



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

Региональная научно-практическая конференция студентов и молодых учёных

**«Экономика, финансы, проектное управление и
социальная сфера России:
подходы и перспективы в условиях устойчивого
цифрового развития»**



24 мая 2019 год

УДК 330.31
ББК 65
С 54

Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России: подходы и перспективы в условиях устойчивого цифрового развития. Материалы региональной научно-практической конференции студентов и молодых учёных, г. Краснодар, 24 мая 2019 г./ под общей редакцией Э.В. Соболева, С.И. Берлина. — Краснодар: Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, издательство ЦНТИ, 2019. — 353 с.: ил.

ISBN 978-5-91221-414-1

Редакционная коллегия:

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

В сборнике представлены материалы, отражающие опыт проведения научно-исследовательских работ по направлениям, затрагивающим актуальные экономические, социальные, финансовые, управленческие, правовые и информационные проблемы функционирования и цифрового развития экономики России на современном этапе мировой эволюции.

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

Текстовое электронное издание

Минимальные системные требования:

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

© Краснодарский филиал Финансового университета, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1	
ВЕКТОРЫ ДОСТИЖЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА, ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ И СОЦИАЛЬНОЙ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ.....	8
Артюхова П.Д.	
Тенденции развития аутсорсинга в бухгалтерском учете.....	8
Богатырёва Д.Н., Котюжанская Е.А., Степанович Д.В.	
Экономические санкции применяемые к России и контрсанкции России. Их последствия для экономики.....	12
Васильченко В.В., Копылова А.А., Мкртчян Г.Б.	
Денежно-кредитная политика и её особенности в открытой экономике	16
Заковряшина Д.А., Карасёва К.Г.	
Инфраструктурные инвестиции: тенденции развития и роль в российской экономике.....	21
Исхакова А.А.	
Адаптация финансовых услуг и продуктов к требованиям людей разных поколений	29
Карасёва К.Г.	
Перспективные пути повышения эффективности взимания группы имущественных налогов с физических лиц.....	34
Кваснина П.С.	
Финансовая система РФ на современном этапе развития.....	39
Коплик Д.В., Чуркина Н.М., Демченко Е.Е.	
Анализ венчурного финансирования инвестиций в российской экономике.....	42
Кузнецова А.А., Кулешова К.В., Суворова И.О.	
Анализ венчурного финансирования инвестиций в экономике России.....	50
Левченко В.А.	
Российский рынок «зеленых» финансов: перспективы развития.....	57
Макаровская А.В.	
Тенденции развития транснациональных корпораций в России.....	63
Максимова Т.В., Никитина Е.А.	
Влияние экономической грамотности на экономику страны.....	68
Минкина Д.А.	
Финансовое обеспечение образования в РФ и его оценка	72
Сандыкова А.В.	
Рынок и корпорация: институциональный анализ смешанной экономики (на примере РФ).....	76
Слепченко А.А., Костяева И.К.	
Финансирование инвестиций в основной капитал в российской экономике: анализ тенденций и прогноз.....	79
Чугуряну К.А.	
Чёрная бухгалтерия в России колебания величины за последние 5 лет: причины, способы борьбы и последствия для экономики.....	86
Щебет Е.Ю.	
Методы разработки управленческих решений по повышению эффективности использования бюджета муниципальных образований.....	90
Раздел 2	
ПРИОРИТЕТЫ, СТРАТЕГИИ И МЕХАНИЗМЫ УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ.....	94
Казакова Ю.О.	
Кадровый потенциал Республики Адыгея: оценка и приоритеты развития.....	94
Левченко В.А.	
Проектное финансирование: российский и зарубежный опыт.....	98

Минкина Д.А.	
Особенности положения Российской Федерации в системе международных экономических отношений.....	110
Николенко А.С., Фурман А.Н., Рудько Е.Ю.	
Налоговая политика Российской Федерации: эффективность и перспективы совершенствования....	115
Новгородская В.Б.	
Анализ развития рынка автострахования Краснодарского края.....	119
Нуродинов Н.А.	
Перспективы развития франчайзинга в России в условиях экономической нестабильности	123
Ольховская Е.А., Шурбаева П.А., Богданова А.В.	
Экономическая роль государства и формирование рыночного хозяйства.....	127
Решетникова Я.В.	
Социально - экономические проектное управление по разработке мер, направленных на развитие языков и культуры народностей, проживающих на территории муниципального образования	131
Степанова Г.Ю.	
Перспективы и проблемы развития малого бизнеса в Краснодарском крае	134
Степченко А.И.	
Рекомендации по совершенствованию библиотечного обслуживания муниципального образования «город Горячий Ключ».....	139
Шуваева А.А.	
Проблемы борьбы с коррупцией в России	143
Раздел 3	
ИННОВАЦИОННЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ, ФИНАНСОВЫЕ И УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ.....	150
Аванесов А.С., Колесник А.Е.	
Лизинг как форма кредита	150
Артюхова П.Д.	
Проблемы и перспективы администрирования налога на добавленную стоимость в России	155
Богданова А.В.	
Основные средства: порядок определения амортизационных групп	161
Брылёв А.А.	
Комплексные организационно-экономические подходы оценки уровня зрелости предприятия в системе ее управления (на примере ООО «Нестле Кубань»).....	165
Гави Ринди Мурезки	
Оценка стратегии развития в системе управления компанией (на примере ООО «Газпром бурение»).....	171
Иванова К.С.	
Экономическое обоснование использования аутсорсинговых услуг в сфере кадрового обслуживания на примере ООО ЧОА «Альфа ПЛЮС».....	174
Кваснина П.С.	
Аудит и судебно-бухгалтерская экспертиза: сходства и различия.....	179
Китаинов А.Б.	
Кластерный анализ как способ построения инвестиционного портфеля.....	182
Кулинич В.В.	
Целеполагание в экономике: стратегия и тактика поведения хозяйствующих субъектов.....	189
Малтизова А.С.	
Новые подходы к аудиторскому заключению	193
Минкина Д.А.	
Обоснование необходимости проведения аудиторской проверки экономических субъектов	197
Мозжухина М.А.	
Учёт и анализ движения денежных потоков организации, как один из факторов, влияющих на её рентабельность.....	201
Новгородская В.Б.	
Национальная платежная карта «МИР» как инструмент развития безналичных расчетов	

Краснодарского края.....	206
Шалемова М.А.	
Современное состояние рынка аудиторских услуг в Российской Федерации	212
Раздел 4	
ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СОБРЕМЕННОЙ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	217
Аветян Н.С.	
Продвижение проекта «Молекулярная кухня» на выставочных мероприятиях.....	217
Воргунова В.Р.	
Промо-маркетинг: как провести эффективную промо-акцию.....	222
Воргунова В.Р.	
Контекстная реклама как неотъемлемая часть продвижения товарных предложений	226
Зекон Р.Ф., Циклаури Э.А.	
Противоречия экономических интересов и НТП: теория и практика.....	231
Исхакова А.А.	
Аутплейсмент как способ избавления от неэффективных сотрудников.....	235
Качанова Д.С.	
GR-менеджмент как эффективный инструмент взаимодействия компании и государства.....	238
Левченко В.А.	
Принципы и методы дистанционного менеджмента.....	243
Мезенцева О.А.	
Технология фасилитации в управлении персоналом	248
Мезенцева О.А., Воргунова В.Р.	
Стратегия процесса: теория и практика (на примере машиностроительной отрасли).....	254
Мягкова Д.А.	
Пути повышения эффективности использования трудовых ресурсов на предприятии (в организации).....	261
Мягкова Д.А.	
Тенденции развития предпринимательства в Краснодарском крае.....	265
Придатко О.В., Мальцева Ю.П.	
Использование современных технологий в образовательной деятельности студентов	269
Романовская А.С.	
История развития стартапов за рубежом и в России.....	274
Рудковская А.С.	
Организационная культура как стратегический инструмент развития ВУЗа.....	280
Саламатина П.Н., Григорян А.Е.	
Франшиза как потенциал развития бизнеса в России.....	284
Туйсузов Д.Ю.	
Аутсорсинг и его роль в современной экономике.....	288
Эскиндарова Д.А.	
Проекты, ориентированные на качество: особый вид проекта.....	292
Раздел 5	
БИЗНЕС И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	299
Анисимова М.Р.	
Разработка мобильной информационной системы передачи данных показаний приборов учёта для контролирующих организаций.....	299
Ахметов К.В.	
Влияние санкций на экономику России.....	304
Габриелян Г.Л.	
Разработка приложения «Smart planner» для управления собственными финансовыми ресурсами при создании дизайна интерьера.....	313
Давидян Н.А., Дудник М.Д.	
Система локальной навигации.....	317

