост объема убытков за три года составил 37.2%. Количество кредитных организаций, получающих прибыль по итогам работы за год, снизилось с 707 единиц на 01.01.2015 года до 445 единиц на 01.01.2017 года, однако объем прибыли в банковском секторе за этот период вырос на 51.4%

Ведущим направлением в процессе оздоровления банковской сферы РФ в 2016 году стала активная деятельность по отзыву лицензий у кредитных организаций. В первом квартале 2016 было отозвано 27 лицензий, к концу года их количество немного сократилось и составило 23. В 2016 году в целом банковский сектор покинуло 110 кредитных организаций. Произошел отзыв лицензий у большого числа кредитных организаций из-за того, что они не могли покрывать собственные расходы. Благодаря усиленному надзору за деятельностью кредитных организаций возможно «оздоровление» банковского сектора, укрупнение банков посредством их объединения, что в свою очередь должно внести положительные изменения в банковскую структуру.

В целях реализации денежно-кредитной политики правительство страны может влиять на процесс принятия управленческих решений [4] в отдельных кредитных организациях и такое влияние, может быть: полным, частичным, косвенным или в форме контроля. В настоящее время наблюдается увеличение доля государственного участия в уставных капиталах банков. Это приводит к формированию неравных условий для конкуренции в кредитной системе. Кредитным организациям с небольшим капиталом становится труднее найти свое место на рынке. Одновременно, усиливается зарубежное присутствие в банковском секторе РФ (рисунок 1).



Рисунок 1 – Число кредитных организаций с участием иностранного капитала и их доля в общем числе кредитных организаций [5].

На 01.01.2001 года количество кредитных организаций с участием иностранного капитала составляло 130 единиц, а на 01.01.2008 – 175 единиц, рост составил 34,6%. Кроме того, доля кредитных организаций с участием нерезидентов достигает в отдельные годы более 40%, что говорит о том, что роль отечественных банков постепенно снижается.

Ряд аналитиков банковского сектора обозначают угрозы, препятствующих развитию кредитных организаций. К ним можно отнести:

- взаимосвязь с внешней средой, что предполагает высокий уровень зависимости от нее, присутствие системных рисков;
- по доступности банковских услуг для потребителей в разных регионах наблюдается диспропорция;
- низкий уровень диверсификации активов, а, следовательно, и доходов;
- пассивная база является уязвимой (40-46% пассивов составляют средства до востребования).

Таким образом, можно сделать вывод, что банковская сфера России находится в стадии реформирования, а влияние, которое оказывают кредитные организации на экономический рост огромно.

Список использованных источников:

1. Зайцева Н.В., Кулакова Н.Н. Центральный банк: сущность и основные функции // Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности: Сб. статей Международной науч.-практич. конференции / Отв.ред.: Сукиасян Асатур Альбертович. Уфа, 2016. С. 140-143.
2. Сергиенко Н.С. Региональный рынок ценных бумаг в обеспечении развития региона // Калужский экономический вестник. 2016. № 3. С. 8-13.
3. Кулакова Н.Н. Спрос на рынке ипотечного кредитования и факторы его определяющие // Наука Красноярья. 2017. Т. 6. № 1-2. С. 203-206
4. Кулакова Н.Н., Семененко М.Г., Унтилова Л.А. Математические аспекты и компьютерная реализация модели Леонтьева // Калужский экономический вестник. 2016. № 1. С. 76-79.
5. Официальный сайт Центрального банка РФ //: www.cbr.ru

ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДА ОРГАНИЗАЦИИ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM

Миляев Александр Сергеевич, студент

*Научный руководитель: Мищенко Ирина Константиновна, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: IKMischenko @fa.ru*

Аннотация. В статье обоснована экономическая эффективность продвижения бренда компании в социальных сетях на основе метода SMM. На основе характеристики видов деятельности и характера продукции составлен портрет целевой аудитории пользователей социальных сетей и разработаны конкретные мероприятия по продвижению бренда организации в Instagram.

Ключевые слова. Бренд, социальные сети, продвижение, SMM (Social Media Marketing), ВКонтакте, Instagram.

В рыночных условиях мощным фактором продвижения товара на рынок становится наличие бренда. Современная трактовка понятия «бренд» включает «все ассоциации потребителя, возникающие в связи с товаром (фирмой) вследствие приобретения собственного опыта, одобрения общественности и советов окружающих» [1]. Бренд оказывает позитивное влияние на объемы продаж компании, а также существенно увеличивает ее ценность.

Среди технологий продвижения бренда все большую популярность набирают социальные сети, что обусловлено такими причинами, как доверительный «нерекламный» формат сообщений, вирусность информации, проработка портрета целевой аудитории, интерактивность

Рассмотрим в качестве примера инструменты продвижения бренда СНИС в социальной сети Instagram на основе метода SMM (Social Media Marketing) - комплекса мероприятий по продвижению компании или сайта с использованием различных социальных платформ (соцсетей, блогов, дневников и форумов).

«СНИС» - московский бренд с собственным производством в Москве, который позиционирует себя как производитель исключительно качественной женской одежды. В Барнауле права уникальности в регионе предоставлены микропредприятию ООО «ШИК со штатом сотрудников 10 человек.

Отдела маркетинга магазин не имеет. Маркетинговой деятельностью в компании занимаются блогеры и SMM-менеджеры, основные задачи которых - продвижение бренда в Интернет; непосредственное взаимодействие с пользователями и клиентами, повышение известности компании. На данный момент вся маркетинговая деятельность ООО «Шик» представляет собой рекламу в социальных сетях ВКонтакте и Instagram. На рисунке 1 представлена динамика количества подписчиков по годам.

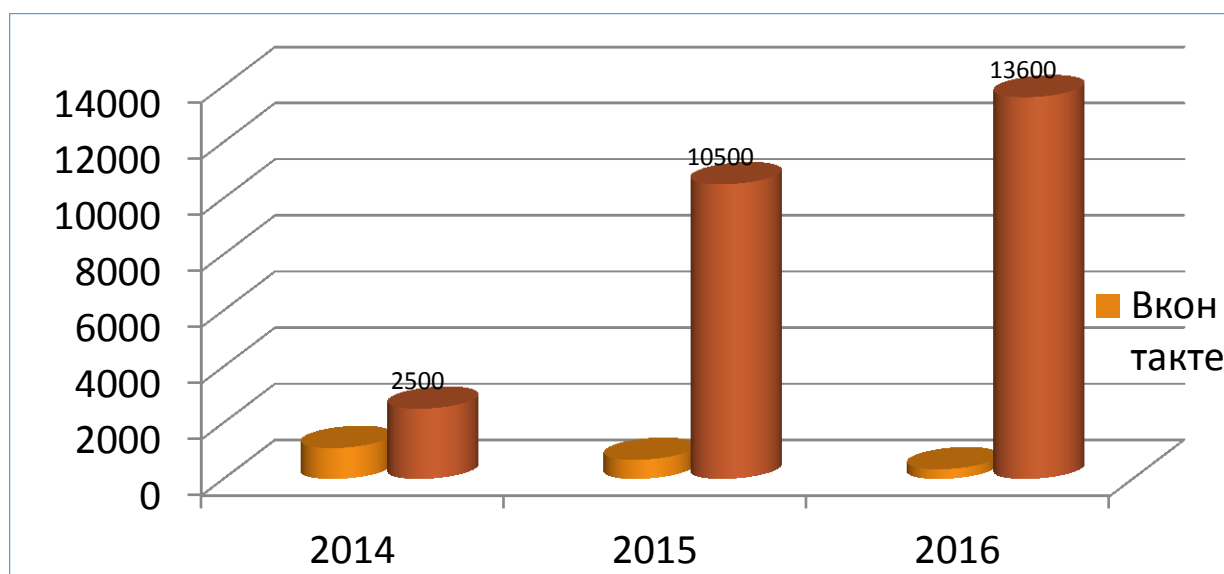


Рисунок 1 - Количество подписчиков ООО «Шик» Вконтакте и Instagram в 2014-2016 гг.

Необходимо отметить, что социальная сеть ВКонтакте сегодня уже теряет лидирующие позиции у клиентов ООО «Шик», а на вершине популярности находится Instagram. По итогам 2016 г. количество подписчиков ВКонтакте составило лишь 344 человека, тогда как в Instagram - 13600 человек [2].

Для продвижения бренда важно представлять портрет потребителей услуг. Чтобы понять, какая целевая аудитория у сообщества в «Инстаграме», можно взять 10 последних публикаций на этой площадке и посмотреть профили людей, которые их отмечали. Если изучить аккаунты 100 человек, станет ясно, кем являются большинство подписчиков этого сообщества [3].

81% пользователей ООО «Шик» в Instagram – женщины. На рисунке 2 представлен возрастной портрет пользователей Instagram.

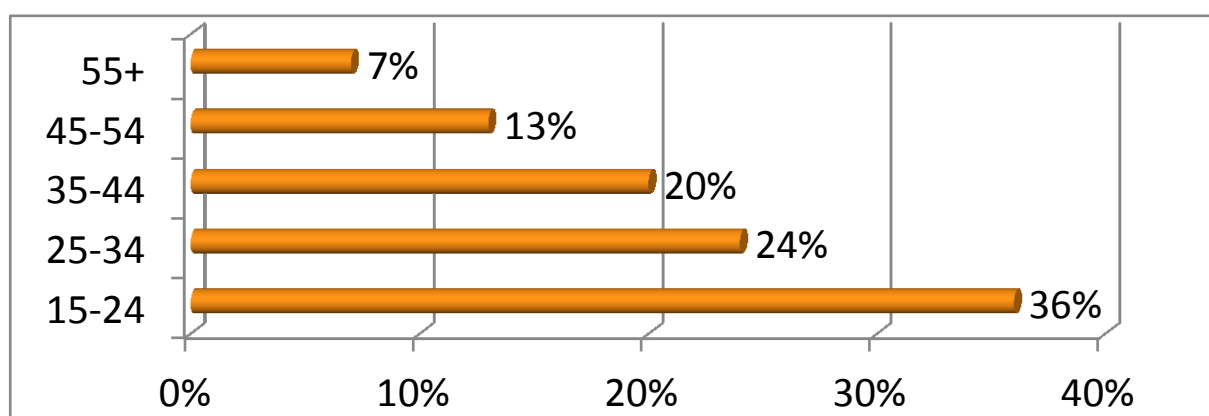


Рисунок 2 - Возрастной портрет пользователя бренда ООО «Шик» в Instagram

Таким образом, большая часть пользователей сети Инстаграм - это женщины в возрасте 15-24 лет. Именно на этот возраст ориентируется одежда бренда ШИС.

К основным проблемам продвижения в Instagram относятся: недостаточная известность бренда СНС, слабая обратная связь с потребителями, низкая эффективность рекламы бренда в социальных сетях, отсутствие эксклюзивных предложений для потребителей.

Нами предложены следующие рекомендации по продвижению бренда ООО «Шик» в социальной сети Instagram:

- побуждать потребителей рассказывать о бренде, используя личные фото;
- вовлекать пользователей, используя популярные хэштеги;
- привлекать людей, пользующихся авторитетом у целевой аудитории;
- стимулировать потребителей оставлять хэштеги бренда на публикациях;
- размещать в Instagram эксклюзивные предложения для подписчиков;
- устраивать потребителям экскурсии «за кулисы»;
- использовать технологию instatarget.

Чтобы оценить эффект продвижения бренда, недостаточно традиционных показателей фирмы [4]. Эффективность продвижения бренда ООО «Шик» в Instagram напрямую зависит от количества подписчиков: чем их больше, тем выше шанс, что с аккаунта пойдут продажи. В таблице представлены основные результаты, к которым приведет продвижение бренда в Instagram.

Таблица – Результаты продвижения бренда ООО «Шик» в Instagram

Показатель	2016	2017 (прогноз)	Изменения +/-
Выручка, тыс. руб.	25 705	33 950	+ 8 245
Чистая прибыль, тыс. руб.	(192)	351	+ 543
Прирост в подписчиках, чел.	13 600	19 100	+ 5 500
Количество публикаций блоггеров (среднее)	25	37	+12
Вовлеченность (в среднем), чел.	234	345	+111
Переходы на сайт, к-во раз	818	1025	+207
Регистрация на сайте, к-во раз	1 108	1 351	+ 243

Исходя из данных таблицы, можем сделать вывод, что продвижение бренда ООО «Шик» в Instagram будет эффективным.

Список использованных источников:

1. Старов С.А. Управление брендами. – СПб, 2008. – 500 с.
2. Официальная страница СНС в Instagram [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/chicbarnaul/> свободный. – Загл. с экрана. – (Дата обращения 20.04.2017).
3. Култышева О.М., Шушарина А.В. Специфика продвижения бизнеса в социальных сетях// Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2016. – Т. 4. № 1. – С. 167-169.
4. Мищенко И.К., Поволоцкая О.А. Основы экономики фирмы. - Барнаул: Концепт, 2015. – 162 с.

КОМПЕТЕНЦИИ – КАК ОДИН ИЗ ЭЛЕМЕНТОВ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ: ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ И ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ В РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Мороз Анастасия Алексеевна, студент

*Научный руководитель: Фасенко Татьяна Евгеньевна, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: TEFasenko @fa.ru*

Аннотация: Персонал в организации играет ключевую роль во всей цепочке бизнес-процессов. Важно не только руководству продуцировать правильные управленческие решения, но важно, чтобы сотрудники понимали данные решения и выполняли свои обязанности на высоком профессиональном уровне. Компетенция является одним из элементов оценки персонала. В данной статье рассматривается управление персоналом организации используя компетенции.

Ключевые слова: персонал, организация, управления персоналом, компетенции, мотивация.

В настоящее время в практике управления персоналом особое место отводится компетенциям. В одних организациях набор компетенций используется в конкретных целях, а в других данный набор находится в центре всей работы с персоналом.

Компетенция — это личностная способность специалиста (сотрудника) решать определённый класс профессиональных задач. В свою очередь компетентность - совокупность компетенций, а именно наличие знаний и опыта, которые необходимы для эффективной работы в той или иной области.

Таким образом, два эти понятия близки и взаимосвязаны, так как для того, чтобы быть уметь выполнять требования, то есть быть компетентным, необходимо иметь нужные качества и характеристики, то есть обладать компетенциями.

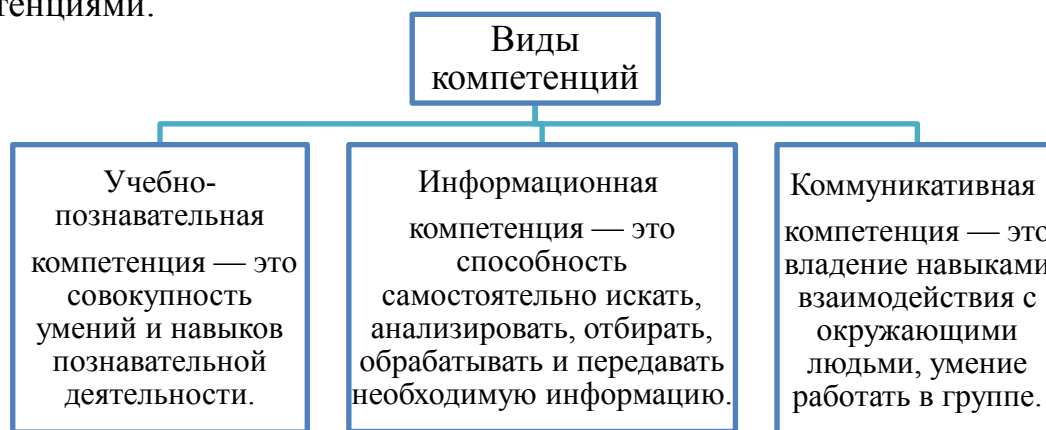


Рисунок 1 – Виды компетенций

Распространение компетенций объясняется тем, что они позволяют описать эффективности работы помимо организации в целом, ещё и каждого сотрудника в отдельности.

Многие используют интервью по компетенциям. Главной ошибкой в оценки является то, что рекрутер в основном оценивает зону «может» и не обращает внимание на зону «хочет». В результате мы получаем человека, который хорошо выполнил пробное задание, но при этом который будет вялым и плохо работающим сотрудником. А всё из-за того, что он не хочет работать, потому что его мотивация не соответствует принятым в компании стандартам. [2]

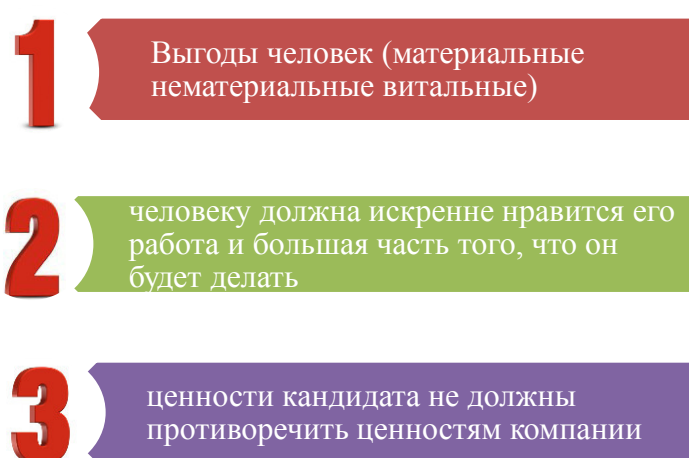


Рисунок 2 – Три составляющие зоны «хочет»

Одним из главных критериев оценивания является способность работника наглядно продемонстрировать на практике уровень собственной компетенции. На сегодняшний день существует множество различных технологий, позволяющих проводить объективную оценку уровня компетенций персонала. Крупные компании в основном предпочитает создавать собственную технологию, которая учитывает специфику деятельности, стратегию и аспекты корпоративной культуры. Для развивающихся компаний и компаний с ограниченным бюджетом наиболее актуальными могут оказаться заимствованные технологии, прошедшие процедуру адаптации к специфике деятельности организации.