Караева Ю.А.	
Разработка стратегии обеспечения кибербезопасности в банковской сфере России.....	320
Киселева А.А.	
Капперы и новый вид бизнеса.....	325
Копылова Д.В.	
Проект создания интернет-сервиса для повышения миграционной активности в России.....	328
Куйда Г.Е.	
Внедрение информационных технологий в изучение иностранных языков.....	332
Левченко В.А., Батори Г.А.	
Биометрические системы как фактор влияния при выборе банка.....	336
Непомнящая О.В.	
Реклама и объем продаж: эконометрическая реализация.....	349
Радионова К.Ю.	
Принципы разработки информационной системы анализа конкурентной среды по «1С»-представителям	354
Степанова А.А.	
Исследование методов оценки эффективности ИТ-проектов.....	359
Шакиров Н.Д.	
Разработка мобильного приложения для автоматизированной информационной системы ЖКХ.....	363
Шапвалова Я.Д.	
Влияние информационных технологий в современном обществе.....	368
Раздел 6	
РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО В ТРАНСФОРМИРУЮЩЕМСЯ МИРЕ: ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ.....	373
Воргунова В.Р.	
Реклама как социокультурный фактор формирования ценностных ориентаций молодежи	373
Гаспарян А.А.	
К вопросу о гендерном равенстве в сфере труда.....	379
Копылова Д.В.	
Проблематика еврейского холокоста в современной культуре России.....	383
Кулинич В.В.	
Политические условия деловой активности в России: история и современность.....	387
Мальцева Ю.П.	
Алкоголь и потерянная молодость	392
Мезенцева О.А.	
Плюсы и минусы цифровизации в образовании	396
Туйсузов Д.Ю.	
Система нормативно-правового регулирования менеджмента в России.....	403
Шарафутдинова В.Р.	
Из истории конституции Кубанского края	407
Раздел 7	
ЭКОНОМИКА КАК НАУКА ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОМ РОСТЕ И СТАБИЛЬНОСТИ (ECONOMICS: THE SCIENCE OF ECONOMIC GROWTH AND STABILITY).....	411
Батори Г.А.	
Features of tobacco brands promotion in terms of legal restrictions on advertising (Особенности продвижения табачных брендов в условиях правовых ограничений на рекламу).....	411
Батори Г.А.	
New direction building the brand of the tobacco industry (Новые направления формирования бренда табачной отрасли).....	418
Бочарова А.Р., Чебану А.И.	
A role of advertising in promoting a product (Роль рекламы в продвижении продукта).....	424
Исхакова А.А.	
Glass ceiling for women in Russia (Стеклянный потолок для женщин в России).....	428

Казарян А.В., Романовская А.С. Protectionism and its manifestations in the modern world (Протекционизм и его проявления в современном мире).....	431
Королева Е.Э., Нураева Д.Д. Tax benefits (Налоговые льготы).....	435
Левченко В.А., Батори Г.А. Biometric systems of authentication as a factor of influence in the process of choosing a bank (Биометрические системы как фактор влияния при выборе банка).....	438
Минкина Д.А. Small business. Establishing of a Foreign Language school (Малый бизнес. Открытие школы иностранных языков).....	441
Николенко А.С., Фурман А.Н., Рудько Е.Ю. TNC in world trade (Транснациональные корпорации в мировой экономике).....	445
Манджиева Г.Г., Полянская Н.Ю. Borrowed economic terms in the lexical system of the modern russian language (Заемствованные экономические термины в лексической системе современного русского языка).....	447
Симоненко О.С., Копылова Д.В., Новикова К.В. Business Plan for Organizing a Large-Scale Festival in Brazil “Riot of color” (Бизнес план организации масштабного фестиваля в Бразилии «Riot of color»).....	452
Шарафутдинова В.Р. Advertising management: how can the advertising affect our lives? (Рекламный менеджмент: как реклама влияет на нашу жизнь?).....	459
Эскиндарова Д.А., Рудковская А.С. The impact of brand success on the example of the company «Pandora» (Влияние бренда на успех на примере компании «Пандора»).....	462

Раздел 1

ВЕКТОРЫ ДОСТИЖЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА, ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ И СОЦИАЛЬНОЙ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

УДК 657.01

*Артюхова П.Д.,
студент 3 курса
Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
г. Краснодар, Россия
e-mail: alien.claire@mail.ru*

*Научный руководитель:
Рошектаева У.Ю.,
к.э.н., доцент
Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
г. Краснодар, Россия
e-mail: ul_rosh@mail.ru*

Анализ современных тенденций в аутсорсинге бухгалтерского учета

Аннотация: В статье дано определение бухгалтерскому аутсорсингу и аутсорсингу в целом. Перечислены основные преимущества аутсорсинга. Перечислены тенденции и дана обширная характеристика основным направлениям развития бухгалтерского аутсорсинга.

Ключевые слова: аутсорсинг, бухгалтерский аутсорсинг, тенденции в аутсорсинге.

*Artyukhova P.D.,
student, 3 courses
Krasnodar branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: alien.claire@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Roshektaeva U.Y.,
Doctor of Science (Economics)
Krasnodar branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: ul_rosh@mail.ru*

Analysis of current trends in accounting outsourcing

Abstract: The article defines accounting outsourcing and outsourcing in general. The main advantages of outsourcing are listed. The trends are listed and an extensive description of the main directions of development of accounting outsourcing is given.

Keywords: outsourcing, accounting outsourcing, trends in outsourcing.

Обращаясь к опыту европейских и западных стран, можно сказать, что там понятие аутсорсинга распространено достаточно широко и используется повсеместно, в то время как на российском рынке данный вид услуг появился сравнительно недавно и только набирает популярность среди физических и юридических лиц.

Если интерпретировать перевод слова «аутсорсинг» касательно русского языка, то получается «внешние источники». Перевод слова отражает главную задачу и весь смысл направления аутсорсинга – делегирование организацией, на основании соглашения или договора, некоторых видов обязанностей сторонним организациям, ведущим деятельность в нужной области. Важно понимать, что аутсорсинг чаще всего не является эпизодическим или случайным мероприятием, которое ограничивается временными рамками. Аутсорсинг обеспечивает непрерывную профессиональную поддержку обособленных систем организации в течение длительного срока (обычно на условиях контракта не менее 1 года).

Аутсорсинг повышает работоспособность предприятия, позволяя освободить человеческие, временные и финансовые ресурсы для направления их на развитие отдельно взятых сегментов или всей организации в целом.

Бухгалтерский аутсорсинг – это одна из многих моделей ведения бухгалтерского учета и отчетности на предприятии, за которую, в соответствии с законодательством РФ, несет полную ответственность директор организации.

Самыми широко используемыми видами аутсорсинга на сегодняшний день являются: аутсорсинг бухгалтерского учета и отчетности, юридический аутсорсинг, аутсорсинг в сфере логистики, подбора персонала, кадровый аутсорсинг, IT-аутсорсинг.

Стоит рассмотреть более подробно вопрос о найме бухгалтера. Отправной точкой аутсорсинга бухгалтерских услуг стала необходимость ведения документации по международным стандартам компаниям, которые используют иностранный капитал. В то время как российская отчетность должна полностью соответствовать международным стандартам, а международная отчетность должна коррелировать с российским законодательством и нормами. Также данные преимущества бухгалтерии являются востребованными среди тех, кто планирует или уже занимает место на международной арене и сталкивается с отсутствием или несоответствием квалификации штатных работников по вопросам международного бухгалтерского учета и торгового права. Важно отметить, что начисление социальных выплат, приобретение дорогостоящего программного обеспечения, оборудование офиса для бухгалтерии – это те издержки, которые предприятие не будет оплачивать, если воспользуется услугами аутсорсеров. Фирма-аутсорсер имеет свою автономную инфраструктуру и технологии, а стоимость услуг наемного бухгалтера относится к категории затрат предприятия и снижает налогооблагаемую базу. Рабочее место бухгалтера-аутсорсера оснащается полностью аутсорсинговой фирмой. Нанятый по договору аутсорсинга бухгалтер имеет должную компетенцию, четко выполняет свои задачи,

проходит повышение квалификации за счет своей фирмы. Фирма-аутсорсер работает постоянно без отпусков и больничных. Ответственность по договору за сроки и качество сдачи отчетности минимизируют риски штрафов для обратившегося за услугами предприятия. Убытки, возникающие при предоставлении неверных расчетов или несоблюдение срока сдачи отчетов, несет аутсорсинговая фирма.

Сегодня аутсорсинг бухгалтерии включает самые разные аспекты управления финансовыми потоками компании и ведение всех видов учета. От обычного договора с частным лицом бухгалтерский аутсорсинг отличается длительным периодом сотрудничества с конкретной компанией с полной передачей всех сведений о финансовой деятельности компании. Несмотря на масштабы, услуги фирм-аутсорсеров востребованы не только транснациональными корпорациями, но и малым бизнесом. В настоящее время применение бухгалтерского аутсорсинга становится незаменимой услугой для тысяч российских предприятий. Можно сделать вывод, о том, что бухгалтерский аутсорсинг становится массовым явлением в России. Это означает, что в современных экономических реалиях, в условиях экономического спада, данный метод по оптимизации бизнеса особенно актуален, так как нужно развивать бизнес, чтобы преодолеть условия жесткой конкуренции. Так как нужно сосредоточиться на основном профиле деятельности предприятия, а вопросы бухгалтерии можно доверить профессиональным аутсорсерам.

Говоря о тенденциях развития аутсорсинга в рамках современной экономики, можно выделить следующие аспекты:

- 1) использование облачной среды для ведения учета;
- 2) автоматизация учета;
- 3) присутствие информации об аутсорсинге в социальных сетях и других масс-медиа;
- 4) централизованное размещение рекламы

Стоит детально рассмотреть каждый выделенный тезис.

Использование облачной среды для ведения учета является высокоэффективным способом не только для коммуникации предприятия и представителя аутсорсера, но и обеспечивает постоянный доступ к бухгалтерской отчетности. Облачные технологии могут быть интегрированы деятельностью любого предприятия, как в чистом виде, так и с большим числом надстроек. Облако дает возможность видеть данные бухгалтерской службы с любого устройства (в том числе мобильного), используя нужный Интернет-канал. Облачный учет обеспечивает возможность владельцам бизнеса постоянно быть на связи, как с бухгалтером, так и с бухгалтерской информацией. Использование облака - это безопасный и надежный способ защиты интеллектуальной собственности бизнеса в случае потери физических активов (например, компьютеров).

Главной задачей автоматизации учета на аутсорсинговых предприятиях является снижение времени, затрачиваемого на выполнение рутинных операций в ручном режиме. Иными словами, автоматизация позволяет экономить временные ресурсы сотрудников аутсорсинга, тем самым расширяя список обслуживаемых компаний. Так же снижается необходимость ручного ввода дан-

ных. Конечно, автоматизация процесса не вытеснит полностью труд бухгалтера, но заметно оптимизирует сохраненное время для решения более актуальных задач.

Присутствие информации об аутсорсинге в социальных сетях и других масс-медиа носит не только рекламный характер, но так же повышает информированность потенциальных клиентов об услугах аутсорсинга. Возможными площадками для рекламы могут стать социальные сети в подходящих паблик-сообществах, широкое использование контекстной рекламы. Владельцы бизнеса становятся все более активными в социальных сетях, поэтому многие компании также выходят в Сеть, чтобы охватить более широкую аудиторию. Резюмируя, владельцы аутсорсинг-бизнеса могут предлагать свои услуги и в онлайн режиме. Существует множество преимуществ использования социальных сетей для бухгалтерских фирм, в том числе: отсутствие затрат на их использование, охват миллионной аудитории, повышение видимости деловой активности фирмы, увеличение трафика веб-сайта и обеспечение понимания потенциальными клиентами областей компетенции фирмы.

Централизованное размещение рекламы требует отдельного пояснения. Возможно создание он-лайн пространства, где будет собрана вся информация о предприятиях-аутсорсерах. Это поможет соискателю найти максимально подходящего аутсорсера. Выставление фильтров по региону, по ценовому диапазону, по сильным сторонам аутсорсера и специфике его деятельности и других требований носит не только рекламный характер, но и помогает сравнивать предлагаемые услуги и ознакамливаться с предприятием-аутсорсером до непосредственного контакта; выбрать наиболее подходящее предприятие-аутсорсера; сэкономить временные и денежные ресурсы.

Рассмотренная модель организации и ведения бизнеса, несомненно, является эффективной и, по нашему мнению, перечисленные преимущества аутсорсинга бухгалтерских услуг позволят ему и в дальнейшем оставаться перспективным направлением в бизнесе. Использование услуг бухгалтера-аутсорсера на предприятии ведет к улучшению основных показателей деятельности предприятия, при этом значительно снижая риски искажения отчетности. Руководители, нанимающие бухгалтера-аутсорсера, обеспечивают стабильное развитие своего бизнеса.

Литература:

1. Никифорова Я. Е. Тенденции и перспективы развития бухгалтерского аутсорсинга в России // Молодой ученый. — 2018. — №47. — С. 264-266. — URL <https://moluch.ru/archive/233/53976/> (дата обращения: 14.05.2019).
2. Блог-платформа для предпринимателей «Spark» - [Электронный ресурс - <https://spark.ru> (дата обращения – 14.05.19.)]
3. Финансово-кредитный энциклопедический словарь – [Электронный ресурс - https://finance_loan.academic.ru/ (дата обращения – 14.05.19)]
4. Банковско-консалтинговая группа «Информаудитсервис» («ИАС») – [Электронный ресурс - <http://www.i-ias.ru> (дата обращения – 14.05.19)].

Богатырева Д. Н., Котюжанская Е. А., Степанович Д. В.
студенты 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: Enigmaaaa404@gmail.com
ekakot15@mail.ru
darya.stepanovich.2000@mail.ru

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

Экономические санкции применяемые к России и контрсанкции России. Их последствия для экономики

Аннотация: В статье анализируются экономические последствия санкций и ответных мер России на экономику страны. Изучен процесс санкционно-го взаимодействия государств в среде существования мировых рынков товаров и услуг. Выявлен ряд негативных и положительных тенденций, причиной которых стали санкции и контрсанкции. Разработаны способы борьбы сданной проблемой.

Ключевые слова: продовольственное эмбарго, контрсанкции, санкции, Европейский союз, российская экономика, импортозамещение.

Bogatyreva D. N., Kotyuzhinska E. A., Stephanovich D.V.,
students, 1 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: Enigmaaaa404@gmail.com
ekakot15@mail.ru
darya.stepanovich.2000@mail.ru

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

Economic sanctions against Russia and Russia's counter-sanctions. Their impact on the economy

Annotation: The article analyzes the economic consequences of sanctions and Russia's response to the country's economy. The process of sanctions interaction of States in the environment of the world markets of goods and services is studied. A number of negative and positive trends caused by sanctions and counter-sanctions are revealed. Developed ways to combat the problem handed over.

Keyword: food embargo, counter-sanctions, sanctions, European Union, Russian economy, import substitution.

Актуальность темы статьи заключается в том, что сегодня экономические санкции являются важным инструментом внешней политики и международной дипломатии. Принятые на определенный период, они могут оказывать длительное воздействие, и экономика в полной мере ощущает их влияние не сразу, а через определенное время. Однако не следует забывать, что они так же могут оказать негативное влияние и на страны санкционеров. Кроме того, снятие санкций происходит медленнее, чем их введение.

Экономические санкции - это запретительные меры, которые используются одним участником международной торговли по отношению к другому участнику с целью:

- изменить политику санкционированной страны на ограниченной территории.

- уничтожить военный потенциал страны.

Тема санкций в России стала особенно актуальной после аннексии Крыма в 2014 году. Лидеры ведущих государств Европейского Союза и США инициировали введение санкций. Одним из важнейших условий их установления было присутствие Крыма в составе России. Отмена санкций может произойти только в том случае, если Крым перестанет принадлежать Российской Федерации.

Западные санкции оказывают влияние на российскую экономику с 2014 года. Они особенно затронули нефтяной, газовый, финансовый и банковский сектора российской экономики. Запрет на продажу нефтегазового оборудования позволил сократить объемы добычи нефти и газа в России. Санкции против банковской системы привели к кризису, потере ее ликвидности и снижению инвестиционных возможностей экономики.

Среди предпринимателей было проведено исследование Индекса деловой среды РСПП, в котором приняли участие 55 компаний. 48,1% фирм считают, что экономические санкции влияют на деятельность их предприятий, а 38,9% отрицают влияние санкций на их компании. Конкретные ответы на опрос на рисунке 1. Наиболее критичным для российского бизнеса был рост цен на сырье и сокращение доступности кредитов (64,6%). Меньше всего (6,4%) отразилась на деятельности компании проблема с экспортом продукции, у 74,5% респондентов такой проблемы нет.

Рассматривая ситуацию в среднесрочной перспективе, можно констатировать тот факт, что применение внешних санкций оказало двойственное влияние на состояние экономики Краснодарского края. С одной стороны, промышленное производство пошло на убыль, произошло сужение ресурсной базы для кредитования отдельных секторов экономики, девальвация национальной валюты, ограничение доступа к внешним финансовым рынкам. С другой стороны Краснодарский край, несмотря на введение ряда внушительных санкций, продолжает занимать лидирующие позиции в области сельского хозяйства.