Модель компетенций – это набор компетенций, необходимых для успешного выполнения данной работы в организации. Модель компетенций может включать в себя самые различные знания, умения, навыки и индивидуально-личностные характеристики. [2]

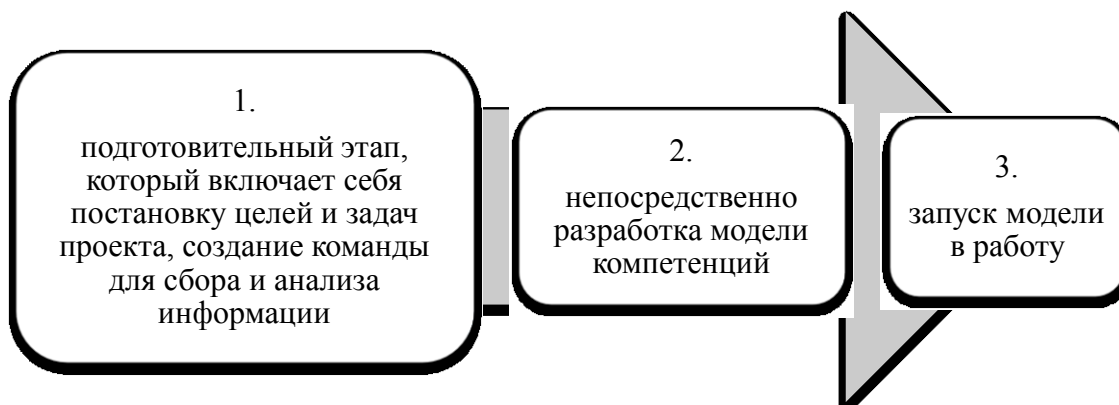


Рисунок 3 – Этапы разработки модели компетенции

После оценки компетенции персонала, руководство может проводить обоснованную кадровую политику: увольнять некомпетентных работников, премировать или повышать наиболее перспективных и компетентных. Также компетенция может служить весомым основанием для приема в штат компании нового сотрудника.

Для оценки компетенций персонала наибольшее распространение получили две комплексные методики. В большинстве случаев применяются: метод «360 градусов» и метод ассесмент-центров. В методе ассесмент-центров оценка производится по результатам наблюдения за работником в реальных или смоделированных рабочих условиях. Данная методика во многом схожа с деловыми играми, часто применяемыми во время бизнес тренингов. Оценщиками могут являться опытные менеджеры, психологи или специалисты центров оценки, привлеченные на договорной основе. В качестве дополнения, для оценки используют интервью, которое позволяет подвести итог и дать наиболее объективную оценку уровню компетенции работника. На основании полученной информации линейные руководители смогут принимать обоснованные решения в отношении ротации персонала. Метод «360 градусов» подразумевает оценку сотрудника, которая проводится с привлечением всего рабочего окружения – топ-менеджеров, линейных руководителей, коллег, подчиненных, представителей партнерских организаций и даже клиентов. Оценивание производится на основании мнений, полученных в ходе опроса об уровне соответствия занимаемой должности отдельно взятого работника. Так же для проведения оценки по данному методу в некоторых случаях применяются анкеты (анонимные). [1]

В сегодняшней России начинают применяться различные управленческие методы, которые популярны в других странах мира, и те методы, которые использовались в СССР в период до 1980-х годов.

В международном сообществе метод 360° имеет несколько названий, наиболее популярные из них — Feedback 360 degree, 360 degree survey. Слово «оценка» не иностранными специалистами по управлению персоналом не используется вовсе. У нас данный метод воспринимается только как метод оценки персонала. И именно это отличие накладывает существенные акценты и

влияет на дальнейшее использование и внедрение метода 360° в российскую практику.

Российская специфика показывает, что чаще всего заказчиками выступают руководители компаний, но при этом данный метод они воспринимают как аудит управленческого звена в компании. Так же в России заказчиками и консультантами могут выступать отделы по работе с персоналом компании, предлагая руководству компании метод «360 градусов» в качестве инструмента принятия кадровых решений за счёт оценки руководителей. Руководителям подразделений, которые оцениваются отводятся в большей степени пассивная роль.

В других странах заказчиками метода 360° являются высший менеджмент и руководители отдельных линейных подразделений.

Западные специалисты, в отличие от нас, результатом данного метода видят основу точечного развития для управленческого звена, а в России мы хотим видеть результатом обратной связи отчет о степени развития компетенций и четкий рейтинг сотрудников «лучшие — худшие». У нас главным инструментом управления своей карьерой и даже переменной частью заработной платы является рейтинг по результатам. Также по результатам принимаются различные решения, от отбора в кадровый резерв, до назначения премий и других стимулирующих программ.

Российские специалисты хотят видеть результаты «здесь и сейчас», но при этом получив результаты оценки, многие сразу принимают кадровые решения, не проверив точность данных и не посмотрев на эффективность проекта в целом.

Таким образом, западный подход к методу 360° сдвигает ответственность за эффективность развития на самого сотрудника. А в нашей же практике ответственность за управление персоналом, а также за программы развития и ротацию сотрудников продолжает оставаться обязанностью подразделений по работе с персоналом.

В зарубежных организациях функции по проведению оценки кадров распределяются между линейными руководителями и кадровыми службами. Например, кадровики помогают внедрять систему оценок, а также разрабатывают программы обучения и проводят различные опросы. Но всё же начальнику принадлежит решающая роль в оценке персонала, так как он хорошо знает своих подчиненных и несет полную ответственность за результаты их деятельности, применение мер поощрений и наказаний, за их обучение и развитие.

Модель компетенций в российской компании — явление относительно новое. Работодатели только начинают с ними работать и учатся применять. Компания НН.ru совместно с сервисом «Оценка талантов» изучили данный вопрос и опросили 581 компанию, чтобы узнать, как они работают с моделями компетенций. [6]

Есть ли у вас модель компетенций?

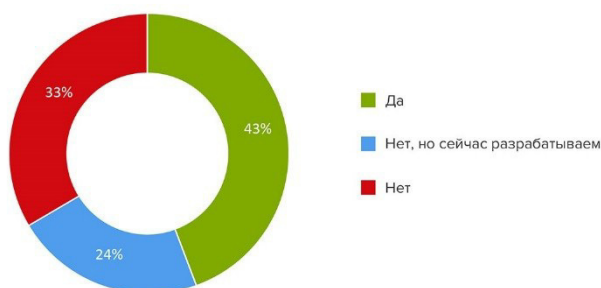


Рисунок 4 – Есть ли у вас модель компетенций?

Как давно вы разрабатывали/актуализировали модель?

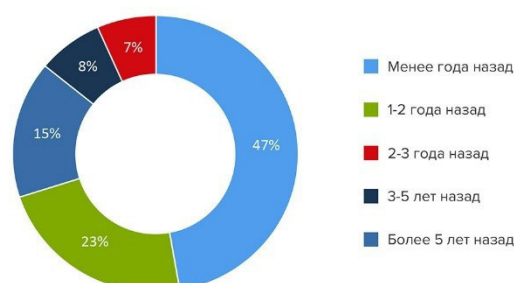


Рисунок 5 – Как давно вы разрабатывали/актуализировали модель?

В ходе опроса было выявлено, что ровно две трети российских компаний разрабатывают сейчас или уже используют модели компетенций, и всего лишь одна треть опрошенных не используют модели компетенций. Практически у половины опрошенных компаний модели существуют менее года, у 8% 3-5 лет и только у 15% модели компетенций существуют более 5 лет. (Рисунки 4-5)

Также для компаний ставился вопрос «Для чего вы используете модель компетенций?» и ответы показали то, что в основном модели компетенций используются для подбора персонала. Но половина компаний, которые используют модели компетенций, чаще всего называют как минимум 3 цели для их использования. (Рисунок 6)

Для чего вы используете модель компетенций?

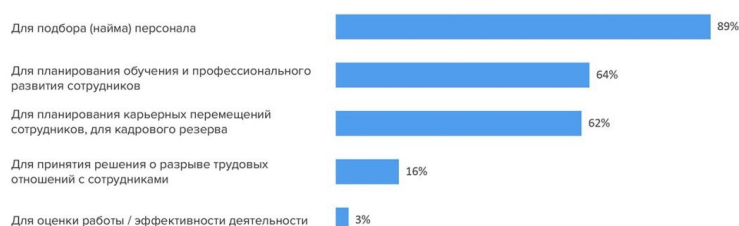


Рисунок 6 – Для чего вы используете модель компетенций?

В основном модели разрабатываются компаниями самостоятельно, но есть и такие компании, которые предпочитают взять стороннюю модель или привлечь консалтинговых провайдеров. Самостоятельно разрабатывают более 75% опрошенных компаний, 10% транслируют из головного офиса, 4% компаний привлекают консалтинговых провайдеров и 4% решили взять стороннюю готовую модель. (Рисунок 7)

Как вы разрабатывали или планируете разрабатывать модель компетенций?

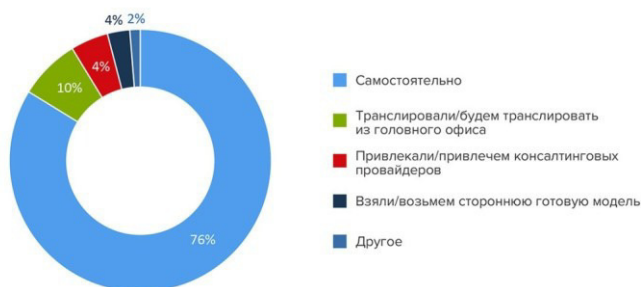


Рисунок 7 – Как вы разрабатывали или планируете разрабатывать модель компетенций?

Более популярным методом для разработки модели компетенции из опрошенных компаний оказалась внутренняя экспертиза, как для тех кто проводил данный метод самостоятельно, так и для тех кто привлекал консалтинговых провайдеров. На втором месте по самостоятельной разработке идёт интервью, а всё потому что если люди сосредоточатся на какой-либо критической ситуации, с которой столкнулись во время работы, то можно собрать данные о самых важных компетенциях. (Рисунок 8)

Какие методы вы использовали(используете) для разработки модели компетенций?

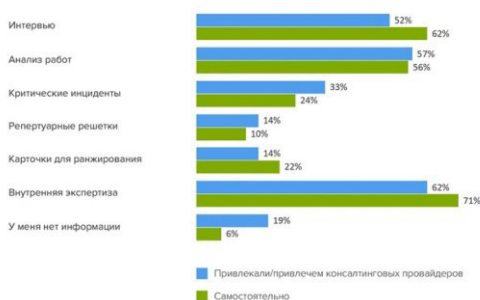


Рисунок 8 – Какие методы вы использовали (используете) для разработки модели компетенций?

На конец 2016 года HR-Radio (первое радио для HR-директоров) был составлен график оценки персонала и по нему можно сказать, что и для оценки при найме и для оценки уже действующих сотрудников лидирует интервью по компетенциям. Тесты навыков и знаний так же достаточно часто применяются в компании, для того чтобы оценить на что способен работник. Меньше всего в компании пользуются тестами общих интеллектуальных способностей. (Рисунок 9)

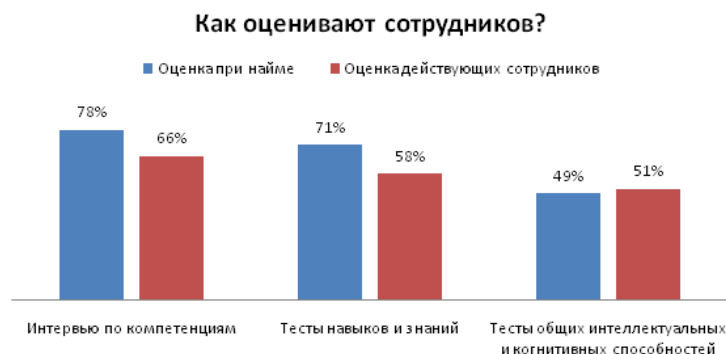


Рисунок 9 – Как оценивают сотрудников?

Таким образом, видно, что модели компетенций всё чаще применяются в компаниях в качестве оценки персонала. Так как сотрудник должен не только уметь делать ту или иную работу, но и хотеть работать, а также иметь определённый набор компетенций и быть компетентным в своей области.

Список использованных источников:

1. Директор по персоналу [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://www.hr-director.ru/article/66341-qqq-16-m9-otsenka-kompetentsiy-personala>, свободный. Загл. с экрана.
2. Википедия [Электронный ресурс] // Режим доступа: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Компетенция_\(управление_персоналом\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Компетенция_(управление_персоналом)), свободный. Загл. с экрана.
3. Эффективная система оценки персонала [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://360hr.ru/360/zarubejnyouryt>, свободный. Загл. с экрана.
4. Ветошкина Т. Роль компетенций в управлении персоналом // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2008. - №3.
5. Володина Н. Модель компетенции – это не сложно. // kadrovik.ru. – 2007/ - №6.
6. Совет по профессиональным квалификациям в области управления персоналом [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://sovethr.ru/2016/11/01/modeli-kompetencij-est-u-43-rossijskix-kompanij/>, свободный. Загл. с экрана.
7. Кузнецова Т.Е. Основные проблемы оценки качества компетентности выпускников вузов / Т.Е. Кузнецова // Вестник филиала всероссийского заочного финансово-экономического института в г. Барнауле. - 2010. - № 13. - С.104-107.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ТЕРРИТОРИЕЙ

Нетёса Татьяна Валерьевна, студентка

Научный руководитель: Лукина Елена Викторовна, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия

E-mail: netesa.tanya@mail.ru

Аннотация: В статье рассматриваются инструменты территориального маркетинга. Использование данных инструментов позволяет регионам формировать имидж, повышать свою инвестиционную привлекательность, развивать потенциал. Анализируется применение инструментария комплекса-маркетинга в достижении целей по развитию конкурентных преимуществ региона. Цель автора – изучить разные подходы к трактовке понятия «территориального маркетинга», сформировать рабочее определение. В статье определяется цель и сущность территориального маркетинга, а также необходимость формирования отличительных конкурентных преимуществ регионов. Данная статья заинтересует студентов и аспирантов, обучающихся по направлениям «Менеджмент» и «Маркетинг».

Ключевые слова: Маркетинг, территориальный маркетинг, имидж территории, инструменты комплекса-маркетинга, внутренние и внешние субъекты, конкурентные преимущества региона.

В современном мире большое внимание уделяется социально-экономическому преобразованию в регионах, которые в совокупности составляют общий уровень социально-экономического развития страны. Для решения этих проблем требуется поиск новых инструментов эффективного реформирования, к ним относится территориальный маркетинг. Он представляет собой некую деловую философию активной предпринимательской деятельности, которая нацелена на удовлетворение потребностей населения в данном регионе. Регионы конкурируют между собой за признание потребителей, используют маркетинговые инструменты. Применяя эти способы, регионы повышают свою привлекательность, известность, улучшают имидж территории. Это благоприятно влияет на экономический рост региона. Актуальность изучения сущности понятия территориальный маркетинг заключается в том, что в современное время необходимо активнее развивать потенциал регионов, так как их развитие играет значительную роль в развитии всей страны, а также в формировании её имиджа и инвестиционной привлекательности.

В настоящее время всё больше возрастает необходимость формирования отличительных конкурентных преимуществ отдельных регионов. Можно заметить, как некоторые регионы страны эффективно используют инструменты

регионального маркетинга для развития конкурентных преимуществ, создавая благоприятную инфраструктуру для бизнеса, жителей и туризма. Маркетинг регионов нацелен на продвижение товаров и продуктов предприятий, характерных для этого региона наиболее приоритетных отраслей экономики, с целью создания конкурентной политики региона.

В рамках настоящего исследования понятия территориальный и региональный маркетинг будем считать синонимичными, хотя понятие «территория» шире понятия «регион». Рассмотрим каждое из них.

Авторы, которые изучают проблемы регионов, утверждают, что региональный маркетинг – это «маркетинг, осуществляющийся на уровне региона, отражающий и впитывающий в себя специфику и особенности того или иного региона» [2].

Существует много трактовок понятия «территориальный маркетинг». Одни авторы, при определении данного понятия важную роль отводят маркетингу инфраструктуры, достопримечательностей, событий, товаров – всему тому, что становится уникальной особенностью регионов. «Территориальный маркетинг – это позиционирование или создание бренда региона, работа с инвесторами, когда во главу угла ставятся создание интересных предложений для инвестиций» [3, с. 11]. Довольно часто встречаемая и, по мнению автора статьи, достаточно точно определяющая сущность территориального маркетинга трактовка этого понятия А. П. Панкрухиным. Он описал территориальный маркетинг, как «маркетинг в интересах территории, ее внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория» [4, с. 559].

При изучении понятия «территориальный маркетинг», автором статьи рассматривалась территория в целом как субъект, который представляет интерес как внешним, так и внутренним пользователям. Внешние субъекты относятся к региону, как к возможности использовать имеющиеся там ресурсы для собственного благополучия. Например, возможность реализации финансовых средств, использование, имеющихся на территории, физических ресурсов. Внутренние субъекты соотносят своё благополучие и благополучие своей «малой родины».

Очевидно, что повышение имиджа региона приносит выгоду и внешним и внутренним субъектам. Их совместное благополучное использование региональных ресурсов, в конечном счете, увеличивает собственное благополучие региона. Соответственно, при разных интересах субъектов, должны использоваться и разные подходы к этим двум категориям потребителей [6].

Среди стратегий и тактик территориального маркетинга выделяют: маркетинг имиджа, маркетинг достопримечательностей и развлечений, персонала, инфраструктуры. Маркетинг имиджа наиболее часто используется при выборе стратегии регионального маркетинга. Он представляет собой целенаправленную деятельность по созданию и поддержанию благоприятного имиджа территории. Весьма важную роль в формировании имиджа региона играют его территориальные и национальные различия. Маркетинг

достопримечательностей и развлечений является дополнением маркетинга имиджа. В этом случае территория использует естественные достопримечательности, объекты культуры, известных личностей. Маркетинг инфраструктуры важный элемент маркетинга региона, поскольку неудовлетворительное состояние инфраструктуры делает рост имиджа региона невозможным. Главной задачей маркетинга персонала является формирование местного патриотизма и одновременно создание дружелюбного отношения к приезжающим [5].

Достижение целей по развитию конкурентных преимуществ региона основывается в первую очередь на применении инструментария комплекса-маркетинга. Под продуктом, как одной из составляющей маркетинговой смеси, понимают совокупность ресурсов, расположенных в границах определенного региона. Например, географическое местоположение, качество жизни, инфраструктура, сырьевые ресурсы. Лицу, которое решает жить или вести деятельность на определенной территории, важны такие критерии, как: месторасположение, климат, природные ресурсы, экологическая чистота, развитие транспортного сообщения. К основным характеристикам, которые привлекают потребителей, относят уровень заработной платы, наличие работы, величина прожиточного минимума, товары и услуги, которые производятся на данной территории и могут иметь интерес для личного потребления. Человек в данном случае оценивает территории с экономико-географической позиции [1].

Маркетинг территории позиционирует уникальные свойства территории как товара. Эти свойства должны быть полезны потребителям, предпринимателям, инвесторам, туристам. Для предпринимателей важны благоприятные условия развития бизнеса, наличие квалифицированной рабочей силы. Для инвесторов приоритетны состояние инфраструктуры, уровень стабильности и безопасности. Туристов привлекают климатические условия и достопримечательности.

Изучив разные подходы к трактовке понятия «территориальный маркетинг» сформулируем рабочее определение в рамках настоящего исследования: «Территориальный маркетинг – маркетинг в интересах самой территории, её внутренних, а также внешних субъектов, в удовлетворении потребностей которых заинтересованы государственные органы управления территории». Выделяют маркетинг территории и маркетинг на территории, то есть внутри. Целью территориального маркетинга выступает увеличение притягательности, престижа территории в целом, привлекательности имеющихся на территории природных, финансовых, трудовых ресурсов, а также возможности реализации таких ресурсов. Маркетинг регионов использует инструменты, которые приносят доход территории и в тоже время продвигают регион на внешнем рынке. Сущность территориального маркетинга довольно интересная, и подробное её изучение предоставит профессиональные методы для создания такого имиджа региона, который повысит благополучие этой территории.

Задачи, которые должны решать государственные органы управления региона для повышения имиджа территории:

- разработать стратегию территориального маркетинга;
- определить заинтересованные стороны в позиционировании региона, то есть внешние и внутренние субъекты;
- обозначить маркетинговую смесь для каждой пары субъектов;
- провести позиционирование.

Разработка задач государственных органов управления в сфере маркетинга территории и будет целью дальнейшего исследования.

Список использованных источников:

1. К вопросу оценки инновационного потенциала предприятия, статья Омельченко С.В., Вестник алтайской науки. – Барнаул. – 2015. - № 3, 4 (25, 26). - 683 с. – С. 324-329
2. Кислюк М.Б., Сурнин В.С. Кузбасская модель реформирования экономики (теория, практика, опыт): Кузбасская энциклопедия: Т. 2. Серия экономическая. Кемерово: Кузбассвузиздат, 1995. С. 324.
3. Маркетинг: учеб. для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг»/ А.П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. – 4.е изд., стер. – М.: Омега.Л, 2006. – 656 с. – (Высшее экономическое образование). – ISBN 5.98119.461.8.
4. Маркетинг территорий : учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 262 с.
5. Мероприятия по стимулированию сбыта: современные аспекты, Новикова Ж. А., Милешина О. В., Вестник Тульского филиала Финуниверситета. Социально-экономическое развитие региона: теория и практика. – Тула: Издательство ТулГУ, 2015. – 274 с. – С. 133-135
6. Система финансового обеспечения инвестиционного и инновационного развития промышленности Алтайского края : монография, В.А. Бородин, А.М. Руденко, М.Е. Кулагина, Барнаул: ИП Колмогоров И.А., 2013. – 164 с., Барнаул: ИП Колмогоров И.А., 2013. – 164 с.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В РОССИИ

*Нурмагомедов Амин Абдулхаликович, магистрант
Финансовый Университет при правительстве Российской Федерации,
Владикавказский филиал,
362002, г. Владикавказ, ул. Молодёжная, д.7, Россия
E-mail: Aminnur1993@mail.ru*

Аннотация: В работе показана социальная ответственность бизнеса. Проанализированы взаимодействия бизнеса с другими структурами в области корпоративной социальной ответственности, выявлены проблемы.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, корпоративная социальная ответственность, средств массовой информации, предпринимательство.

Сегодня существует множество определений понятия «социальная ответственность бизнеса» и «корпоративная социальная ответственность»:

Социальная ответственность означает способность организации или предприятия оценить последствия своей деятельности для устойчивого социального развития общества.

В моём понимании КСО - Политика компании, направленная на улучшения качества жизни в регионе, в котором функционирует компания, не ожидая при этом непосредственной экономической выгоды, это такое отношение бизнеса к социальным сферам жизни, это то, насколько компания осознает свою значимость для социума, и то, насколько положительно ее деятельность отражается на состоянии общественной среды, это посильная помощь бизнеса наименее защищенным слоям населения, как и каким образом и в каком объеме - каждый решает сам для себя - вариантов масса (от оказания материальной помощи сотрудникам, до крупномасштабных разработанных проектов) .

- поддержка сотрудников в сложных жизненных ситуациях;
- оказание спонсорской помощи;
- предоставление нематериальных ресурсов для проведения социальнозначимых мероприятий...

По оценкам отечественных специалистов, занимаются в России от силы 100 компаний, и то только те, которые так или иначе работают за границей.

Многие предприниматели и менеджеры, отвечающие за КСО в крупных компаниях, отмечают, что процесс внедрения концепций корпоративной социальной ответственности в формате международных стандартов остается формальностью. [1]

Опрос, который в рамках реализации медиапроекта проводился более чем в 80 региональных отделениях крупнейшего бизнесобъединения Всероссийской

общественной организации малого и среднего предпринимательства "ОПОРА РОССИИ" - "ОПОРА-Созидание", показал, что индивидуальная и коллективная благотворительность, реализация предпринимателями различных социальных проектов имеет место во всех регионах без исключения. Однако лишь половина из этих предпринимателей готовы так или иначе публично делиться информацией о своих достижениях в этой области.

Очевидно, что структура социальной активности предпринимательства и подходы к ее реализации в России иные, чем на Западе. Подтверждает это и история российского предпринимательства. Несмотря на семь десятилетий строительства социализма, до наших дней сохранились храмы и больницы, театры и музеи, построенные на деньги российских предпринимателей. Надо заметить, что эти и многие иные добрые дела - результат деятельности конкретных предпринимателей и предпринимательских фамилий, но никак не результат корпоративной активности. В то же время в США и Европе многие благотворительные и социальные проекты еще в XIX в. стали реализовываться именно в корпоративном формате, а это значит, что причину различий в подходах к социальной активности предпринимательства надо искать вовсе не в "отставании" российского рынка или "недоразвитости" нашей корпоративной культуры. Причины в различном отношении российского и западного человека к тому, что такое "хорошо", а что такое "плохо", во взгляде на заботу о ближнем или на совершение добрых дел. [2]

Говорим ли мы о западном обществе, которое проделало путь от религиозного фанатизма до фактического безбожия, или о российском обществе, переживающем ренессанс веры и духовности после атеистических завоеваний советской власти, мы не можем отрицать глубочайшее влияние веры, отраженное в культуре, психологии, государственном и общественном устройстве, в человеческих взаимоотношениях. Для российского общества это влияние православия, для западного - католичества и протестантизма во всех его проявлениях. Именно здесь следует искать разницу наших подходов, в том числе и к вопросам корпоративной социальной ответственности.

Почему западные стандарты корпоративной социальной ответственности так сложно приживаются в России?

Во-первых, практически отсутствует какое-либо давление на компании со стороны общественности - гражданского общества. В нашей стране "включение" механизмов общественного давления скорее исключение. Оно имеет место на фоне экстремальных событий или в ситуации "дальше некуда". Конечно, мы сегодня видим, что предпринимаются значительные усилия для формирования в России "гражданского общества", однако пока это только видимость, которую создают определенные группы лидеров, взаимодействующих и борющихся между собой и с государством для достижения собственных целей.

Как следствие такого пассивного поведения общества в России все еще крайне слабо развита система судебного рассмотрения гражданских дел. Наши суды нечасто сталкиваются с исками о защите чести и достоинства или о компенсации за причиненный прямой или косвенный ущерб.

Все решения, выносимые по таким делам, с финансовой точки зрения носят откровенно символический характер.

Второй характерной чертой нашего общества является очень высокая роль государства и государственных чиновников. Компании практически ежедневно так или иначе сталкиваются с давлением со стороны государства или его служащих. Во многом именно решения государства или местной власти диктуют российским компаниям необходимость и характер их активности в области КСО. Немудрено, что при этом любая такая деятельность воспринимается предпринимательским сообществом как попытка обложения дополнительными податями. Здесь кроется и причина низкой эффективности подобных мероприятий. Если под давлением власти складывается отношение к корпоративной социально направленной деятельности как к дополнительному "налогу", то основной задачей предпринимателя становится минимизация этих дополнительных расходов. [3]

Не вызывает удивления также тот факт, что социальная и благотворительная деятельность российских предпринимателей носит достаточно "хаотичный" характер, а социальные проекты российских компаний или имеют значительный перевес благотворительности, или направлены "внутрь" компаний - на собственных сотрудников и их семьи (обучение, поддержка и пр.). Конечно, сегодня на российском рынке есть множество примеров реализации программ корпоративной социальной ответственности, построенных с учетом бизнесинтересов, возможностей использования мероприятий КСО для формирования положительного имиджа, продвижения своих продуктов и услуг, а также для установления и поддержки связей с властью. Однако это или крупные компании, структура акционерной собственности которых размыта, или компании, активно работающие на западных рынках, или компании, принадлежащие западному капиталу и вынужденные соответствовать единым стандартам, которых придерживаются их владельцы.

Среди проблем, сдерживающих развитие корпоративной социальной ответственности бизнеса в России, можно выделить две группы:

1) Проблемы, вызванные недостаточно активным участием государства, среди которых основными являются следующие. Проблема отсутствия четкой стратегии государства в вопросе развития КСО. До сих пор на федеральном уровне не закреплены понятия «социальные инвестиции» и «корпоративная социальная ответственность», не определены формы их проявления, а также не обозначены границы ответственности между бизнесом и государством. В результате нормативная база, регулирующая КСО бизнеса, остается неразработанной. [4]

Другая проблема связана с отсутствием законодательного закрепления обязанности компаний публиковать нефинансовую отчетность вместе с финансовыми отчетами, а также отсутствие стандартов, которым необходимо придерживаться при ее формировании. Низкий уровень прозрачности и подробности данных приводит к тому, что во многих компаниях нет критериев отбора и оценки эффективности социальных проектов. И еще одной проблемой

является недостаточное налоговое стимулирование, что характерно не только для нашей страны.

2) Ко второй группе проблем относятся те, которые связаны слабостью развития отечественных общественных институтов. В США и Европе на социальную активность бизнеса значимое воздействие оказывают заинтересованные пользователи, а именно местное сообщество и некоммерческие организации. В России же отсутствуют четкие позиции, запросы и демонстрируемые выгоды для компаний со стороны общественных институтов, что сдерживает мотивацию к информационной открытости.

Вторая проблема в этой группе связана с недостаточным количеством специалистов, обладающих знанием, опытом, необходимой квалификацией для управления социальными программами компании. В связи с этим социальная деятельность представителей даже крупного бизнеса сараны не имеет стратегической цели, представляя собой независимые социальные проекты.

Третья проблема – это короткая история развития фондового рынка, в результате которой социальная деятельность компаний практически не оказывает влияния на рыночную стоимость их акций. Она негативно, хотя и опосредованно, воздействует на развитие социальной активности бизнеса в нашей стране. В то время как в странах запада фондовый рынок оказывает одно из основных стимулирующих воздействий на развитие институтов корпоративной социальной ответственности, так как именно через его механизмы происходит оценка деятельности бизнеса, которая выражается в стоимости акций компании. [5]

Еще одна важная проблема связана с негативной ролью средств массовой информации. Многие деловые издания доносят до читателей, в первую очередь, скандальную хронику в области благотворительности в социальной сфере с участием бизнеса. Положительная же информация о социальных проектах бизнеса рассматривается как реклама и поэтому редко попадает на страницы газет и журналов. Очевидно, здесь также необходимы усилия по изменению сложившейся тенденции как со стороны бизнес сообществ, так и государства с активным участием средств массовой информации.

Российские компании не уделяют должного внимания оценке эффективности социальных инвестиций: исследование Ассоциации менеджеров показало, что ее проводили лишь 56 % компаний. [6]

В долгосрочной перспективе корпорации, не разделяющие концепции социальной ответственности, имеют большие социальные риски и более низкие темпы роста, что приводит к снижению стоимости корпорации. Таким образом, внедрение стандартов корпоративной социальной ответственности и систематическая работа по формированию социальной политики компании позволит принимать ответственные решения, приводящие к росту стоимости компании.

Список использованных источников:

1. Международный стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности». [Электронный ресурс]. URL: http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf (дата обращения 16.04.2016)
2. Киварина М.В. Корпоративная социальная ответственность // Экономический журнал. 2011. №23. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvinnost> (дата обращения 16.04.2016)
3. Беляева И.Ю. Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект : монография./ И.Ю. Беляева. - М. : КНОРУС, 2008.
4. Федеральный образовательный портал: Экономика Социология Менеджмент - URL: http://ecsocman.hse.ru/data/2010/04/23/1213594719/Belaieva_korporativ_otvetstv.pdf
5. Николаев Н. Проблемы и пути развития корпоративной социальной ответственности в России [Электронный ресурс]. URL: <http://opora-sozidanie.ru/?p=1380> (дата обращения 16.04.2016)
6. Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей — [URL]: <http://рспп.рф> (дата обращения: 10.03.2014).
7. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits by Milton Friedman The New York Times Magazine, September 13, 1970. Copyright © 1970 by The New York Times Company.

КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.

*Кайзель Кристина Александровна,
Сысоева Анастасия Вячеславовна, студенты
Научный руководитель: Преснякова Виктория Васильевна
Финансовый университет при Правительстве РФ, Омский филиал,
644099, г. Омск, ул. Партизанская, 6, Россия
E-mail: viktoriya_presny@mail.ru*

Аннотация. В статье анализируется корпоративное управление организаций в российской практике и ее особенности, и выделяются ее ключевые проблемы. Обозначены условия для эффективного корпоративного управления. Приведены возможные пути решения недостатков российского корпоративного управления для дальнейшего эффективного функционирования и развития организаций в отечественной экономике и дальнейшие перспективы развития российского корпоративного управления.

Ключевые слова. Корпорация, корпоративное управление, инвестиционная привлекательность, эффективное корпоративное управление, инвесторы.

Вопросам корпоративного управления в России посвящено значительное количество исследований. Проблема его эффективности остается достаточно актуальной и значимой на практике. Задача данной статьи состоит в том, чтобы обозначить ключевые проблемы корпоративного управления в России и перспективы развития для повышения его эффективности.