Рисунок 1 – Результаты опроса, «Какие из введенных санкций оказывают наибольшее влияние на деятельность организаций и в какой мере, (%)»

В конечном итоге большинство экономические субъекты столкнулись с ухудшением важнейших показателей своей деятельности, уменьшением прибыли, и получением отрицательного результата.

Решение об контрсанкциях России в конце 2014 было явно неожиданным для Запада. Сегодня, спустя несколько лет после введения ответных санкций, мы можем сказать, что первый результат был получен: Европейский Союз был сбит с толку и запаниковал, так как от контрсанкций пострадать могла экономика их стран.

В дальнейшем опасения ЕС подтвердились, так как экспорт продовольственных товаров в Россию значительно сократился. За несколько лет, прошедших после введения продовольственного эмбарго, общая доля импорта в торговле продуктами питания в соответствии с рисунком 1 снизилась с 34% до 21-22%.

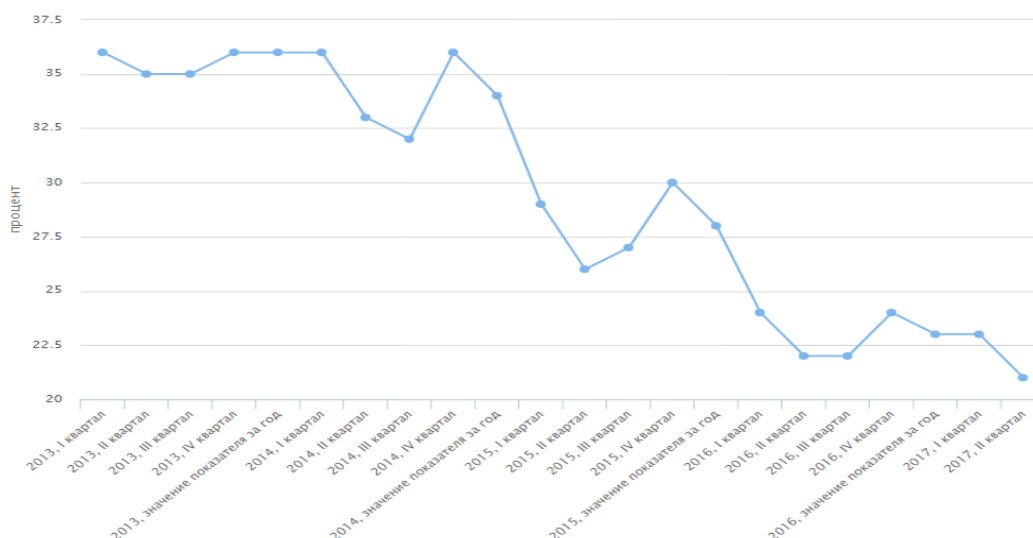


Рисунок 2 – Доля импортных продуктов в торговле продовольственными товарами (РФ)

По данным Минэкономразвития, за два года в режиме продовольственного эмбарго цены на продовольствие в России выросли на 31,6%. В настоящее время импортозамещение оказало лишь незначительное влияние на рост российской экономики и перераспределение факторов производства. Это связано с относительно низким уровнем свободных производственных мощностей и ограниченным предложением рабочей силы [6].

Для преодоления негативных последствий введения санкций была разработана и принята специальная программа развития сельского хозяйства до 2020 года. Планируется, что к 2020 году индекс сельскохозяйственного производства составит не менее 119,6 процента, а индекс инвестиций в основной капитал достигнет 141,9 процента.



Рисунок 3 – Прогноз производства продукции к 2020 году

В области сельского хозяйства ограничение импортных поставок привело, с одной стороны, к значительному сокращению предложения сельскохозяйственной продукции, росту темпов инфляции продуктов питания и росту цен на многие категории товаров. С другой стороны, санкции способствовали росту производственных показателей аграрного сектора. Возникновение необходимости замены импортных товаров отечественной продукцией привело к расширению деятельности сельскохозяйственных предприятий.

Чтобы преодолеть негативное влияние санкций на Россию, необходимо обеспечить постепенное повышение эффективности российской экономики, развивать национальную производственную инфраструктуру, постепенно переводить все отрасли на новейшие технологии и расширять подготовку квалифицированных специалистов. Нужны кадры, способные поддерживать технологическое обновление производства на современном уровне [7,8].

У России огромные возможности и большие объемы ресурсов, использование которых позволит вывести сельскохозяйственный сектор на более высокий уровень развития. Правильное их использование, реализация государственной политики по поддержке развития отечественного сельского хозяйства помогут вывести страну в число лидеров по экспорту продукции за рубеж.

Правительство Российской Федерации имеет в своем распоряжении множество средств и методов для борьбы с результатами санкций и контрсанкций. Центральный банк РФ по-прежнему имеет значительные резервы, поэтому для

поддержки наиболее чувствительных отраслей экономики можно прибегнуть к использованию резервного фонда.

Литература:

1. Орлова, Н. В. Финансовые санкции против России: влияние на экономику и экономическую политику // Вопросы экономики, 2014. № 12, с. 54–66.
2. Российские санкции оказались антизападными. – Режим доступа: <https://ria.ru/analytics/20160706/1459937828.html>.
3. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс: <https://www.minfin.ru/ru/>]
4. Официальный сайт «РосБизнесКонсалтинг» [Электронный ресурс: <https://www.rbc.ru/>]
5. КиберЛенинка: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-posledstviya-zapadnyh-sanktsiy-i-kontrsanktsiy-rf>
6. Берлин С.И. Конкурентный потенциал Российской Федерации как драйвер ее социально-экономического развития // Вестник академии знаний, 2018. № 2 (25) С. 47-54.
7. Кравченко Н.П., Берлин С.И. Управление государственными и муниципальными финансами. Кубанский государственный университет. Краснодар, 2018.
8. Иголина Л.Л. Финансовая безопасность России: стратегические императивы / Стратегия обеспечения экономической безопасности России. Сборник материалов международной научно-практической конференции. Кубанский государственный аграрный университет. 2009. С. 56-63.

УДК 336.74

*Васильченко В.В., Мкртчян Г.Б., Копылова А.А.,
студенты 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: vlad.vasilchenko2000@mail.ru
Wertyt1189@mail.ru
Anna_2.1.1.1@mail.ru*

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

Денежно-кредитная политика и её особенности в открытой экономике

Аннотация: В данной статье рассмотрены теоретические основы, особенности и проблемы денежно-кредитной политики РФ. В работе представлена аналитика в форме таблиц, с целью показать особенности денежно-кредитной политики Банка России и её состояние в целом. Автор обращает внимание на

проблемы, связанные с проведением денежно-кредитной политики Банка России, и предлагает внесение изменений.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, Банк России, ставка рефинансирования, экономика.

*Vasilchenko V.V
Mkrtchyan G.B.
Kopylova A.A.,
students, 1 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: vlad.vasilchenko2000@mail.ru
Wertyt1189@mail.ru
Anna_2.1.1.1@mail.ru*

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

Monetary policy and its features in an open economy

Annotation: This article discusses the theoretical foundations, features and problems of the monetary policy of the Russian Federation. The paper presents an analyst in the form of tables in order to show the peculiarities of the monetary policy of the Bank of Russia and its state as a whole. The author draws attention to the problems associated with the conduct of the monetary policy of the Bank of Russia, and proposes amendments.

Keywords: monetary policy, Bank of Russia, refinancing rate, economy.

Денежно-кредитная политика представляет собой совокупность определённых мероприятий, направленных на стабилизацию экономической ситуации в стране. Она является одним из основных инструментов регулирования национальной экономики.

Актуальность данной темы определяется тем, что именно от эффективного проведения денежно-кредитной политики зависит стабильность экономического роста, снижение безработицы, а значит и улучшение качества жизни людей. Для достижения этих целей необходимо наличие, чётко сформулированное денежно-кредитное регулирование, основу которого составляет мероприятия, проводимые Центральным банком России.

Банк России, обладая такими инструментами, как изменение учётной ставки, регулирование норм обязательного резервирования, операции на открытом и валютных рынках, может непосредственно оказывать на денежное предложение денег в стране, что в свою очередь может повлиять на занятость население, ВВП и индекс цен.

Итак, политика Центрального Банка РФ в девяностые и двухтысячные годы характеризовалась попытками снижения инфляции, а с начала 2010-х гг.