Особенности корпоративного управления в последние годы все больше привлекает инвесторов, в том числе зарубежных, при оценке привлекательности компаний, тем, что оно может обеспечить высокий уровень информационной прозрачности, а также эффективности принятия решений, чем может обеспечить сохранность и доходность их вложений «повышение качества и прозрачности корпоративной отчетности становится для компаний неоспоримым преимуществом в конкурентной борьбе» [1].

Эффективная система корпоративного управления положительно влияет на финансовую результативность, но в большинстве российских компаний эта тенденция не просматривается, что является существенной проблемой, препятствующей повышению инвестиционной привлекательности и соответственно зарубежных капиталовложений в российскую экономику. Следовательно, это сдерживает рост капитализации российских компаний. Причинами являются не только механизмы деятельности предприятия, но и взаимоотношения между собственниками и менеджерами, такие как нарушения прав акционеров, подрывающие доверие потенциальных инвесторов.

Другой проблемой недостаточного развития корпоративных отношений можно выделить несовершенство российского законодательства по части корпоративного управления. Существующие законы и законодательные акты, регулирующие корпоративные отношения, имеют серьезные недочеты и несоответствия положениям международных стандартов. Также, неблагоприятная государственная политика для бизнеса сдерживает развитие корпоративного управления в России, так как повышение прозрачности компаний делает их более уязвимыми перед контролирующими органами и силовыми структурами.

Из этого вытекает следующая ключевая проблема корпоративного управления – это низкая прозрачность большинства компаний, ограниченный доступ к информации о финансовом состоянии, владельцах и проводимых сделках «публичные компании нередко ограничиваются публикацией лишь той информации в рассматриваемой области, которая положительно влияет на их имидж».[1] Уровень прозрачности корпораций связан с коэффициентами рыночной оценки акций компаний. Компании, которые не скрывают корпоративную информацию и более открыты для инвесторов и на рынке ценятся достаточно высоко.

Вышеперечисленные проблемы корпоративного управления усугубляются проблемой отсутствия общепризнанной методики оценки ее эффективности. В большей степени оценка производится с использованием нефинансовых критериев. При применении существующих методов качественной оценки корпоративного управления, выявляются недостатки. То есть, они применимы только для компаний с эффективным корпоративным управлением, методики российской практики не дают точные результаты, не всегда возможно применить зарубежную практику оценки, недостоверность исследуемой информационной базы, не все интересы собственников учитываются, отсутствие конкретизации критериев оценки.

Обозначенные проблемы являются ключевыми и требуют решения для дальнейшего развития компании. Эффективному корпоративному управлению характерны такие черты как:

- прозрачность – раскрытие информации о финансовом положении компании и другой информации о ее деятельности, защита прав и интересов всех акционеров;
- ответственность – действовать в рамках законодательства и норм этики;
- доверие со стороны инвесторов в защите своих средств;
- подчиненность со стороны менеджером перед собственниками.

В перспективах развития компаний, выделенные проблемы необходимо устранить. Можно выделить следующие пути решения:

1. Повышение эффективности корпоративного управления, путем разработки кодексов компаний с целью улучшения позиций на рынках долгосрочного финансирования для привлечения инвесторов. Собственный кодекс корпоративного поведения обеспечит информационную открытость,

соблюдение высоких стандартов в управлении, повысит привлекательность и доверие со стороны инвесторов.

2. Устранение недостатков корпоративного законодательства, тем самым дать возможность учитывать интересы всех участников в корпоративных отношениях и защищать права собственников.

3. Применять международные стандарты учета и отчетности с целью повышения прозрачности компаний. Это решение поможет зарубежным инвесторам понимать и разбираться в отчетах составленных российскими компаниями.

4. Совершенствование методики оценки корпоративного управления, учитывающей не только нефинансовые показатели, но и показатели финансово-экономического потенциала компании.

Проанализировав проблемы корпоративного управления, стоящих на пути отечественных компаний и мешающих их развитию, предложенные пути решения в российской экономике дадут возможность компаниям эффективно развиваться, повышая инвестиционную привлекательность, выходить на зарубежные рынки. Устранение проблем российской практики корпоративного управления помогут достигнуть стабильного экономического роста и привлечения инвестиций в экономику России.

Список использованных источников:

1. С.В. Левичева, Н.В. Пислегина, Актуальные проблемы подготовки корпоративной отчетности/С.В. Левичева, Н.В. Пислегина//Гуманитарные и социальные науки. – 2014г. – № 2. – с747 - 750

2. И.В. Дегтярева, Н.А. Петрова, Проблемы корпоративного управления в России и пути их преодоления/И.В. Дегтярева, Н.А. Петрова//Вестник Уфимского государственного авиационного технического университета. – 2011г. – №3(43). – с183 - 189

3. И.В. Ковалева, К вопросу методологии и методики оценки инвестиционной привлекательности отрасли/ И.В. Ковалева//Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2014г. – №5(115). – с166 - 170

О РОСТЕ БИЗНЕСА: ПОЧЕМУ МАЛЫЙ БИЗНЕС ДОЛЖЕН ИМЕТЬ СВОЙ ВЕБ-САЙТ

*Тавлеев Владислав Александрович,
Никольская Виктория Валерьевна, студенты.*

*Научный руководитель: Кулакова Надежда Николаевна, кандидат
экономических наук, доцент*

*Финансовый университет при Правительстве РФ, Калужский филиал,
248016, г. Калуга, ул. Чижевского, д. 17, Россия
E-mail: nadezhda-kulakov@mail.ru*

Аннотация. В данной статье обсуждаются возможные способы повышения объема продаж малого бизнеса, за счет использования современных методов и инструментов продвижения продукции на рынок.

Ключевые слова: веб-сайт, малый бизнес, продукция, виртуальный офис, доходы, доля рынка, информация, имидж фирмы.

Еще десять лет назад перспектива владеть веб-сайтом для малого бизнеса казалась практически невозможной. Раньше это была неисследованная территория, которая находилась в узком доступе, имела ограниченный потенциал и была очень дорогой. Быстрая перемотка времени вперед к настоящему в корне изменила ситуацию. На сегодняшний день Интернет является самым эффективным и прямым способом рекламы, продвижения и продажи продукции. Тем не менее, многие предприниматели малого бизнеса по-прежнему неохотно подают заявки на создание своего собственного веб-сайта, потому что не могут понять, насколько это выгодно. Для понимания этой перспективы есть существенные причины, благодаря которым становится ясно, почему создание сайта является выгодным вложением для малого бизнеса.

Первая причина – это видимость и доступность. Создание онлайн-присутствия позволяет малым предприятиям быть замеченными и доступными их потенциальным клиентам. [1] Наличие физического офисного помещения или магазина, которые могут посещать клиенты, бесспорно, имеет возможность частично справиться с этим. Однако физические пространства ограничены пределами и не могут действительно работать 24 часа 7 дней в неделю, если бизнес не инвестирует в дополнительные трудовые ресурсы и эксплуатационные расходы. Тем временем сайты предоставляют малому бизнесу виртуальный офис в интернете, чтобы сделать их услуги доступными для клиентов круглосуточном режиме.

С помощью веб-сайтов клиенты могут получать информацию, что и по какой цене она предлагает, и даже размещать заказы, в то время как владелец бизнеса имеет возможность заняться иными делами, к примеру, разработать какую-либо прибыльную концепцию развития. Такое удобство можно сделать, затратив лишь часть того, что большинство компаний будет тратить на привлечение дополнительного персонала и текущие расходы при круглосуточной работе.

Второй причиной является маркетинг и продвижение товара. Малый бизнес обычно имеют небольшую область деятельности, поэтому их целевые клиенты представляют собой определенную группу людей, ограниченных определенным местом или демографическим профилем. [2] Однако даже если количество целевых клиентов может быть не столь велико, реклама все равно может стоить дорого. Традиционный маркетинг и продвижение осуществляются посредством рекламы в газетах, на телевидении и радио, раздачей листовок и брошюр, а также с проведением промоакций. [3] Все это стоит денег - и это совсем не дешево.

Однако когда малый бизнес владеет веб-сайтом, он может легко использовать все доступные стратегии маркетинга и продвижения в интернете, [4] направляя все это в свое виртуальное офисное пространство, и делать продажи. Было доказано, что наличие веб-сайта способствовало росту продаж многих компаний, поскольку стратегии продвижения обладают не только высокой эффективностью, но и стоимостной доступностью, если сравнивать их с традиционными рекламными стратегиями.

Все это помогает малому бизнесу расширить рыночную нишу, и главный инструмент в этом – интернет. [5] Интернет - это место, которое не ограничено пространствами и границами. Это означает, что малый бизнес может фактически выйти на глобальный рынок настолько, насколько ему позволяет обширность его деятельности. Таким образом, создав веб-сайт, организация становится более открытой и доступной, открывая свои двери более широкой группе потенциальных клиентов, находящихся в интернете.

В современном мире в сети существует великое множество профессиональных студий, предлагающих услуги построения необходимого сайта любой сложности. [6] Кроме того, та же студия оказывает услуги продвижения, правки, вёрстки и аудита сайта заказчика. Однако, создавая сайт компании, необходимо учитывать, что информация, которая на нём будет представлена, обязательно будет формировать имидж фирмы. Именно современные и открытые для ознакомления со своей деятельностью фирмы вызывают наибольшее доверие у потенциальных клиентов. Также нужно помнить о стиле оформления сайта и его функциональности, ведь в большинстве случаев первое мнение о серьёзности организации создаёт её веб-сайт.

По мнению большинства аналитиков комплексная и профессиональная реклама сайта в интернете является ключевым фактором успеха компании. Веб-сайт организации не должен являться мертвым грузом, находясь в числе давно позабытых и не вызывающих никаких эмоций проектов. Для того чтобы сайт работал и генерировал звонки и заявки на оказание услуг или приобретение товара компании, а, следовательно, приносил доход, как составную часть бизнеса, необходимо сделать так, чтобы именно его в первую очередь видела целевая аудитория компании, набрав в поисковой строке интересующий её запрос.

Колоссальное значение веб-сайт организации имеет при создании деловых партнерских отношений [7]. Часто именно посредством знакомства с сайтами организаций, крупные компании занимаются поиском выгодных для них предложений и проектов. Контактная информация, расположенная на сайте, поможет будущим партнерам выйти на связь.

Несомненно, любой вид бизнеса, имеющий собственный сайт, в полной мере может считаться лидером, использующим для своего развития современные методы и инструменты, и, соответственно, может предложить потенциальным клиентам товары или услуги самого высокого качества.

Однако надеяться и уповать на то, что веб-сайт самостоятельно решит множество постоянно возникающих проблем в бизнесе, как минимум, нерационально. Тем не менее, создать и укрепить репутацию современной, стабильной организации, идущей в ногу со временем, привлечь новых клиентов, завладеть их доверием и уважением, найти новых инвесторов или деловых партнеров с помощью собственного сайта будет намного проще и разумнее, нежели при его отсутствии.

Список использованных источников:

1. Акимов О.Ю. Малый и средний бизнес: эволюция понятий, рыночная среда, проблемы развития. – М.: Финансы и статистика, 2011. - 192 с.

2. Кулакова Н.Н. Ресурсное обеспечение фирмы/Учебно-методическое пособие /Калуга, 2012.

3. Сусякова О.Н., Сергиенко Н.С. Региональная инвестиционная политика как важнейший фактор развития Калужской области / СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ Уфа, 2016. С. 69-81.

4. Бутова Т.В., Ерхов М.В. Власть и бизнес в современном обществе / Т.В. Бутова, М.В. Ерхов. – М.: Маросейка, 2013. - 316 с.

5. Семенов М.Г., Кулакова Н.Н. Прогнозирование финансовой устойчивости предприятия на основе формализма нечеткой логики//Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 5-2. С.191-192

6. Никитина Л.Н., Худилайнен М.И. Становление малого бизнеса в России // Инновации. – № 9. – 2014. - 213 с.

7. Кулакова Н.Н., Карасева С.С. Продовольственная безопасность России // Направления социально-экономического развития региональной экономики. Под редакцией А.А. Мигел, Е.Л. Александрова. Калуга, 2015. С. 84-87

ФОРМИРОВАНИЯ ПОРТРЕТА ПОСТОЯННОГО ПОКУПАТЕЛЯ КАК ОСНОВА ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Тимохина Алёна Анатольевна, студент

Научный руководитель: Мищенко Ирина Константиновна, кандидат
экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве
РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: IKMischenko @fa.ru

Аннотация. Показаны необходимость и значение формирования портрета потенциального потребителя в организации рекламной деятельности предприятия. Составлен портрет постоянного покупателя услуг.

Ключевые слова. Рекламная деятельность, портрет постоянного покупателя, структура клиентов.

Выбор правильных форм и методов организации и управления рекламной деятельностью обеспечивает лучшее продвижение товаров и услуг на рынок и на этой основе повышение эффективности деятельности фирмы [1]. Чтобы реклама носила адресный характер, а предлагаемые коммерческие акции достигали цели, необходимо знать портрет потенциального клиента, т.е. целевую аудиторию, заинтересованную в продукте (услуге) фирмы [2].

Рассмотрим механизм формирования портрета постоянного покупателя на примере киноконцертного развлекательного комплекса «Мир» (ООО КРК «Мир»), основными видами деятельности которого являются организация кино, видео-комнат; проведение выставок, деловых встреч, семинаров, конкурсов, концертов, фестивалей, культурных и спортивных мероприятий [3].

Планированием и организацией рекламной деятельности в ООО КРК «Мир» занимается отдел по рекламе и репертуару. К основным каналам продвижения услуг относятся реклама на радио, наружная реклама и Интернет-реклама. Мониторинг сайта показал достаточно высокую его посещаемость.

Однако руководство ООО КРК «Мир» слабо представляет потребителя своих услуг, поэтому организация, формы и методы управления рекламной деятельностью носят общий, обезличенный характер и не учитывают особенностей конкретных групп посетителей. Соответственно, недостаточно эффективно реализуются функции мотивации и стимулирования потребителей, практически не применяется система скидов для клиентов.

Для формирования портрета потенциального потребителя услуг КРК «Мир» нами был использован метод экспертных оценок в форме проведения опроса посетителей комплекса по специально составленной анкете. Основные факторы, которые учитывались при опросе – это пол, возраст, финансовое положение (уровень доходов), а также социальное положение (трудовой статус) клиентов. В итоге были получены следующие результаты.

Анализ структуры клиентов по половому признаку показал, что большая часть посетителей ООО КРК «Мир» (58%) – это женщины; на долю мужчин приходится только 46%.

Возрастная структура посетителей КРК «Мир», составленная по результатам опроса, свидетельствует, что наибольший процент посетителей составили молодые люди в возрасте от 15 до 30 лет (рисунок 1).

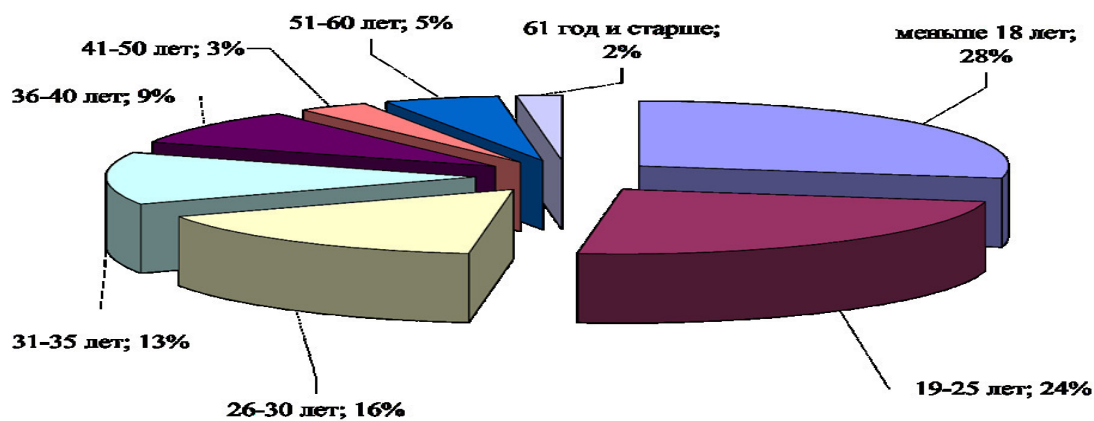


Рисунок 1 - Возрастная структура посетителей ООО КРК «Мир»

Данные опросов показывают значительную финансовую дифференциацию потребителей услуг. В среднем месячный доход посетителя ООО КРК «Мир» составляет 10-20 тыс. руб. Структура посетителей по размеру среднемесячного дохода» приведена на рисунке 2.