Банк России перешел в режим таргетирования инфляции, то есть это такая политика, при которой главной целью Центрального банка является обеспечение ценовой стабильности, а также устанавливается определённая цель по инфляции, за которую ответственен Банк России. Это призвано обеспечить стабильность национальной валюты. И то, и другое ставит своей целью сдерживание инфляции. Политика таргетирования Банком России достигается с помощью применения денежно-кредитных инструментов, прежде всего, изменением ключевой ставки. Однако, если рассмотреть применение данного инструмента, то получается нестандартная ситуация. (в соответствии с таблицей 1). Безусловно, даже в самые лучшие годы политику Центрального Банка нельзя назвать мягкой. За всё время существования нашей страны ставка рефинансирования была высокой. И если в девяностые годы ее можно было считать вполне логичной на фоне гиперинфляции, то начиная с двухтысячных годов ставка рефинансирования стала иметь очевидный сдерживающий эффект как для экономического роста, так и для самой инфляции.

Таблица 1 - Динамика ставки рефинансирования (ключевой процентной ставки) и инфляции за период с 1995 по 2018 г.

Годы	Ключевая процентная ставка/ставка рефинансирования, %	Инфляция, %
1995	160,0	131,6
1996	48,0	21,8
1997	28,0	11,0
1998	60,0	84,5
1999	55,0	36,6
2000	25,0	20,1
2001	25,0	18,8
2002	21,0	15,06
2003	16,0	11,99
2004	13,0	11,74
2005	12,0	10,91
2006	11,0	9,00
2007	10,0	11,87
2008	13,0	13,28
2009	8,75	8,80
2010	7,75	8,78
2011	8,0	6,10
2012	8,25	6,58
2013	5,5	6,45
2014	17,0	11,36
2015	11,0	12,90
2016	10,0	5,4
2017	8,25	2,5
2018	7,75	4,3

В плане сдерживании инфляции такой жёсткой политикой всё неоднозначно. Во-первых, ключевая процентная ставка определяет уровень процентных ставок в экономике. При этом, если вспомнить о кредитовании то, чем она

выше, тем дороже обходится привлечение денег. Дороговизна денежных ресурсов приводит к дополнительным издержкам производителей, что вызывает инфляцию издержек [4].

Во-вторых, темпы инфляции в значительной степени зависят от инфляционных ожиданий. При этом нужно учесть, что размер ставки рефинансирования представляет собой ориентир по инфляционным ожиданиям.

В-третьих, следует помнить, что чрезмерное сжатие денежной массы приводит к денежному дефициту, как у домохозяйств, так и у производителей. Фактически следствием излишне жесткой денежно-кредитной политики является рост инфляции.

Хотелось бы сказать, что в последние годы в России складывается довольно непростая ситуация. Санкции со стороны Евросоюза и США, российское продовольственное эмбарго, а также падение мировых цен на нефть – всё это сказалось на экономике России. При этом хотелось бы обратить внимание на реальные оценки ВВП, так как именно этот показатель во многом отражает уровень благосостояния страны.

Таблица 2 – Динамика ВВП России за период с 1995 по 2018 г. (реальные оценки, базисный год 1995 г.,)

Годы	ВВП, млрд. руб.
1995	1428,5
1996	1648,4
1997	1732,6
1998	1054,8
1999	1417,3
2000	1786,0
2001	1843,6
2002	1939,6
2003	2112,0
2004	2437,5
2005	2789,5
2006	3187,7
2007	3518,6
2008	3855,6
2009	3331,7
2010	3654,1
2011	4483,3
2012	4755,6
2013	4790,9
2014	4657,4
2015	4343,3
2016	4217,3
2017	4395,6
2018	5181,3

Результаты исследования показывают, что с 2014 года замедляется прирост ВВП, российская экономика постепенно погружается в состояние кризиса, на что указывает спад реального ВВП в 2014-2016 гг., а также рост инфляции.

(в соответствии с таблицей 1 и 2) Вследствие чего, Центральный Банк в декабре 2014 года поднял ключевую ставку до 17% из-за возросших инфляционных и девальвационных рисков. И таким образом, спад экономики страны удалось остановить только под конец 2016 года, после чего начался её рост.

В настоящее время денежно-кредитная политика Банка России испытывает ряд проблем, о чём свидетельствует очень нестабильная экономика в нашей стране [5].

На мой взгляд, основная проблема заключается в достаточно высокой ставке рефинансирования. На сегодняшний день она составляет 7,75%, а годами ранее она была еще выше. Такая ставка не особо и способствует снижению инфляции, наоборот, она порождает инфляцию издержек у производителей, так как высокая ставка по коммерческому кредиту перекладывается на себестоимость произведённой продукции. Также при такой ставке очень трудно инвестировать в долгосрочные проекты, из-за нескорой окупаемости. В связи с этим, очень трудно добиться экономического роста, поэтому ключевую ставку необходимо снизить [6, 7].

Ещё одна имеющаяся проблема заключается в самом рефинансировании. Суть её в том, что Центральный банк РФ не предоставляет кредиты коммерческим банкам сроком более чем 3 месяца. И то, такой кредит можно получить в том случае, если коммерческий банк испытывает временные трудности с ликвидностью. Подобное кредитование трудно назвать полноценным рефинансированием, скорее это, можно назвать, экстренной поддержкой банков, которые находятся в плохом финансовом состоянии. Опять же, с таким рефинансированием сложно инвестировать в перспективные долгосрочные проекты, практически невозможно, учитывая как скоро нужно погасить задолженность коммерческим банкам. Поэтому, я считаю, что Банк России должен начать выдавать кредиты на более долгосрочную перспективу – от 1 года и более лет.

Таким образом, проанализировав денежно-кредитную политику России, стоит отметить, что в ней существуют некоторые проблемы, решение которых необходимо, чтобы улучшить экономику страны в целом.

Литература:

1. Сайт Центрального Банка РФ. - URL: <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 14.05.2019).
2. Сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат). - URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat> (дата обращения: 14.05.2019)
3. Википедия – свободная энциклопедия. Денежно-кредитная политика государства URL: <http://wikipedia.org> (дата обращения: 14.05.2019).
4. Кравченко Н.П., Берлин С.И. Управление государственными и муниципальными финансами. Кубанский государственный университет. Краснодар, 2018.
5. Игонина Л.Л., Кравченко Н.П., Берлин С.И. Государственные и муниципальные финансы. Учебник и практикум для академического бакалавриата / Краснодар, 2017.

6. Абрамова М.А., Игонина Л.Л. Денежно-кредитные факторы активизации внутреннего инвестиционного спроса в российской экономике // Финансы: теория и практика. 2018. Т. 22. № 1 (103). С. 128-143.

7. Игонина Л.Л. Роль монетарных регуляторов в современном экономическом развитии // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2013. Т. 9. № 34 (223). С. 10-17.

УДК 330

*Заковряшина Д.А., Карасёва К.Г.,
студенты 3 курса
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия*

Инфраструктурные инвестиции: тенденции развития и роль в российской экономике

Аннотация: В статье определена роль инфраструктурных инвестиций в национальной экономике. Выявлены факторы оказывающие влияние на приток и инфраструктурных инвестиций в экономику страны. Проведен анализ инфраструктурных инвестиций в российской экономике, определены основные тенденции их развития.

Ключевые слова: инфраструктурные инвестиции, инфраструктура, инвестиции, основной капитал.

*Zakovryashina D., Karaseva K.
3rd year students
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia*

Infrastructure investments: development trends and role in the Russian economy

Abstract: The article defines the role of infrastructure investments in the national economy. The factors affecting the inflow and infrastructure investment in the economy are identified. The analysis of infrastructure investments in the Russian economy is carried out, the main trends of their development are determined.

Keywords: infrastructure investment, infrastructure, investment, fixed capital.

Инфраструктура играет особую роль в экономике страны, поскольку является «каналом», в котором инвестиции в инфраструктуру влияют на динамику и интенсивность экономической активности в текущем периоде и в будущем. Задача развития инфраструктуры вышла на первый план в российской экономической политике, согласно исследованию перспектив развития российской экономики. Исследования отметили глобальный разрыв между спросом и фактическими инвестициями в инфраструктуру. При реализации инфраструктурных проектов построение разделения ответственности между государством и бизнесом признается неэффективным, поскольку только 44% инфраструктур-

ных проектов привлекают частных инвесторов, в основном в форме государственно-частных партнерств. Кроме того, структура источников финансирования инвестиций в инфраструктуру также является неудовлетворительной, поскольку из-за доминирующей роли государственных инвестиций ожидается, что менее 10% инфраструктурных проектов будут реализованы за счет частных компаний (почти все такие проекты приходится на энергия и вода). Изложенные факты подтверждают актуальность проблемы управления развитием национальной экономики, которая тесно связана с задачей обеспечения эффективности бюджетных вложений в инфраструктуру.