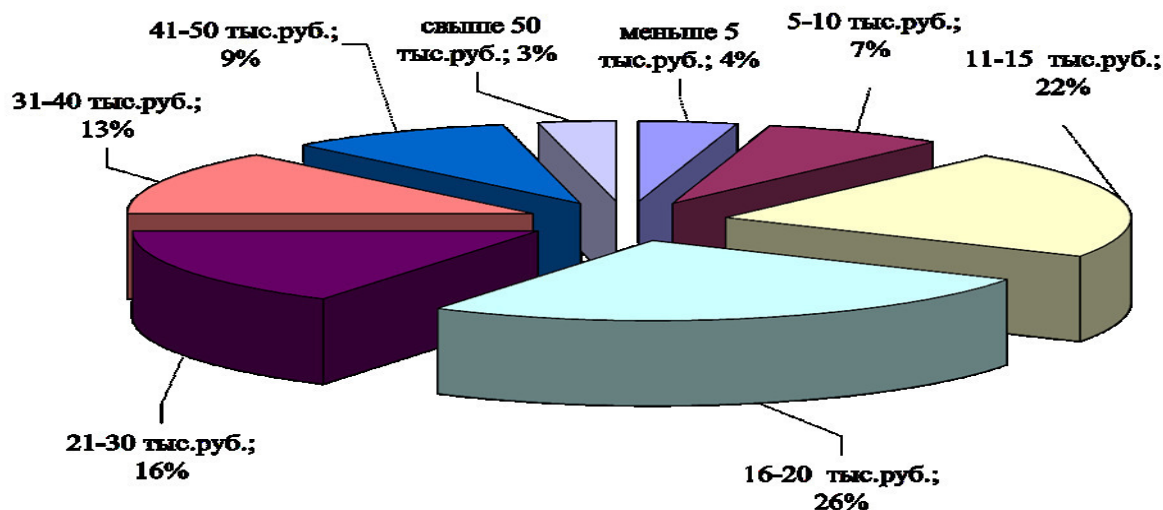


Рисунок 2 - Структура посетителей ООО КРК «Мир» по размеру среднемесячного дохода

Анализ клиентов ООО КРК «Мир» по трудовому статусу показал, что почти три четверти посетителей составляют учащиеся и студенты, менеджеры и специалисты; предприниматели и квалифицированные рабочие (рисунок 3).

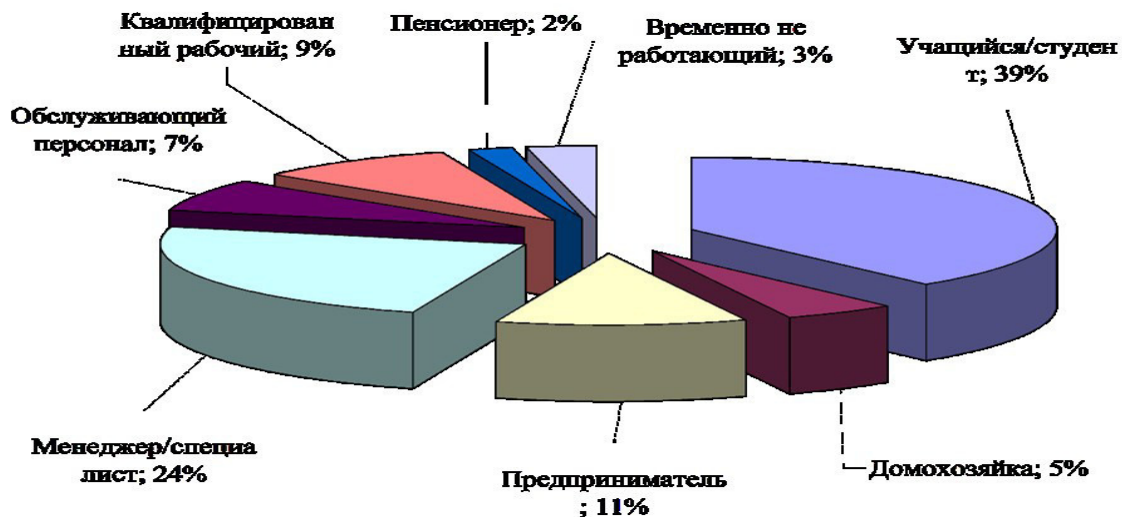


Рисунок 3 - Структура посетителей ООО КРК «Мир» по трудовому статусу

Таким образом, по результатам анкетирования, нами был составлен портрет постоянного посетителя кинотеатра «Мир». Это – молодые женщины и мужчины в возрасте от 15 до 30 лет, учащиеся/студенты и менеджеры/специалисты с ежемесячным средним доходом 10-20 тыс. рублей. Именно они должны стать объектом приложения разработанных нами направлений совершенствования рекламной деятельности в ООО КРК «Мир»:

- проведение «Студенческих дней» в кинотеатре;
- стимулирование коллективных походов в кино;
- введение скидки для пенсионеров в размере до 30%;
- введение скидки для именинников (размер скидки 50%);
- проведение розыгрыша билетов в социальных сетях;
- показ кинофильмов, в частности зарубежных, с субтитрами;
- проведение кинопоказов классики кинематографа.

Реализация предложенных мероприятий приведет к росту целевой аудитории и количества посещений ООО КРК «Мир», вследствие чего, по предварительным оценкам, увеличится рентабельность продаж на 5-6%, что благоприятно скажется на финансовом состоянии организации.

Список использованных источников:

1. Мищенко И.К., Поволоцкая О.А. Основы экономики фирмы. - Барнаул: Концепт, 2015. – 162 с.
2. Щепакин М. Б. Рекламная деятельность: экономика и эффективность / М. Б. Щепакин. - М.: Феникс, 2017. - 252 с.
3. Официальный сайт сети «Киномир». [Электрон. ресурс] - Режим доступа: <https://www.kino-mir.ru/> - (Дата обращения 28.03.2017).

REVEALING THE RELEVANCE OF THIS METHOD OF STAFF MOTIVATION, AS «REWARDS – GRATITUDE»

Khlyanova Yu.A.

Scientific adviser: Kovaleva E.Yu., senior lecturer,

*Financial University under the Government of the Russian Federation, Omsk brunch,
644099, Omsk, Partizanskay St., bld. 6, Russia*

E-mail: YuliaH55@mail.ru

Annotation: To increase the efficiency of personnel at the enterprise, it is necessary to regularly improve the methods of motivating the personnel and to implement the most effective of them in practice. The article analyzes the importance of such awards, as gratitude for employees, and to question the importance of the questionnaire.

Keywords: Motivation, management of personnel, management, "remunerations - gratitude", enterprise (firm), survey.

The staff is the most important component of the enterprise. The efficiency of the employees that the prosperity and productivity of the company depends on. To achieve success, an organization must make the most effort to involve staff in the production process. This requires knowledge and skills in the field of personnel management. Personnel management is understood as a special activity of people management in the organization, aimed at achieving the set goals of the company, the company by introducing into the production process of work of these people, their skills and talent. There are four main functions of personnel management that are widely used in all spheres of activity: planning, organization, motivation and control. It is necessary not only to perform these functions, but also to take into account their essence and features - this is the success of the firm.

Every organization, firm, enterprise is, first of all, people who work in it and carry out assigned tasks. The quality of the work is directly related to the ways of stimulating and motivating employees. Therefore, motivation is the main function of management, which inspires a person to work more actively. The essence of motivation is to give people what they want most of all to receive from work.

«The more you can satisfy their desires, the more you have the chances to get what you need, namely: productivity, quality, service», - writes Twyla Dell (excerpt from the book «Honest Labor Days») [1, p. 37].

In practice, several leading ways of motivating employees are used: material and non-material. Every person has his own system of values and priorities, therefore, in order to motivate the staff, it is first of all necessary to study this system in order to determine the method of motivation of one or another employee. In most cases, people tend to have material motivation, such as premium, salary, etc. But there is a lack of material motivation - the opportunity to entice an employee without any difficulties, offering him the highest pay. As for non-material motivation, it allows

the employee of the organization to prove himself, to show his abilities in practice, to climb the career ladder and self-actualize. One of the ways of non-material motivation of the personnel is «reward – gratitude».

«Remuneration – gratitude» is the most important non-material motivation of employees of an organization (firm, enterprise). It includes: photographs of employees who have shown themselves on the honorable stands of the organization, awarding of honorary titles, awarding letters of appreciation for special merits from the management of the organization, awarding diplomas, mentions in the articles of newspapers and magazines, including compliments to employees which also seen as a manifestation of one form of appreciation .

So, for example, in Southwest Airlines a plane was built, inside of which the names of the company's employees are immortalized. The Walt Disney Company applies the following awards: all the windows in a cafe located on the main street of Disneyland Park are dedicated to the most valuable and self-proclaimed workers. Everyone knows the success and popularity of The Walt Disney Company and Southwest Airlines, these companies have no problems with staff turnover.

To determine the importance in the modern world of such a method of motivating staff as "reward - appreciation", a questionnaire (anonymous) was drawn up, aimed at identifying public opinion on this issue. The analysis was conducted among teachers of the Financial University under the Government of the Russian Federation. 33 respondents were interviewed.

Table 1

The questionnaire on revealing the importance of "awards - gratitude" for the staff

Question	Variants of answer
1. What's your gender:	a) male; b) female.
2. How long have you been working for this organization?	____ years
3. What priorities do you set for yourself when working in this organization?	a) financial well-being; b) self-realization and career growth.
4. What motivation is more satisfactory for you:	a) material; b) non-material.
5. Are «rewards-gratitudes» important for you?	a) Yes, they are important; b) No, they are not important.
6. Which of the following «awards – gratitude» will motivate most of all?	a) Oral praise; b) delivery of letters of thanks, diplomas, etc .; c) assignment of titles; d) publishing your achievements in articles, journals and online resources.

To analyze and systematize the results of the survey, the following conclusions can be drawn:

Twelve men and 21 women took part in the survey. Based on the results of the questionnaire, it is evident that the majority of respondents working in this organization primarily set priorities for self-realization and career growth, but almost

all respondents answered a) and b) - 25 people (75, 78%), that is, financial Well-being is also a priority for many of them. Only one of the respondents answering the question 3 of this questionnaire, sets priorities in such a way that self-realization and career growth are in the first place for him, and on the second, financial well-being. For people who work from 1 to 10 years, an important priority in the organization they work for is self-realization and career growth, since they are just beginning their career and professionally, as for respondents who have been working more than 10 years, the top priority is Financial well-being. The 4th question of the questionnaire the majority of the respondents was given following answers: non-material motivation (78, 78%), out of 33 respondents 12 gave two answers to this question (36, 35%), they are satisfied with both motivation: material and non-material. "Remuneration - appreciation" turned out to be important for almost all respondents, 30 people answered positively (90, 9%). The «awards – gratuities» listed in question 6, the most motivating was - d) publication of achievements in articles, journals and Internet resources (69, 67%); the second place is taken by - b) delivery of letters of thanks, diplomas, diplomas (48, 47%); the third is taken by - c) assignment of titles, titles (45, 45%); the fourth is taken by - a) oral praise (21, 21%). The 6th question, a large number of respondents gave several answers to. One of the respondents wrote a note that «awards-gratitude» and such «reward-gratitude» as oral praise for him are important only from students.

Thus, «compensation-gratitude» is currently considered to be an actual method of staff motivating, they have a beneficial effect on the work activity of employees during the labor process, the results of the survey also indicate it. It can be argued that «reward-gratitude» not only increases the efficiency of the work of the staff, but also of the entire organization as a whole. But we should not forget that only a joint combination of material and non-material motivations will be able to increase the productivity of the whole employee motivation system, which means that it will improve the organization's performance and become the basis for its success in the future.

List of sources used

1. Twyla Dell. An Honest Day's Work. Publisher.: Crisp Publications, Incorporated, 1988. 80 pages.

ВЫЯВЛЕНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ ТАКОГО СПОСОБА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА, КАК «ВОЗНАГРАЖДЕНИЯ - ПРИЗНАТЕЛЬНОСТИ»

Хлянова Юлия Андреевна, студент

Научный руководитель: Ковалёва Елена Юрьевна,

Финансовый университет при Правительстве РФ, Омский филиал,

644099, г. Омск, ул. Партизанская, 6, Россия

E-mail: YuliaH55@mail.ru

Аннотация. Для увеличения работоспособности персонала на предприятии нужно регулярно совершенствовать способы мотивации

персонала и реализовывать наиболее действенные из них на практике. В статье анализируется степень важности таких вознаграждений, как признательность для сотрудников, а также для выявления важности проведено анкетирование.

Ключевые слова: Мотивация, управление персоналом, менеджмент, «вознаграждения – признательности», предприятие (фирма), опрос.

ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ВНЕДРЕНИЯ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Шилова Карина Андреевна, студент

*Научный руководитель: Баранова Елена Владиславовна, старший преподаватель, Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова, 656000, г. Барнаул, пр-т. Ленина, 46, Россия
E-mail: elenbaranova@yandex.ru*

Аннотация. Статья посвящена исследованиям в области процессов проектного управления. Особое внимание уделяется стадии инициирования проекта. Подчеркнута важность этой начальной стадии благодаря анализу стоящих задач. Проанализирован зарубежный и отечественный опыт применения проектного управления. Предложен собственный проект, направленный на решение некоторых социально-экономических проблем в Алтайском крае, который заключается в оказании психологической помощи работникам на рабочем месте.

Ключевые слова. Проект, проектное управление, инициация, задачи на стадии инициации проектного управления, зарубежные проекты, проекты в РФ.

Современный рынок характеризуется высокой степенью динамичности, в связи с чем возрастает актуальность вопросов, связанных с приобретением новых преимуществ компаниями, организациями или даже странами и регионами для поддержания уровня своей конкурентоспособности.

Для этого создается проект – временное предприятие, направленное на создание уникальных продуктов, услуг или результатов [1]. Для создания и реализации проекта требуется особый вид управления, который был бы направлен на специфику данной совокупности мероприятий: работа в постоянно меняющихся условиях, высокий риск, ограниченность по времени, особый стиль управления коллективом. Именно поэтому возрастает вопросы проектного управления, учитывающего все эти особенности, особенно актуальны в современных экономических условиях.

Процесс проектного управления состоит из нескольких стадий: инициирование, планирование, исполнение, контроль, завершение. Одной из наиболее важных стадий управления проектом является инициирование.

Инициация проекта – это начальная стадия управления проектом, при котором происходит его детальная разработка и подсчет необходимых ресурсов для реализации. На этой стадии существуют следующие задачи.

1. Формирование команды проекта – привлечение к проекту людей, которые способны исполнять поставленные задачи и плодотворно взаимодействовать друг с другом.
2. Определение целей и масштабов проекта – определение желаемого результата, который достигается в поставленных условиях при воплощении

проекта, и рамок его реализации. Важным является постановка конкретных вопросов о том, каким будет результат, и как конкретно он будет достигаться, а также прогноз возможного роста проекта [2]. Для этого используются такие техники, как:

- мозговой штурм;
- стратегия Диснея;
- метод «6-5-3»;
- «дерево проблем (идей)»;
- «дерево целей». [3]

3. Определение необходимого оборудования и материалов – подсчет необходимого количества материальных ресурсов, необходимых для реализации проекта.

4. Пояснение и разработка основных условий – постановка условий, при которых проект будет реализовываться, выявления рисков. Для этого могут быть использованы:

- SWOT-анализ – заключается в выполнении анализа сильных и слабых сторон проекта в соотношении с возможностями и угрозами ему.
- SMART-тест – заключается в анализе целей проекта по пяти критериям: конкретность, измеримость, достижимость, выгодность, временные рамки.

5. Определение и создание организации проекта – является связующим между отдельными частями проекта, что сводит их в одну систему, направленную на достижение поставленных целей.

6. Определение процедур сотрудничества – определяет форму сотрудничества между лицами, заинтересованными в проекте.

7. Первоначальное планирование проекта – составление первоначального плана проекта для дальнейшей корректировки и разработки.

8. Разработка резюме (паспорта) проекта – составление окончательного варианта проекта. При разработке паспорта может применяться матрица компромиссов. Она позволяет определить, какое из ограничений (времени, стоимости или содержания работ) необходимо оптимизировать путем фиксации наиболее приоритетного показателя [2].

Только при выполнении этих задач проект переходит на следующую стадию – проектирование.

Рассмотрим примеры зарубежных проектов. Как было указано ранее, проект – это предприятие, направленное на создание чего-то нового. Это новое может выражено в создании некоего нового продукта. Например, шведский проект Tinitell – мобильный телефон в виде браслета, предназначенный для маленьких детей и позволяющий родителям их контролировать [3]. Этот уникальный проект требует к себе уникального подхода, для его создания необходимо привлекать специалистов из различных областей знаний: детской медицины, техники, экономики, менеджмента, а также специального оборудования и материалов.

Можно привести примеры и более глобальных проектов, реализуемых на государственном уровне. Так, в США при президенте Обама был создан антикризисный проект «Национальный проект восстановления и реинвестирования 2009», который был направлен в краткосрочной перспективе на борьбу с безработицей, в долгосрочной – на стимулирование роста экономики [4]. Данный проект был очень сложен, поскольку реализовывался в условиях кризиса и очень высокого риска. В его структуре можно проследить иерархичность, разрабатывалась отдельная подпрограмма, чтобы достичь единой цели по выходу всей страны из кризисной ситуации.

В России также существуют разнообразные проекты разных масштабов. Так, например, в настоящее время на федеральном уровне реализуется проект «Развитие дополнительного образования детей в Российской Федерации до 2020 года». Данный проект направлен на разностороннее развитие детей, которое будет способствовать их социализации и самореализации, а также на будущее обеспечение инновационного пути роста экономики страны благодаря возвращению и помощи будущим научным кадрам [5].

Рассмотрим отдельно проекты Алтайского края. На сегодняшний день реализуются много проектов, связанных с формированием патриотизма, ведением здорового образа жизни, помощи слабо защищенным слоям населения, развития самого региона. Несмотря на большое количество этих мероприятий, они не охватывают всех проблем населения края. В связи с этим предлагается собственный социально-экономический проект под названием «Помощь под рукой». К сожалению, на данный момент Алтайский край занимает первое место по количеству людей, страдающих психическими расстройствами, которые в основном вызваны депрессией. Как правило, депрессия вызвана сложностями, возникающими на рабочем месте, в отношениях с близкими людьми, общим упадком сил и пр. Целью данного проекта является оказание бесплатной помощи людям, оказавшимся в трудной жизненной ситуации, на их рабочем месте. При реализации можно достичь следующих положительных результатов:

1. психологическое оздоровление населения;
2. увеличение желания человека работать и достигать определенных результатов;
3. повышение показателей производства для предприятия, улучшение работы коллектива;
4. обеспечение рабочими местами специалистов в области психологии и психотерапии;
5. разгрузка специализированных учреждений по оказанию данного вида помощи.

Минусами являются дополнительные затраты предприятия на создание нового рабочего места и техническое оснащение, и его последующее содержание, но они могут быть покрыты при помощи предоставления льготы государства при уплате налогов. Кроме того, возможны сложности внутри коллектива ввиду сложившегося в обществе недоверия к специалистам данного профиля, однако со временем и этот фактор также преодолим.

Список использованных источников:

1. Что такое проект. Определение проекта, признаки и примеры: [Электронный ресурс] // Strategy Manager. – Москва, 2017. – Режим доступа: <http://stratmanager.ru/что-такое-проект-opredelenie-proekta-priznaki-i-primeryi/>. – Загл.с экрана.
2. Инициация проекта: [Электронный ресурс] // Управление инвестиционными проектами. – Б.м., 2013. – Режим доступа: <http://www.promanager.narod.ru/text/t3.pdf>. – Загл.с экрана.
3. Телефон-браслет для маленьких детей: [Электронный ресурс] // Идеи бизнеса. – Б.м., 2014. – Режим доступа: <http://www.ideibiznesa.org/tinitell-telefon-dlya-detey.html>. – Загл.с экрана.
4. Зарубежный опыт устойчивого регионального развития на основе реализации национальных проектов: [Электронный ресурс] // Управление инвестиционными проектами. – Б.м., 2012. – Режим доступа: <http://www.vipstd.ru/nauteh/index.php/---ep12-11/656>. – Загл.с экрана.
5. Проект Федеральной целевой программы «Развитие дополнительного образования детей в Российской Федерации до 2020 года»: [Электронный ресурс] // Управление инвестиционными проектами. – Б.м., 2013. – Режим доступа: <http://mosmetod.ru/metodicheskoe-prostranstvo/dopolnitelnoe-obrazovanie/normativnye-dokumenty/proekt-federalnoj-tselevoj-programmy-razvitie-dopolnitelnogo-obrazovaniya-detey-v-rossijskoj-federatsii-do-2020-goda.html>. – Загл.с экрана.

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОАО «ТОРГОВЫЙ ДОМ «РУССКИЙ ХОЛОДЬ» ФИЛИАЛ В Г. БАРНАУЛЕ

Штерцер Виктория Станиславовна, студент
Научный руководитель: Конова Надежда
Юрьевна, Алтайская академия гостеприимства,
656000, г. Барнаул, ул. Юрина, д.170, Россия

Аннотация: Работа представляет собой исследование кадрового потенциала предприятия ОАО «Торговый дом «Русский Холодь» филиал в г. Барнауле. В ходе работы были изучены численность; состав; распределение трудовых ресурсов; выявление причин нарушения трудовой дисциплины; анализ обеспеченности организации рабочей силой; выявление неиспользованных резервов повышения производительности труда работников. По результатам исследования были предложены рекомендации по совершенствованию работы персонала организации.

Ключевые слова: состав, ресурсы, кадровый потенциал, эффективность, совершенствование, производительность труда.

Успех работы предприятия обеспечивают работники, занятые на нем. Управление персоналом признается одной из наиболее важных сфер жизни предприятия, способного многократно повысить ее эффективность, а само понятие «управление персоналом» рассматривается в достаточно широком диапазоне: от экономико-статистического до философско-психологического.

Объектом исследования системы управления персоналом выступает ОАО «Торговый дом «Русский Холодь» филиал в г.Барнауле, предметом деятельности которого является производство и продажа мороженого.

Проблемным моментом в системе управления персоналом в последние три года (2014-2016) выступает повышенная текучесть кадров на предприятии, как и в сравнении с общими показателями (3%-7%), так и в сравнении с прошлыми периодами деятельности самого предприятия.

Для выявления вариантов решения проблемного момента была сформулирована цель исследования - проанализировать систему управления персоналом в ОАО «Торговый дом «Русский Холодь» филиал в г.Барнауле

Исходя из поставленной цели, были поставлены и решены следующие задачи:

- Анализ методов управления персоналом и методики стимулирования и мотивации персонала ОАО «Торговый дом «Русский Холодь» филиал в г.Барнауле;
- Предложения по совершенствованию системы управления персоналом в данной организации.

Предметом исследования является система управления персоналом в ОАО «Торговый дом «Русский Холодь» филиал в г.Барнауле.

Объектом исследования является ОАО «Торговый дом «Русский Холодъ» филиал в г.Барнауле.

В работе использована литература по управлению персоналом. Анализ системы управления персоналом на предприятии ОАО «Торговый дом «Русский Холодъ» филиал в г.Барнауле был проведен посредством наблюдения, опроса сотрудников, анализа кадровой документации.

Как показало проведенное исследование, лишь небольшая часть выбывших сотрудников связывает свое увольнение с объективными причинами: уход на пенсию, призыв на военную службу. Большинство сотрудников рабочих профессий увольняются по собственному желанию из-за несоответствия заработной платы и трудового вклада работника. Кроме того, анализ мотивационной политики в ОАО «Торговый дом «Русский Холодъ» филиал в г.Барнауле выявил следующие моменты: оплата труда сотрудников рабочих профессий предприятия не зависит от производительности и индивидуального вклада каждого работника; мотивация нематериальными стимулами на предприятия развита недостаточно; престиж работы на предприятии невысок, отсутствует сильная организационная культура; для сотрудников не ведется планирование карьеры; имеются возможности повышения квалификации, однако пользуются этим немногие.

Улучшить ситуацию с текучестью кадров в ОАО «Торговый дом «Русский Холодъ» филиал в г.Барнауле среди сотрудников рабочих профессий поможет обновленная система отбора персонала и мотивации труда.

Система отбора персонала рабочих профессий должна включать: заполнение анкеты, прохождение профессионального тестирования и собеседование с непосредственным руководителем.

Система материальной заинтересованности должна выстраиваться как система долгосрочного инвестирования в качество рабочей силы. Прежняя «равная» система оплаты труда должна уступить место дифференцированной системе материального стимулирования. Дифференциация заработной платы должна осуществляться в зависимости от профессионального статуса, уровня образования, квалификации, стажа работы на предприятии, значимости занимаемой должности, объема и качества работы.

На благополучном, экономически стабильном предприятии, каким является ОАО «Торговый дом «Русский Холодъ» филиал в г.Барнауле, применение только методов материального поощрения постепенно приведет к снижению заинтересованности персонала в результатах своего труда. Необходимо сочетать методы материального и нематериального стимулирования. Эффективность нематериальных стимулов зависит от умелого индивидуального подхода в работе с персоналом.

Нематериальное стимулирование в ОАО «Торговый дом «Русский Холодъ» филиал в г. Барнауле должно задействовать психологические, социальные аспекты трудовых отношений: создание условий для межличностных контактов в процессе труда; создание «единой команды»; периодические совещания с участием сотрудников рабочих профессий; высокая оценка и поощрение достигнутых результатов; систематическое

информирование коллектива о производственно-экономической ситуации предприятия, его перспективах, планах.

Повышают статус работника в его собственных глазах и в коллективе привлечение сотрудников рабочих профессий к процессу управления предприятием, делегирование прав и полномочий, стимулирование карьерного роста подчиненных, плановое обучение и переподготовка. В плане морального стимулирования работников можно также порекомендовать руководителям ОАО «Торговый дом «Русский Холодъ» филиал в г. Барнауле чаще выражать своим сотрудникам положительную оценку их работы, руководствуясь правилами выражения одобрения. На предприятии необходимо проводить мероприятия по повышению производственной культуры (соблюдение порядка и чистоты в цехах, организация медицинского обслуживания). Эти мероприятия не только облегчают труд человека, но и существенно влияют на экономические показатели.

Список использованных источников:

- 1 Баткаева И.А., Митрофанова Е.А. Управление персоналом: теория и практика. Организация оплаты труда персонала: учебно-практическое пособие / под ред. А.Я. Кибанова. Москва: Проспект, 2012.- 64 с. [Режим доступа – Консультант Плюс]
- 2 Мамонов Е. Нематериальная мотивация персонала. Мифы и правда // Кадровик.ру: электрон. журн. 2014. N 11.
- 3 Либерман К. Материальная мотивация // Кадровый вопрос: электрон. журн. 2014. N 3. С. 8 - 17.
- 4 <http://www.rusholod.ru> – официальный сайт ОАО «Торговый дом «Русский Холодъ»

СЕКЦИЯ 6

Научные творческие проекты молодых исследователей

Подсекция 1
Финансовая политика государства в
современных условиях

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ КРИЗИСЫ И АНТИКРИЗИСНЫЕ ПРОГРАММЫ: РОССИЙСКИЙ И МИРОВОЙ ОПЫТ

*Крестников Алексей Александрович, Сиворонова Евгения Радмировна,
Солодова Алина Игоревна, Тяпкина Дарья Андреевна, Шатаев Алексей
Юрьевич, Шуклин Дмитрий Александрович, студенты*

*Коляда Николай Иванович, кандидат экономических наук, доцент,
Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал,
656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия*

E-mail: NIKolyada@fa.ru

Аннотация: В данной работе проанализированы кризисные явления в экономике России. Показаны механизмы, которые будут стимулировать переход к более благоприятным макроэкономическим параметрам.

Ключевые слова: экономический кризис, экономический цикл, мегарегулятор, денежная масса, капиталоемкость, подушка безопасности, валютный курс.

Кризис экономический (от греч. krisis - поворотный пункт) - резкое ухудшение экономического состояния страны, проявляющееся в значительном спаде производства, нарушении сложившихся производственных связей, банкротстве предприятий, росте безработицы и в итоге - в снижении жизненного уровня, благосостояния населения [1, с. 495]. Кризисы связаны с цикличностью социально-экономических процессов, характеризуются 4-6 фазами проявления и имеют разные причины возникновения. В зависимости от продолжительности и причины возникновения в экономической науке выделяют циклы Китчина, Жугляра, Кузнецца, волны Кондратьева и более длинные циклы. К рассматриваемой теме относятся циклы Жугляра, Кузнецца и Кондратьева.

Меры по преодолению кризисных явлений в экономике давно разработаны и апробированы на практике. При наступлении фазы спада правительства начинают снижать налоговое бремя на бизнес, увеличивают государственные расходы, стимулируют частные вложения в новые и пострадавшие сферы экономики, вводят барьеры для импорта.

Финансовый кризис 2007—2008 годов начался с ипотечного кризиса в США, банкротства банков и падения цен на акции. Существенным фактором возникновения кризиса в США, по мнению ряда экспертов, стало широкое использование с начала 1990-х годов производных финансовых инструментов (деривативов) и стремления повысить доходность за счёт увеличения рисков. При этом нет анализа, который бы показал, что именно деривативы приблизили кризис, и то, что кризис в строительстве мог наступить ещё раньше, если бы деривативы не способствовали расширению платёжеспособного спроса на

недвижимость и дорогие товары. Развитие кризиса в США способствовало его распространению и на другие страны мира.

Рассматривая ситуацию в нашей стране некоторые авторы выделяют специфические особенности возникновения кризисных явлений 21 века. К ним относят: рост сырьевой ориентированности экспорта и финансовой зависимости от внешних заимствований, стагнацию роста производительности труда и зарплатаёмкости ВВП, перекапитализацию фондового рынка [2, с 58]. Показатель капиталоемкости ВВП по итогам 2007 года достиг 116%, что, к примеру, почти в 2 раза превысило показатель Германии (64%). Падение фондового рынка составило к октябрю-ноябрю 2008 года 60–70% от исторических максимумов. К середине 2008 года проявилось некоторое торможение роста производства, а к началу 2009 года пошел спад в экономике. В итоге в 2009 году падение ВВП составило 7,8%

Всего на выход из кризиса правительство и ЦБ РФ направило более 2,5 трлн. рублей. Но вливания в реальный сектор было незначительным – основная часть финансовых средств была направлена в банковский сектор, что привело к резкому росту спроса на иностранную валюту и падению курса рубля. И всё-таки, приток денежных средств способствовал выходу экономики из кризиса и, в целом, носил позитивный характер. Чего нельзя сказать про современные действия правительства и Банка России.

Считается, что на сегодняшнюю экономическую обстановку, повлияли события 2014 года, - такие как кризис на Украине, присоединение Крыма, санкционные меры в отношении РФ. Но на самом деле проблемы в экономике вызваны действиями правительства и ЦБ РФ. [3] Возможно, что поэтому текущий кризис и не признан властью. Зато он признан населением и проявляется в виде сокращения реальных зарплат и пенсий, ускоренном росте цен в 2014-2015 годах и динамике курса национальной валюты. Расходные обязательства российского бюджета номинированы в рублях, а значит, слабый рубль компенсирует снижение стоимости нефти и увеличивает рублёвую «подушку безопасности» Министерства финансов. Вместо снижения налоговой нагрузки правительство старается её повысить. Вместо роста государственных расходов и стимулирования потребления финансовые власти проводят их снижение, урезая даже оборонные статьи расходов при открытом военном давлении на страну. Таким образом, правительство делает всё возможное, чтобы не допустить экономического развития страны. Только Президент принял внешние ограничительные меры, способствующие развитию российского производства. Правда, с точки зрения современной экономической науки, возможности правительства невелики, - главную роль играет политика Центробанка.

Поэтому, многие экономисты считают, что причиной замедления и спада в экономике России являются действия мегарегулятора, направленные на снижение реальной денежной массы. Причём, это общая причина всех экономических кризисов в России с 1992 года. Таким образом, краткосрочные и долгосрочные меры по стабилизации экономики России должны сводиться к обеспечению устойчивого роста реальной денежной массы. Решая эту задачу

необходимо, по возможности, не ухудшать ключевые макроэкономические параметры, такие как наполняемость бюджета, курсовая стабильность рубля, инфляция, безработица.

Список использованных источников:

1 «Капитал» К. Маркс [Электронный ресурс].URL: https://www.marxists.org/russkij/marx/1867/capital_vol1/.

2 «Стоимость и капитал» Дж. Хикса [Электронный ресурс].URL: <http://xn--80aatn3b3a4e.xn--p1ai/book/4189/181451/%D0%A1%D1%82%D0%BE%D0%B8%D0%BC%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%B8%20%D0%BA%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB..html>.

3 Коляда Н.И. Современная денежно-кредитная политика: учебное пособие //– Барнаул: Концепт, 2016. - 54 с.

КРУГЛЫЙ СТОЛ

ОЦЕНКА НЕКОТОРЫХ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭКОНОМИКИ ГОРОДОВ В РЕГИОНАХ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Батирова Алёна Илхамжановна, студент

*Научный руководитель: Пирогова Татьяна Викторовна, кандидат
экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве
РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: typirogorova@fa.ru*

Аннотация. Проведен сравнительный анализ финансовых показателей по городам и регионам Сибирского федерального округа (СФО). Определены структура и динамика финансовых показателей.

Ключевые слова: средняя заработная плата, прожиточный минимум, численность и укомплектованность муниципальных служащих в органах местного самоуправления.

Актуальность рассмотрения вопроса связана с тем, что наблюдается большой разрыв показателей даже внутри одного федерального округа. Цель работы - сравнить финансовые показатели г. Барнаула с другими столицами СФО. Стоит отметить, что информационная политика не везде реализуется на высоком уровне, из тех финансовых показателей, которые удалось найти, представлены некоторые (таблица 1) [1].

Таблица 1 - Средняя заработная плата по крупным и средним предприятиям городов СФО в 2015-2016 годах, руб.

№	Город	Численность населения городов в 2016 г.	Средняя зарплата по крупным и средним предприятиям, руб.	
			2015 год	2016 год
1	Барнаул	635 585	27 434	28 937
2	Чита	343 511	37 605	39 348
3	Иркутск	623 424	41 255	44 150
4	Кемерово	553 076	34 529	36 310
5	Красноярск	1 066 934	39 672	41 715
6	Новосибирск	1 584 138	37 109	39 300
7	Омск	1 178 100	31 077	32 861
8	Горно-Алтайск	62 861	31 779	33 071
9	Улан-Удэ	430 549	32 938	34 950
10	Кызыл	115 871	38 429	40 377
11	Абакан	179 200	37 044.	38 759
12	Томск	569 428	39 055	41 249

Анализ проводился на основании постановлений Правительств субъектов СФО. Самая низкая средняя величина прожиточного минимума за период с

2015 по 2016 г. наблюдается в Омской области, наиболее высокий показатель прожиточного минимума в 2015 г., Забайкальском крае – 11 345 руб., а в 2016 г. в Красноярском крае – 10 799 руб. [2].