Высокая капиталоемкость, длительные сроки окупаемости, высокая вероятность изменения проекта из-за длительного периода реализации и возникающая в результате этого трудность в оценке инвестиций в инфраструктуру, высокая заинтересованность государственных органов в реализации инфраструктурных проектов из-за их ориентации на решение социально-экономических проблем - эти и другие факторы определяют эффективность инвестиций в инфраструктуру.

Инвестиции в инфраструктуру в данном исследовании - это инвестиции в основной капитал, предназначенные для экономической деятельности (далее - ВЭД), которая признается инфраструктурой. К ним относятся: производство и распределение электроэнергии, газа и воды; транспорт и связь; образование; здравоохранение и социальные услуги; предоставление других общественных, социальных и личных услуг. На развитие инфраструктурных инвестиций и их приток в национальную экономику оказывают влияние целый ряд факторов: структура экономики [1]; модель экономического роста [2]; совокупный инвестиционный спрос [3], санкционное воздействие [4], инвестиционный климат и инвестиционное развитие [5], развитость финансовых институтов [6], глобальные изменения торговых балансов [7]; стабильность функционирования социально-экономической системы [8]; развитость банковской системы [9]; политические и геополитические факторы [10], уровень развития институциональной среды [11] и др.

В этом исследовании рассматривается поведение государственных и частных инвестиций в инфраструктуру ВЭД с обеих сторон в краткосрочной перспективе. Во-первых, рассматривается динамика процесса в целом по Российской Федерации. Во-вторых, изучается распределение инвестиций в инфраструктуру по регионам Российской Федерации.

Доля инвестиций в основной капитал от ВВП России в 2016 году 2017 года колебалась на уровне 17%. В 2018 м, по нашему мнению, динамика останется на прежнем уровне или будет отрицательной (рисунок 1).

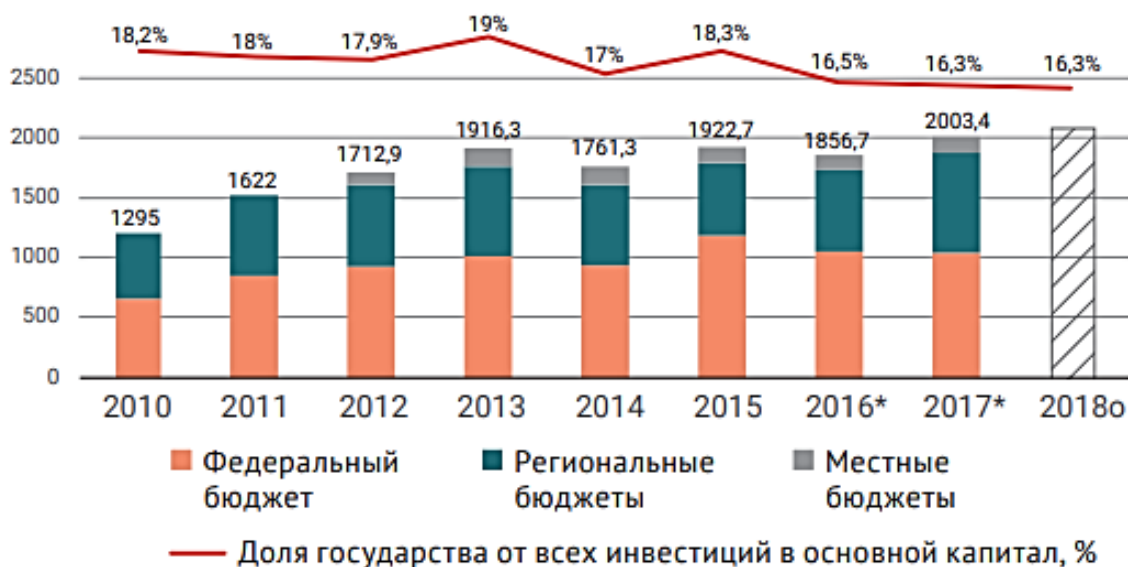


Рисунок 1- Доля государства в структуре инвестиций в основной капитал, млрд руб.

В то же время Министерство экономического развития и торговли планирует добиться роста до 25% к 2021 году. Мы считаем, что такого роста ожидать не следует. Согласно параметрам ВВП, заложенным в бюджет на следующие три года, он составит около 1 1,18 трлн рублей, что означает, что для достижения 25% ВВП в основные средства необходимо будет инвестировать около 7,7 трлн рублей. На три года. Пока бюджетные вложения на этот период планируют увеличить всего на 1,6 трлн руб. И правительство вряд ли сможет привлечь к тому же почти в пять раз больше частных средств, чем собственные инвестиции.

Государственные инвестиции в основной капитал в России находятся на уровне США и европейских стран, где инфраструктура уже хорошо развита, а основные этапы ее строительства часто отстают, но, например, от Латвии, в которой власти в 2017 году было потрачено 21% всех инвестиций в инфраструктуру (рис. 2).

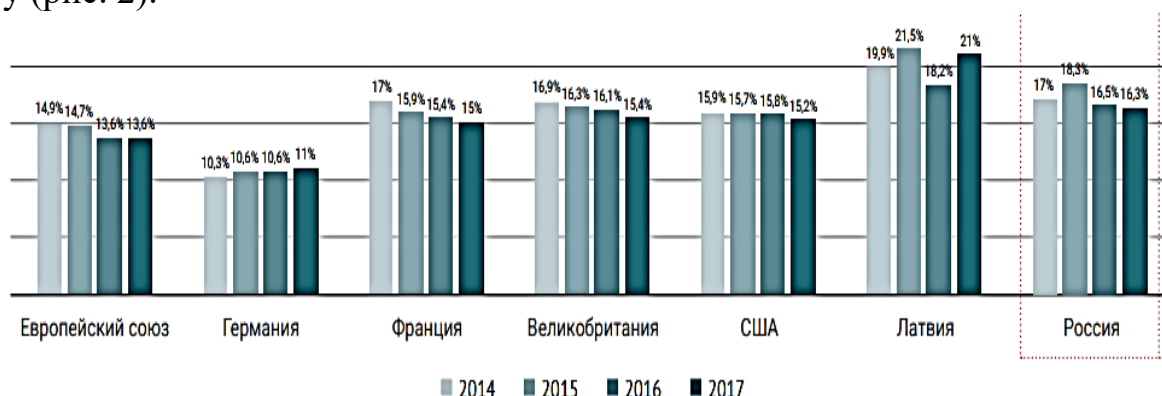


Рисунок 2 - Доля госбюджетов разных стран в структуре инвестиций в основной капитал по сравнению с Россией.

Несмотря на амбициозные планы властей по развитию инфраструктуры, динамика расходов на нее в 2018 году осталась прежней. По нашим оценкам, расходы федерального бюджета на инфраструктуру были несколько ниже, чем год назад: 640 млрд руб. в 2018 м против 660 млрд руб. в 2017 году

Доля инвестиций в инфраструктуру в ВВП, по предварительным расчетам, снизилась. Однако резкого увеличения федеральных расходов на инфраструктуру в ближайшие три года не планируется, несмотря на профицит в 2,75 трлн рублей. (2,7% ВВП) в 2018 году. По нашим расчетам, инвестиционный план был увеличен всего на 160 170 млрд руб. на ближайшие три года (при условии, что в среднем в федеральный бюджет ежегодно инвестируется 650 миллиардов рублей). Однако только комплексный план развития магистральной инфраструктуры и национальных проектов по реализации майского указа предусматривает 850 миллиардов рублей. в течение трех лет или более 40% всех инвестиций за этот период.

Сумма расходов на государственные программы выходит за рамки майского указа, который ранее составлял в среднем 650 миллиардов рублей. напротив, ежегодно снижается на 30–40% в год. То есть инвестиций из федерального бюджета будет не намного больше - статьи расходов просто называли новыми или заменяли. Однако часть государственных инвестиций в инфраструктуру, а именно инвестиции, которые будут сделаны из Фонда развития, может идти через бюджет (Рисунок 3).

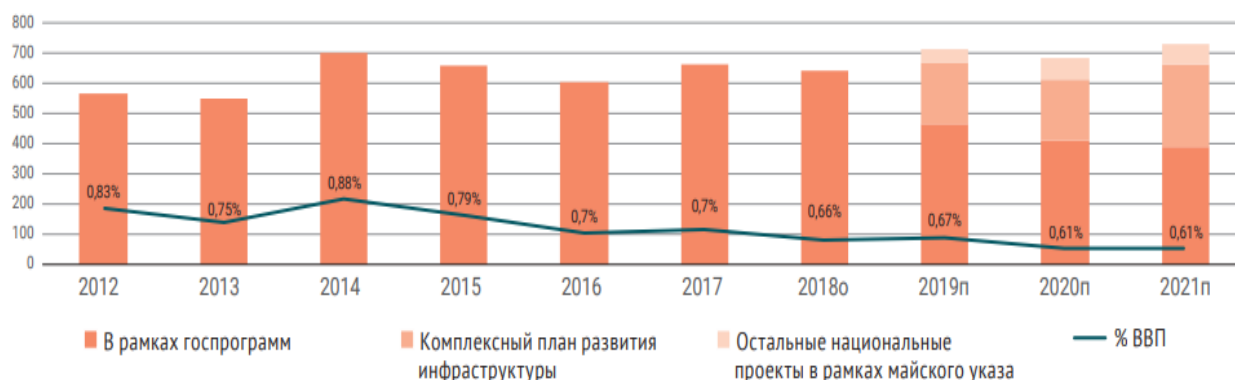


Рисунок 3- Расходы федерального бюджета на инфраструктуру*, млрд руб.

Расчет инвестиций в инфраструктуру в денежном выражении производился согласно ежемесячным отчетам Федерального казначейства. Пересмотренная смета появится в мае 2019 года. Расчет производится на основе классификации по типу расходов.

При оценке инвестиций расходы на оборонный сектор и взносы в уставный капитал государственных компаний не учитывались. При расчете прогноза расходов на инфраструктуру в 2019–2021 гг. Мы взяли за основу интегрированные коды видов расходов, поскольку в плановом периоде нет более подробной разбивки бюджета. Но общая цифра не отражает реальную ситуацию (поскольку она включает, например, субсидии на воздушные и железнодорожные перевозки), поэтому мы также приняли во внимание пропорцию исполнения бюджета по конкретным видам расходов в предыдущие годы и рост общего объема бюджетные расходы за эти годы.

В 2018 году было объявлено о создании Фонда развития на сумму 3,5 триллиона рублей, из которого средства будут направлены на инфраструктурные проекты до 2024 года. Изначально он назывался Фондом развития инфраструктуры, но позже было принято решение о расширении фокус (рисунок 4).

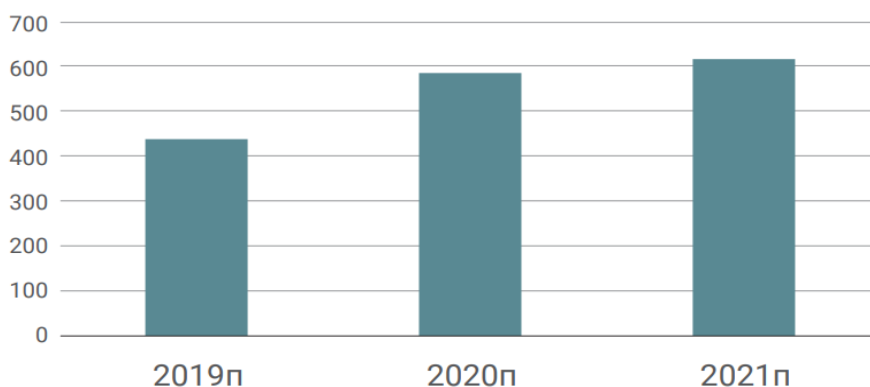


Рисунок 4-Ежегодный плановый объем Фонда развития, млрд руб.

В следующем бюджетном цикле фонд планирует пополнить до 1,633 трлн рублей: 437 млрд рублей. - в 2019 году 583 млрд. руб. - в 2020 г. и 613 млрд руб. - в 2021 году. Более того, предполагается, что средства поступят в фонд за счет увеличения внутреннего долга - за счет выпуска ОФЗ. Согласно Бюджетному кодексу, средства фонда будут распределены между проектами из государственных программ, и правительство определит порядок финансирования. Однако пока соответствующая позиция недоступна. Частично из Фонда развития они могут профинансировать комплексный план развития магистральной инфраструктуры - из бюджета по проектам в рамках плана уже выделено 237 млрд рублей. на 2019 г. и около 700 млрд руб. на все три года. Но поскольку нет конкретных документов, определяющих порядок работы Фонда развития, вполне вероятно, что его можно будет заполнить и начать распределение собранных средств только к концу года. Более того, сейчас основой является лишь строка в бюджете, где определены его пределы, то есть в будущем власти могут направить эти средства на любые цели в рамках государственных программ и программ.

В 2018 году Министерство финансов продолжало заменять кредиты субсидиями, чтобы снизить долговую нагрузку регионов, и в итоге она опустилась ниже уровня 2014 года до 2,06 трлн рублей. (Рисунок 5). За 11 месяцев 2018 года общий уровень регионального долга снизился более чем на 11%, при этом доля банковских кредитов в его структуре сократилась на 6,5 п.п. по сравнению с концом 2017 года, а в денежном выражении снизилась почти на треть (31%).

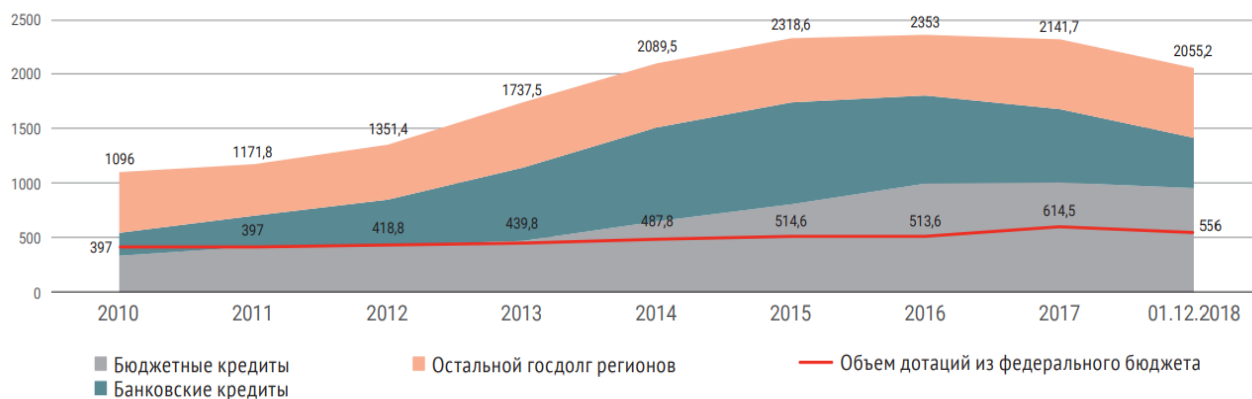


Рисунок 5- Структура госдолга регионов и дотации из федерального бюджета, млрд руб.

В 2018 году Министерство финансов планировало потратить 645,1 млрд рублей на выравнивание бюджетной системы, к ноябрю субсидии составили 556 млрд рублей. В ближайшие три года предусматривается увеличение субсидий: в 2019 метрах субъекты получают 675,3 миллиарда рублей, в 2020 году - 679,2 миллиарда рублей, а в 2021 году - 690,2 миллиарда рублей. Хотя долги регионов с каждым годом уменьшаются, их способность привлекать новые заемные средства ограничена. То есть субъектам все равно придется развивать инфраструктуру на своей территории, привлекая инвесторов, а не новые кредиты (Рисунок 6).

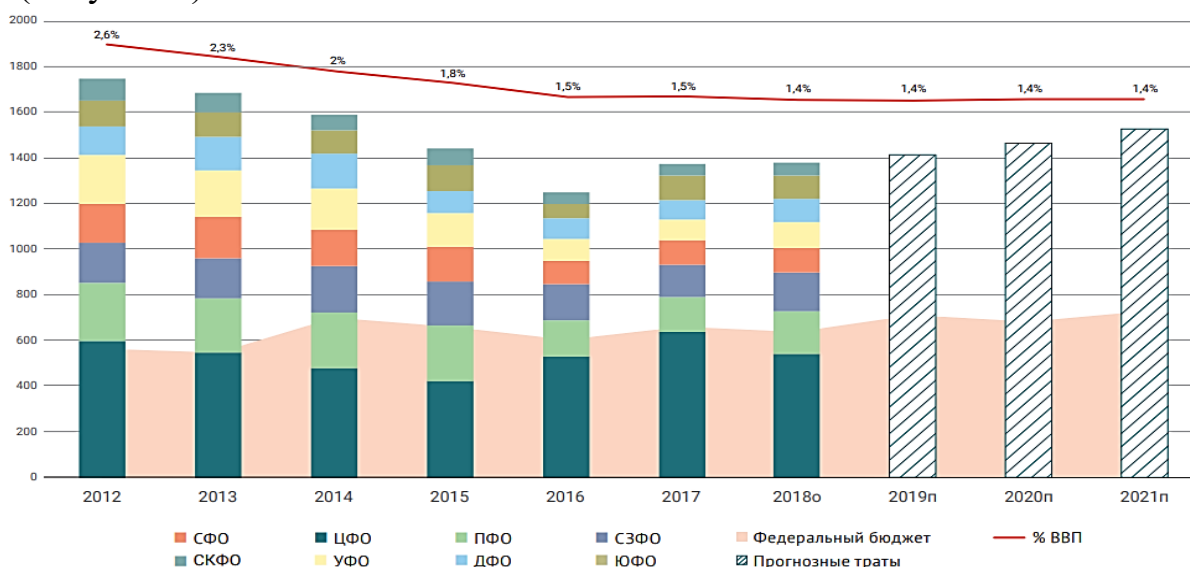


Рисунок 6- Динамика расходов регионов России на инфраструктуру по федеральным округам, млрд. руб. [14]