По данным Росстата наибольшая средняя заработная плата по крупным и средним предприятиям в период с 2015 – 2016 г. была и остаётся в Иркутской области (г. Иркутск), наименьшая – Алтайский край (г. Барнаул). Заработная плата в г. Иркутске превышает аналогичный показатель по г. Барнаулу на 34%.

Так же стоит отметить, что средняя заработная плата по крупным и средним предприятиям в СФО за аналогичный период возросла на 1925 руб.

Следующий финансовый показатель – это прожиточный минимум (таблица 2, рисунок 1).

Таблица 2 - Прожиточный минимум в СФО

СФО		Прожиточный минимум, руб.	
		2015	2016
1	Алтайский край	8 918	8 882
2	Забайкальский край	11 345	10 492
3	Красноярский край	10 991	10 799
4	Иркутская область	10 451	10 038
5	Кемеровская область	8 872	8 940
6	Омская область	8 544	8 635
7	Томская область	10 578	10 706
8	Новосибирская область	10 424	10 404
9	Республика Хакасия	9 075	9 071
10	Республика Тыва	9 684	10 042
11	Республика Бурятия	9 506	9 566
12	Республика Алтай	9 435	9 539
Среднее значение		9 818,6	9 759,5

Алтайский край в 2016 г. по уровню минимального прожиточного минимума занимает предпоследнюю строчку и составил 8882 руб. [5].

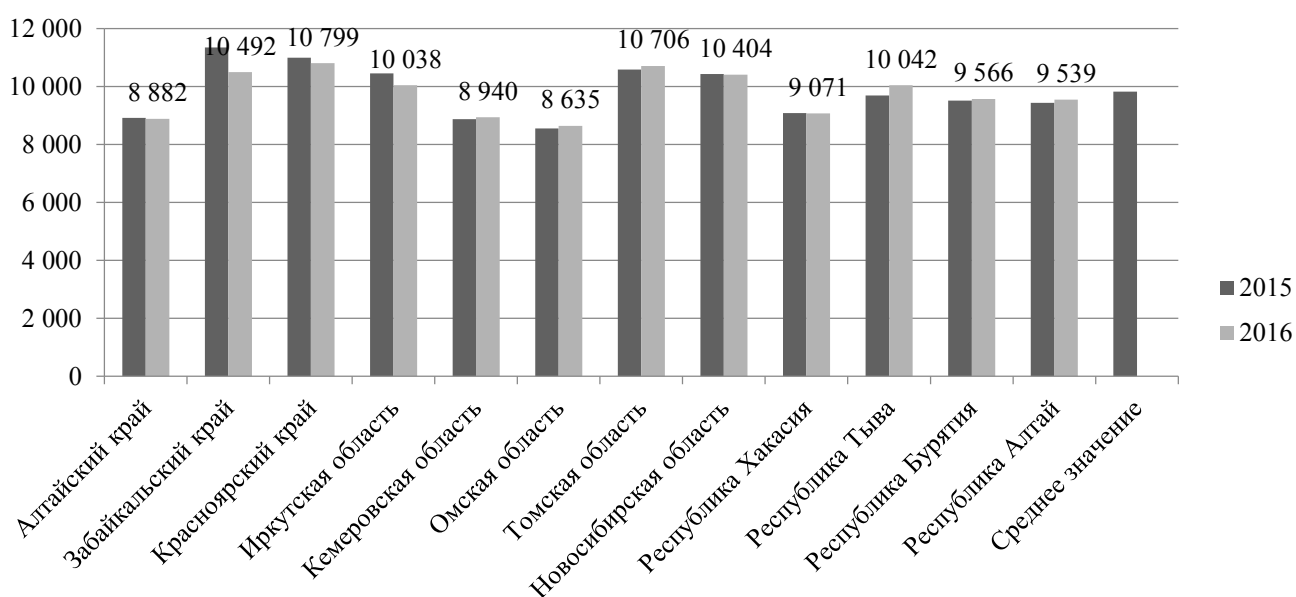


Рисунок 1 – Сравнительная оценка уровня прожиточного минимума в регионах СФО за 2015-2016 гг., руб.

Подводя итоги исследования, можно сделать вывод, что на сегодняшний день Алтайский край и г.Барнаул в частности занимает далеко нелидирующие позиции по отдельным финансовым показателям.

Важно отметить, что Алтайский край ухудшил позиции по уровню социально-экономического развития региона с 43 места в 2013 году на 45 место – в 2014 году, в 2015 г. – 46 место [3, с. 69].

Качество жизни населения в регионе и городе оставляет желать лучшего (66 место за 2014 год и 61 место в 2015 году), и помимо прилагаемых усилий со стороны региональных и муниципальных властей важно, чтобы проблемы местного уровня были прочувствованы на федеральном уровне с принятием соответствующих управленческих решений.

Список использованных источников:

1. Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. – Режим доступа: <http://gks.ru>
2. Постановления Правительств субъектов РФ, входящих в СФО, о величине прожиточного минимума в регионе (официальные сайты правительств субъектов СФО).
3. Финансовая политика региона на современном этапе (на материалах Алтайского края): монография/ коллектив авторов; под ред. Л.А. Мочаловой. – М.: РУСАЙНС. 2016. – 330 с.

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РАСХОДОВ НА МЕСТНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ В РЕГИОНАХ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Буряк Анастасия Владимировна, студент

*Научный руководитель: Пирогова Татьяна Викторовна, кандидат
экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве
РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: tvpirogoва@fa.ru*

Аннотация. Проведен сравнительный анализ расходов местных бюджетов по городам Сибирского федерального округа (СФО) на содержание органов местного самоуправления (ОМСУ). Определены структура, динамика и удельный вес расходов на общегосударственные вопросы в бюджетах.

Ключевые слова: расходы на общегосударственные вопросы, муниципальное образование (МО), местный бюджет.

Расходы на содержание местной власти всегда волновали граждан-налогоплательщиков и потребителей муниципальных услуг МО. На фоне общего сокращения бюджетных расходов важно выяснить коснулось ли это расходов на содержание ОМСУ, в частности. Исследование заключалось в сравнении этого показателя по городам СФО (табл. 1).

Таблица 1 - Динамика расходов по разделу «Общегосударственные вопросы» в городах СФО в 2017 г., млн руб. [1]

Наименование	Улан-Удэ	Чита	Кемерово	Новосибирск	Омск	Томск	Барнаул	Горно-Алтайск	Иркутск	Красноярск	Абакан	Кызыл
Функционирование высшего должн. лица МО	5,6	2,7	1,5	4,1	20,1	2,2	1,3	1,9	5,6	2,8	4,8	1,3
Функционирование предст. органов МО	47,2	19,1	8,7	219	125,9	63,1	11,2	3,8	66,5	63,5	11,5	14,6
Функционирование местных адм-ций	120,8	169,8	501,7	1534,7	420,4	365,3	237,1	78,2	596,7	746,9	92,0	21,9
Обеспечение деятельности фин., налог. и др. органов	49,2	47,6	9,9	182,8	132,9	112,9	46,7	10,0	78,0	181,9	25,8	8,7
Обеспечение проведения выборов и рефер.	4,5	0,6	-	16,3	58	-	43,6	4,3	8,9	7,5	4,6	1,0
Резервные фонды	20,0	18,7	20,0	178,9	20,0	241,5	40,0	2,0	74,0	129,0	6,0	0,9
Другие общегос. вопросы	310,1	193,4	451,7	851,1	870,9	708,9	750,0	15,7	164,8	1496	162,8	19,3
Общегос-ные вопросы, всего	557,5	452,0	993,5	2986,9	1649,1	1493,9	1130,0	115,9	994,6	2627,6	307,5	67,6

Минимальные расходы наблюдаются у городов Кызыла, Горно-Алтайска, Барнаула и Читы. Наибольший объем средств на органы местного

самоуправления выделяет Новосибирск. Анализируя структуру общегосударственных расходов на 2017 год (рисунок 1) можно сказать, что наибольшую долю в каждом субъекте бесспорно занимают расходы на функционирование местных администраций, с диапазоном от 21% в г. Барнаул (237,1 млн руб.) до 68% в г. Горно-Алтайск (78,2 млн руб.). Доля расходов на функционирование высшего должностного лица муниципального образования составляет от 0,1% в г. Красноярске до 2% в г. Горно-Алтайске.

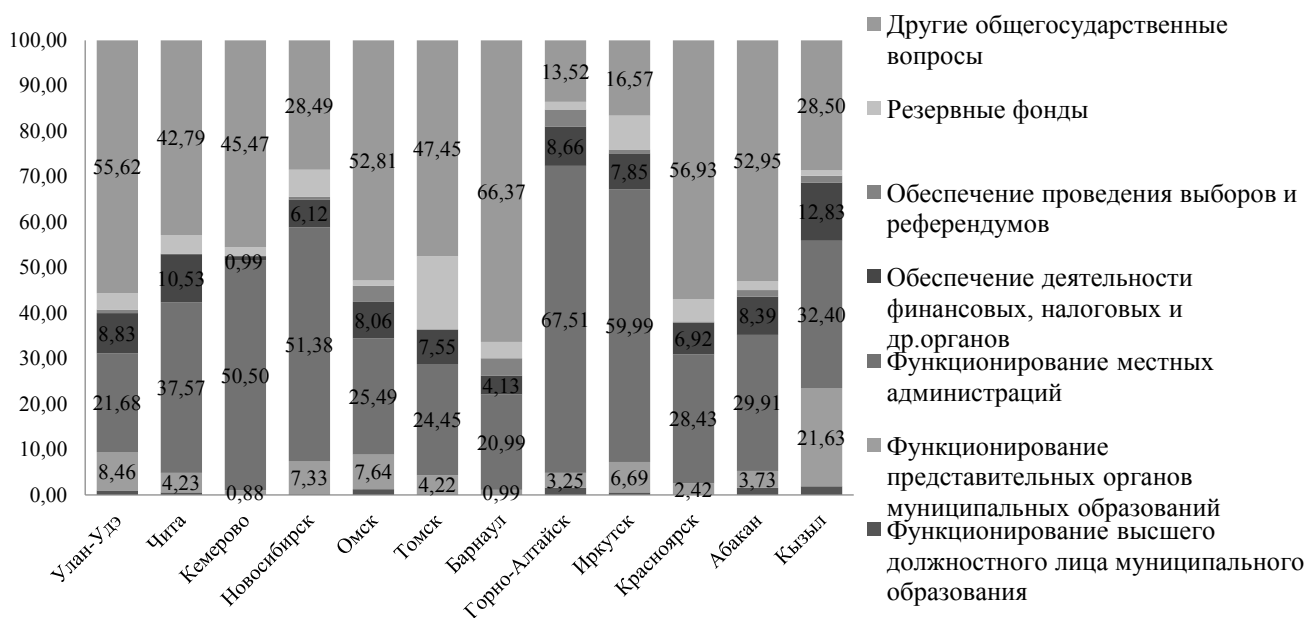


Рисунок 2 – Структура расходов по разделу «Общегосударственные вопросы» по городам СФО в 2017 г., %

Расходы на функционирование представительных органов МО варьируются от 1% в г. Кемерово до 22% в г. Кызыл. В Барнауле данный подраздел расходов не превышает 1%. Анализируя динамику расходов на местную администрацию (таблица 2), можно увидеть, что меньше всех на душу населения расходует Кызыл и Улан-Удэ, а лидером данному показателю является Горно-Алтайск.

Таблица 2 – Динамика расходов на местную администрацию в городах СФО на душу населения в 2015-2019 гг., тыс. руб.

Наименование	2015	2016	2017	2018	2019
Барнаул	0,416	0,372	0,373	0,372	0,372
Горно-Алтайск	1,621	1,612	1,244	1,235	1,235
Улан-Удэ	0,297	0,289	0,281	0,300	0,300
Чита	0,471	0,499	0,494	0,491	0,493
Кемерово	0,911	0,933	0,907	0,906	0,905
Новосибирск	0,962	0,955	0,969	0,968	0,968
Омск	0,372	0,361	0,357	0,346	0,346
Томск	0,620	0,642	0,642	0,643	0,602
Иркутск	1,234	0,986	0,957	0,965	1,004
Красноярск	0,873	0,832	0,700	0,762	0,762
Абакан	0,458	0,479	0,513	0,517	0,528
Кызыл	0,394	0,327	0,189	0,175	0,175

За исследуемый период расходы на местную администрацию в г.Барнауле близки к минимальным, как в Кызыле и Улан-Удэ. На плановый период 2018 - 2019 годов Администрация г. Барнаул планирует сохранить данный показатель на прежнем уровне. Интересно проанализировать долю расходов по разделу «Общегосударственные вопросы» в общем объеме расходов.

В Новосибирске при одновременном увеличении темпа общих расходов увеличиваются и расходы на общегосударственные вопросы в равной степени. В ряде городов, таких как Кемерово, Омск, Красноярск на фоне увеличения доли расходов на общегосударственные вопросы общий объем расходов уменьшился. Обратная ситуация (с уменьшением доли расходов на общегосударственные вопросы рост общего объема расходов) наблюдается у г. Улан-Удэ, г. Кызыл. Общее снижение расходов произошло у Читы и Горно-Алтайска. В Барнауле общая сумма расходов уменьшается при сохранении общегосударственных расходов примерно на одном уровне (таблица 3).

Таблица 3 – Доля расходов на общегосударственные вопросы в бюджете, тыс. руб. и %

Наименование	Барнаул			Уд. вес в общей сумме расходов бюджета, %			Темп изменения, % 2017/2015
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	
Общегосударственные вопросы	1123756,4	1081811,2	1130002,8	11,62	11,69	11,92	100,56
Всего расходов	9672633,1	9251164,9	9478131,4	100	100	100	97,99

В динамике большинство субъектов стараются сохранять долю в общей сумме расходов примерно на одном уровне, кроме Иркутска (с 7% в 2015 году увеличил показатель до 11% в 2017 году) и Кемерово (с 5% в 2015 г. до 7% в 2017 г.). Изучая динамику расходов на «Общегосударственные вопросы» за три контрольные точки 2015, 2017 и 2019 годы, видно, что по отношению к 2015 году Улан-Удэ, Чита, Горно-Алтайск и Кызыл сократили расходы, остальные города увеличили. Рассматривая второй период планового 2019 года по отношению к 2017 году можно заметить, что Барнаул, Чита, Омск, Красноярск и Кызыл сократили расходы. Обобщенно, взяв плановые показатели 2019 года по отношению к 2015 году, можно сказать, что 40% субъектов СФО увеличат расходы на «Общегосударственные вопросы» (Горно-Алтайск, Новосибирск, Томск, Иркутск, Абакан) и 60% сократят (Барнаул, Улан-Удэ, Чита, Кемерово, Омск, Красноярск, Кызыл).

Таким образом, исследование позволяет сделать вывод, что расходы на «Общегосударственные вопросы» составляют важную часть всех расходов бюджетов городов СФО. Их доля составляет от 5% до 13%. Основным направлением бюджетной политики субъектов СФО следует выбирать повышение эффективности бюджетных расходов, в том числе по разделу «Общегосударственные вопросы» [2].

Список использованных источников:

1. Законы субъектов РФ, входящих в СФО – «О бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов» (Официальные сайты финансовых органов субъектов РФ).

2. Финансовая политика региона на современном этапе (на материалах Алтайского края): монография/ коллектив авторов; под ред. Л.А. Мочаловой. – М.: РУСАЙНС. 2016. – 330 с.

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ПО ДОХОДАМ В МЕСТНЫЕ БЮДЖЕТЫ РЕГИОНОВ СФО И ИХ НАЛОГОВЫХ РАСХОДОВ

Исаева Елена Алексеевна, студент

*Научный руководитель: Пирогова Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: tvpirogoval@fa.ru*

Аннотация: Проведена сравнительная оценка дебиторской задолженности по доходам в местные бюджеты регионов Сибирского федерального округа и их налоговых расходов. Определена структура, динамика и удельный вес задолженности по доходам в бюджеты регионов СФО.

Ключевые слова: задолженность по налогам и сборам, налоговые расходы, местный бюджет, региональный бюджет.

В настоящее время наблюдается дефицит как федерального бюджета, так и большинства региональных бюджетов. В этой связи важное значение имеет повышение эффективности работы налоговых органов по взысканию накопившейся дебиторской задолженности по налоговым и неналоговым доходам. По данным налоговой отчетности ФНС по форме 4-НМ «Отчет о задолженности по налогам и сборам, пеням и налоговым санкциям в бюджетную систему РФ» на 01.01.2017 год всего задолженность по СФО составила 101 млрд руб., что на 10% выше уровня 2015 года (таблица 1).

Таблица 1 – Задолженность по налогам и сборам в бюджетную систему РФ, млн руб. [1]

Регион	Всего		По федеральным налогам и сборам		По региональным налогам		По местным налогам и сборам		По специальным налоговым режимам	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
РФ	827344	1031693	602451	762226	136839	160866	60193	78176	27860	30424
СФО	91744	101184	68 089	72 725	13 743	16 731	6 589	8 275	3 322	3451
Республика Алтай	989	922	687	659	97	134	44	62	69	65
Республика Бурятия	2 565	2 816	1 588	1 702	499	560	333	392	143	160
Республика Тыва	517	609	332	382	73	88	65	83	45	55
Республика Хакасия	1 458	1 909	999	1 298	229	310	133	183	96	117
Алтайский край	8 329	9 958	4 918	5 926	2 144	2 478	922	1 158	344	394
Красноярский край	17185	19 213	13 293	14 557	2 406	2 950	1 048	1 213	436	491
Иркутская область	11 966	14 847	8 460	10 262	1 973	2 600	1 120	1 559	411	423
Кемеровская область	16 307	18 101	13 241	14 376	1 739	2 191	868	1 052	458	481
Новосибирская область	18 309	166804	14 380	12 249	2 461	2 924	804	916	663	590

Омская область	7 031	8 033	5 092	5 689	1 089	1 323	583	723	265	297
Томская область	3 679	4 128	2 622	2 755	461	547	427	653	167	171
Забайкальский край	3 496	3 964	2 471	2 864	567	620	236	277	220	202

Наибольшую долю задолженности по регионам за 2016 год по федеральным и региональным налогам занимает Красноярский край – 14,5 и 2,95 млрд рублей соответственно. В бюджет Алтайский край недопоступило за 2016 год 9,9 млрд руб., превысив показатели 2015 года на 20% (+1,6 млрд руб.).

Анализируя все регионы СФО, можно сделать вывод, что сумма задолженности по местным налогам с каждым годом увеличивается. Наибольшая доля задолженности по местным налогам сконцентрирована в Иркутской области -1,5 млрд руб. Задолженность в бюджет Алтайского края (таблица 2) за 2016 год увеличилась на 25% и составила 1158 млн руб.

Таблица 2 – Задолженность по уплате пеней и налоговых санкций в бюджетную систему РФ, млн руб. [2]

Регион	Задолженность по уплате пеней и налоговых санкций		Задолженность по:							
			федеральным налогам и сборам		региональным налогам и сборам		местным налогам и сборам		специальным налоговым режимам	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016	2015	2016
РФ	296785	348 015	241356	276 174	28644	38617	12602	17078	14182	16145
СФО	33581	33 423	27638	25 942	2838	3 830	1479	1 953	1625	1 696
Республика Алтай	375	339	311	264	24	31	10	14	28	28
Республика Бурятия	659	755	478	512	80	108	48	73	51	61
Республика Тыва	203	213	159	156	13	15	12	14	18	26
Республика Хакасия	403	486	294	337	37	54	32	42	39	51
Алтайский край	2671	3 135	1794	2 022	496	635	212	283	168	195
Красноярский край	6656	7 145	5739	5 919	463	665	240	316	212	243
Иркутская область	3896	4 174	3087	3 097	386	554	208	313	213	209
Кемеровская область	4268	4 976	3619	4 124	272	408	186	236	190	207
Новосибирская область	8845	6 036	7652	4 675	614	773	211	257	367	329
Омская область	2728	2 963	2211	2 308	214	300	161	204	140	150
Томская область	1273	1 440	999	1 106	94	126	100	126	78	80
Забайкальский край	1597	1 756	1288	1 419	140	155	52	68	115	112

Анализируя задолженность по уплате пеней и налоговых санкций в бюджеты субъектов РФ важно заметить, что наиболее существенную сумму пеней и штрафов недополучили в бюджеты по федеральным налогам и сборам. За последние два года увеличилась задолженность по уплате пеней по местным налогам и сборам и налогам со специальными налоговыми режимами на 32% (+474 млн. руб.) и на 4% (+71 млн. руб.) соответственно. Доля Алтайского края составляет 9% от общей суммы задолженности по Сибири.

В отчёте ФНС России о налоговой базе и структуре начислений по местным налогам №5-МН представлена сумма налогов, не поступивших в бюджет городского округа в связи с предоставлением налогоплательщикам

льгот за 2015 год (таблица 3). Наибольшую долю не поступивших средств в бюджет городского округа по земельному налогу для юридических лиц занимает Красноярск (718 млн руб.), г. Барнаул – 9 место.

По земельному налогу с физических лиц максимальные налоговые расходы возникают в Улан-Удэ (17,5 млн руб.), далее идет г. Кемерово – 14,5 млн руб., третье место занимает г. Барнаул – объем выпадающих доходов городского бюджета составил 7,8 млн руб.

Таблица 3 – Сумма налогов, не поступивших в бюджет городского округа в связи с предоставлением льгот по местным налогам за 2015 год, тыс.руб. [3]

Город	Земельный налог		Налог на имущество физических лиц
	юридические лица	физические лица	
Барнаул	33 830	7 752	222 621
Чита	27 682	2 269	12 977
Иркутск	85 712	1 341	262 273
Кемерово	131 811	14 509	39 213
Красноярск	718 742	-	-
Новосибирск	45 042	7 431	102 076
Омск	58 334	778	119 253
Горно-Алтайск	3 105	1 480	9 119
Улан-Удэ	31 956	17 550	15 241
Кызыл (2014 г.)	7 519	162	7 624
Абакан	57 796	4 344	13 563
Томск	238 405	2 517	315 515

По налогу на имущество физических лиц наибольшую величину непоступившего в местный бюджет налога занимает г.Томск – 315,5 млн руб., далее следует г.Иркутск – 262,3 млн руб., также третье место, как и по земельному налогу с физических лиц, занимает г.Барнаул, у которого сумма налоговых расходов по налогу на имущество физических лиц превысила 222,5 млн руб. [2].

Проанализировав данные показатели, можно сказать, что г. Барнаул в большей степени уделяет внимание предоставлению налоговых льгот по земельному налогу для физических лиц, нежели для юридических, но стоит отметить социальную эффективность предоставляемых льгот по земельному налогу, так как она направлена на поддержку осуществления деятельности организаций по предоставлению на территории города услуг в сфере культуры и искусства, образования, здравоохранения, социальной защиты населения.

Таким образом, можно сделать следующие выводы, что одним из инструментов достижения устойчивых темпов экономического роста на современном этапе является налоговая политика, проводимая региональными органами власти и органами местного самоуправления [4, с. 118].

Список использованных источников:

1. Отчет о задолженности по налогам и сборам, пеням и налоговым санкциям в бюджетную систему РФ по форме № 4-НМ. URL: <https://www.nalog.ru/>
2. Сайты Управлений ФНС России по регионам СФО
3. Отчет о налоговой базе и структуре начислений по местным налогам по форме № 5-МН. URL: <https://www.nalog.ru/>
4. Финансовая политика региона на современном этапе (на материалах Алтайского края): монография/ коллектив авторов; под ред. Л.А. Мочаловой. – М.: РУСАЙНС. 2016. – 330 с.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ НАЛОГОВЫХ ДОХОДОВ В РЕГИОНАХ СИБИРСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА

Медведева Екатерина Аркадьевна, студент

*Научный руководитель: Пирогова Татьяна Викторовна, кандидат
экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве
РФ, Барнаульский филиал, 656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, д.54, Россия
E-mail: tvpirogoва@fa.ru*

Аннотация. Проведен сравнительный анализ регионального опыта по установлению дополнительных нормативов отчислений по федеральным налогам в субъектах Сибирского федерального округа (СФО). Определены лучшие практики в регионах СФО.

Ключевые слова: налоговые доходы, нормативы отчислений, федеральный бюджет (ФБ), бюджеты субъектов СФО, муниципальное образование (МО).

Основным источником формирования доходов бюджетов бюджетной системы РФ являются налоговые доходы. В этой связи рассмотрим, насколько равномерно налоговые доходы распределяются по уровням бюджетной системы России. Пропорции распределения налоговых доходов по уровням бюджетной системы устанавливаются Бюджетным кодексом РФ (БК РФ) [1, ст. 50, 56, 61] и субъектами РФ согласно полномочиям, которыми они наделены в соответствии с БК РФ. Рисунок 1 отражает распределение налоговых доходов между федеральным и консолидированными бюджетами субъектов СФО [2].

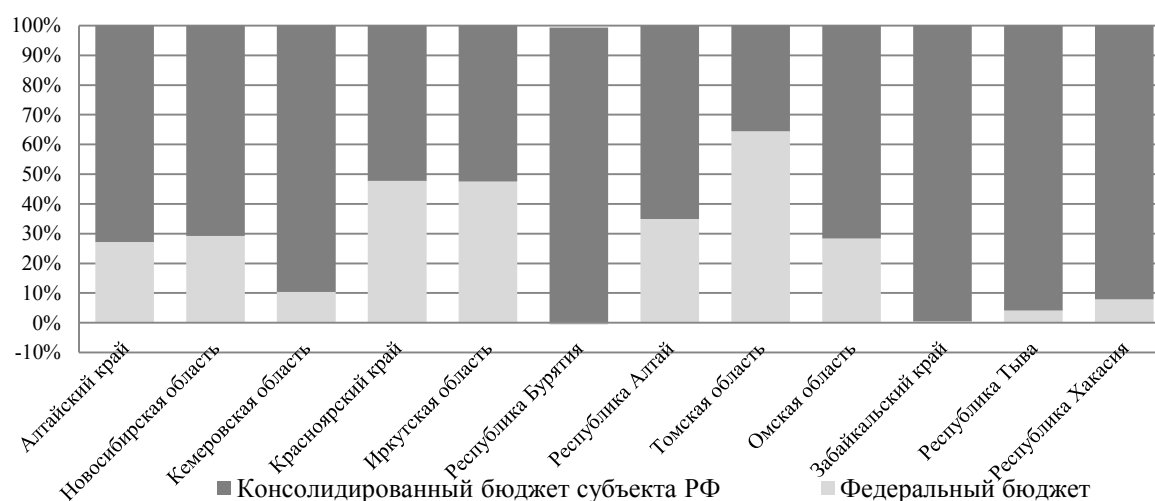


Рисунок 1 – Распределение налоговых доходов по уровням бюджетной системы в 2016, %

Наибольшее значение поступлений в федеральный бюджет приходится на Томскую область (более 60%) Красноярский край и Иркутскую область (более

40%). В таких регионах, как Республики Бурятия, Тыва, Хакасия и Забайкальский край, поступление налоговых доходов в федеральный бюджет составляет менее 10%. Структура налоговых поступлений консолидированных бюджетов регионов СФО неоднородна, но везде наблюдается абсолютное лидерство у налога на доходы физических лиц (НДФЛ) и налога на прибыль организаций [2]. Согласно ст.58 БК РФ, субъекты РФ могут устанавливать дополнительные нормативы отчислений в местные бюджеты от НДФЛ, подлежащего зачислению в бюджет субъекта РФ. Эти нормативы могут заменять собой дотации на выравнивание бюджетной обеспеченности. В рамках правовых возможностей бюджетного регулирования органы власти некоторых регионов законом о бюджете устанавливают дополнительные нормативы отчислений в бюджеты МО [3, 4, с. 56].

Почти во всех регионах СФО введены дополнительные нормативы отчислений в бюджеты муниципальных районов и городских округов от НДФЛ, кроме Красноярского края, Республики Алтай и Республики Тыва. Взамен дотаций установлены дополнительные нормативы в Кемеровской области, Томской области, Республике Бурятия. А в Омской области, Забайкальском крае и Республике Хакасия дополнительные нормативы установлены взамен части дотаций – таблица 1 [2].

Таблица 1 – Диапазон дополнительных нормативов отчислений в бюджеты муниципальных районов и городских округов от НДФЛ в 2015-2017 гг., %

Регион	2015 г.		2016 г.		2017 г.	
	min	max	min	max	min	max
Алтайский край	5		5		5	
Новосибирская область	0,56	70	0,55	45,32	5,89	49,32
Кемеровская область	2,71	62,4	2,65	49,08	2,95	53,06
Республика Бурятия	15	65	15	65	4,3	23
Томская область	3,02	45,61	4,37	52,52	1,83	55,62
Омская область	28,95	82	7,2959	81,4318	30,55	62,9532
Забайкальский край	4,3	85	4,3	85	4,6	85
Республика Хакасия	25	55	10	55	10	55

Наибольшее значение минимальной границы дополнительных нормативов установлено в Омской области и на текущий год составляет 30,55%, в Республике Хакасия – 10% и Новосибирской области – 5,89%. Максимальное значение дополнительных нормативов отчислений от НДФЛ в местные бюджеты наибольшего уровня достигает в Забайкальском крае – 85%, Омской области – 62,9532% и Томской области – 55,62%. На территории всего Алтайского края единые дополнительные нормативы отчислений в бюджеты муниципальных районов и городских округов от НДФЛ установлены в размере 5%. Из всех субъектов СФО, только в столицах двух регионов установлены дополнительные нормативы: в г. Барнауле, как и на территории всего Алтайского края, норматив составляет 5%, а в Кемерово – 12,08%.

В соответствии с бюджетным законодательством органы государственной власти субъекта РФ обязаны устанавливать дифференцированные нормативы

отчислений в местные бюджеты от акцизов на автомобильный и прямогонный бензин, дизельное топливо, моторные масла и др. [1, ст. 58]. В таблица 2 представлен диапазон дифференцированных нормативов отчислений в бюджеты муниципальных районов и городских округов от акцизов.

Таким образом, установление дифференцированных нормативов отчислений по НДС для МО будет создавать стимулы для проведения местными властями более гибкой финансовой политики [5, с. 66].

Таблица 2 – Диапазон дифференцированных нормативов отчислений в бюджеты муниципальных районов и городских округов от акцизов, %

Регион	2015		2016		2017	
	min	max	min	max	min	max
Алтайский край	0,0166	6,2478	0,0167	6,3141	0,0167	6,3049
Новосибирская область	0,0005	1,12323	0,00008	1,13519	0,0009	2,29105
Кемеровская область	0,0058	0,7313	0,0058	0,7313	0,0055	0,7013
Красноярский край	0,0006	63,4493	0,0002	63,4414	0,0006	63,4407
Иркутская область	0,01	0,495	0,001	0,546	0,001	0,869
Республика Бурятия	0,001	0,7220	0,00267	0,75064	0,00254	0,71052
Республика Алтай	0,4566	1,4214	0,4802	1,2274	0,5016	1,4191
Томская область	0,0029	1,0472	0,00332	1,06057	0,00279	1,29726
Омская область	0,0088	1,335	0,0011	1,302	0,0011	1,3018
Забайкальский край	0,0111	1,4018	0,0112	1,4224	0,0112	1,4378
Республика Тыва	0,1278	1,4464	0,1332	1,468	0,0815	1,3
Республика Хакасия	0,27	1,53	0,01	1,2	0,01	1,2

Различия налогового потенциала регионов не позволяют повысить сбалансированность консолидированных бюджетов субъектов СФО, но могут сократить размер дотаций, выделяемых из региональных бюджетов муниципальным образованиям, обладающим низким доходным потенциалом.

Список использованных источников:

1. Бюджетный кодекс РФ: Федеральный закон РФ от 31 июля 1998 г. № 145 – ФЗ (ред. от 03.07.2016 г.).
2. Законы субъектов РФ, входящих в СФО, «О бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов» (Официальные сайты финансовых органов субъектов РФ).
3. Пирогова Т.В., Сбитнева Л.П. Проблемы развития малого предпринимательства в Алтайском крае: налоговый аспект // В сборнике: Проблемы социально-экономического развития регионов. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. Уфа, 2015. С. 74-81.
4. Финансовая политика региона на современном этапе (на материалах Алтайского края): монография/ коллектив авторов; под ред. Л.А. Мочаловой. – М.: РУСАЙНС. 2016. – 330 с.
5. Руководство по повышению эффективности взаимодействия органов местного самоуправления и территориальных органов Федеральной налоговой

службы в целях увеличения налоговых поступлений и развития среднего и малого предпринимательства: учебно-методическое пособие/ под общей редакцией д-ра экон. наук, профессора Н.В. Фадейкиной. – Новосибирск: САФБД, 2011. – 406 с.

Научное издание

**СОВРЕМЕННЫЙ СПЕЦИАЛИСТ-ПРОФЕССИОНАЛ:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА**

Материалы 9-й международной научной конференции
студентов и магистрантов

Редактирование и подготовка
Оригинал макета: К.И. Волкова
Дизайн обложки: К.И. Волкова

Издательская лицензия ПД № 12-0150 от 14 ноября 2001 г.

Подписано в печать 30.11.2017 г.

Объем 23,3 уч.-изд. л. Формат 64x90 1/8.

Бумага офсетная. Тираж 100 экз. Заказ № 484.

Отпечатано в типографии «Графикс»,
ИП Рудь Ирина Владимировна,
656049, г. Барнаул, пр-т Социалистический, 105,
тел.: (3852) 622-600