Большая часть инвестиций в регионах по-прежнему расходуется на ремонт и модернизацию, и почти не осталось денег на новые проекты и ремонтные работы. Мы полагаем, что ситуация не изменится в ближайшие три года: скорее всего, не будет значительного увеличения затрат субъектов на инфраструктуру. Их инвестиции в этот период, по нашим оценкам, вырастут всего на 30–70 миллиардов рублей. в год. Такой слабый рост связан с тем, что 95% ин-

вестиций для целей майского указа будет распределено федеральным правительством, и только около 5% инвестиций будут направлены в промышленность через региональные бюджеты. Однако федеральные деньги решат проблему нехватки инфраструктуры в стране только до точки, и региональные власти, особенно те, кого полностью избегали в комплексном плане (более подробно см. «Комплексный план и проекты»), в котором районы, где правительство ждет инвестиций») продолжают искать внебюджетные источники финансирования и инвесторов, которые хотят вкладывать средства в развитие территории. Мы ожидаем, что популярность инструментов государственно-частного партнерства на региональном и муниципальном уровне в ближайшие шесть лет будет расти.

Чтобы оценить, какие сектора инфраструктуры и регионы наиболее остро нуждаются в инвестициях и могут представлять интерес для местных и иностранных инвесторов, мы изучили статистику за 2017 год по пяти областям инфраструктуры во всех регионах страны, а затем свели их в единый индекс. Результаты исследования приведены в таблице ниже (таблица 1). Индекс, полученный в результате наших расчетов, показывает состояние инфраструктуры в регионах относительно друг друга и текущий инфраструктурный баланс страны (точнее, его отсутствие).

Лишь несколько субъектов в каждой сфере близки к максимальным показателям индекса: например, Москва, Московская область и Санкт-Петербург во главе с развитием транспорта. Ханты-Мансийский автономный округ, Иркутская область и Красноярский край - по наличию и качеству энергетической инфраструктуры. Поэтому каждая территория имеет потенциал для инвестиций в один из секторов, «незакрытых» по бюджету, частные и квазигосударственные инвестиции.

Таблица 1- Регионы-лидеры по инфраструктурному индексу и отстающие регионы

Регионы- лидеры	Индекс	№	Регионы- аутсайдеры	Индекс
г.Москва	7,78	1	Бурятия	5,06
г.Санкт-Петербург	7,11	2	Севастополь	5,03
Ханты-Мансийский АО	6,82	3	Калмыкия	4,98
Московская область	6,58	4	Ингушетия	4,92
Мурманская область	6,28	5	Республика Алтай	4,89
Белгородская область	6,25	6	Карачаево-Черкесия	4,87
Иркутская область	6,18	7	Якутия	4,82
Чукотский АО	6,14	8	Чечня	4,69
Красноярский край	6,14	9	Тува	4,65
Свердловская область	6,13	10	Дагестан	4,35

Средний российский индекс развития инфраструктуры составляет 5,70. Ближайшие к нему - Краснодарский край (5,69) и Хакасия (5,71). В пределах довольных узких границ индекса 46 из 85 регионов - от 5,5 до 6,0. То есть, в

большинстве субъектов федерации инфраструктура развивается примерно на одном уровне, без существенных искажений - хотя и из-за разных отраслей. Самые низкие интегральные показатели зафиксированы в Якутии (4,82), Чечне (4,69), Туве (4,65) и Дагестане (4,35). Эти регионы остро нуждаются в инвестициях как минимум в четырех областях, включенных в индекс, и в Туву во всех пяти. Отставание в развитии инфраструктуры в нескольких отраслях может быть критическим или близким к нему вообще: например, в Якутии самый низкий показатель в стране по индексу развития транспортного сектора, а в той же Туве - по жилищно-коммунальному хозяйству сектор.

По нашим оценкам, минимальная дополнительная потребность российской инфраструктуры в инвестициях в 2019 году составит 2,6 трлн рублей, и будет увеличиваться примерно на 300–400 млрд рублей в год. По нашим оценкам, минимальная дополнительная потребность российской инфраструктуры в инвестициях в 2019 году составит 2,6 трлн рублей. И это будет увеличиваться примерно на 300-400 миллиардов рублей в год. При расчете мы отталкивались от ВРП региона: дополнительные инвестиции необходимы для тех организаций, которые имеют хорошо развитую экономику и требуют инфраструктуру, а инвестиции в нее крайне малы. Но если следовать этому методу расчета без корректировок, потребности Москвы, помимо того, что город уже инвестирует, достигнут почти 400 миллиардов рублей. По нашему мнению, эта сумма не является критически необходимой для столицы, которая уже значительно опережает остальные регионы по уровню развития инфраструктуры. Кроме того, мегаполис вряд ли сможет эффективно тратить больше, чем уже инвестирует (около 500 млрд рублей в год). Средства, предназначенные для строительства, могут просто «замерзнуть» на депозитах продавцов или заказчиков строительных проектов. Деньги, которые мы выпустили, были распределены между остальными регионами в соответствии с индексом развития инфраструктуры - остальные оказались в нижней части списка с самыми слабыми показателями. Однако даже эта цифра является консервативной оценкой, отражающей минимальный открытый спрос на инфраструктуру в регионах. Для развития экономики требуется гораздо больше - не менее 5,8% ВВП в стране в 2019 году (эта потребность растет примерно на 0,1% каждые два года). Федеральный закон "О федеральном бюджете на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов" от 29.11.2018 N 459-ФЗ.

Литература:

1. Вихарев В.В. Структурная трансформация экономики России в контексте занятости: анализ тенденций и прогноз // Экономический анализ: теория и практика. 2019. Т. 18. № 2 (485). С. 217-233.
2. Нуреев Р.М. Теории развития: новые модели экономического роста (вклад человеческого капитала) // Вопросы экономики. 2000. № 9. С. 126-145.
3. Игонина Л.Л. Инвестиции. Учебник. - Москва, 2013. - 749 с.
4. Мясникова Л. Роль санкций в экономике России // Мировая экономика и международные отношения. - 2018. - №4. – С. 14-19

5. Базилева А.В., Вихарев В.В. Анализ инвестиционного развития МО г. Краснодар и направления совершенствования муниципальной инвестиционной политики. В сборнике статей XVI Международной научно-практической конференции: «Проблемы социально-экономической устойчивости региона». 2019. С. 20-26.

6. Игонина Л.Л. Российские финансовые институты: особенности функционирования и тенденции развития в современных условиях // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2011. № 4 (46). С. 2-9.

7. Бакаева М.М. Глобальные изменения платежных балансов // Международный журнал прикладных наук и технологий Интеграл. 2017. № 3. С. 10.

8. Клейнер Г.Б. Новая теория экономических систем и её приложения // Вестник Российской академии наук. 2011. Т. 81. № 9. С. 794-811.

9. Бессонова О.В., Вихарев В.В. Развитие банковского сектора в регионах российской федерации. В сборнике научных трудов 8-й Международной научно-практической конференции: Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах. Курск, 2019. С. 55-61.

10. Экономико-правовые проблемы осуществления модернизации России / Под редакцией Р.М. Качалова, В.Н. Овчинникова, В.В. Сорокожердьева. Краснодар: Издательство: ООО «Граф Колесник», 2013. – 367 с.

УДК 336.71

*Исхакова А.А.,
студент 3 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: Iskhakova-Lika97@mail.ru*

*Научный руководитель:
Мазунина М.В.,
кандидат экономических наук,
доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»
Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: MVMazunina@fa.ru*

Адаптация финансовых услуг и продуктов к требованиям людей разных поколений

Аннотация: В статье анализируется, как зависят банковские продукты от предпочтений и особенностей людей разных поколений. Предлагаются варианты адаптации финансовых продуктов для представителей разных возрастных групп.

Ключевые слова: адаптация, теория поколений, финансовый продукт, банк, цифровизация.

*Iskhakova A.A.,
student, 3d courses*

*Scientific Adviser:
Mazunina M.V.,
Candidate of Economic Sciences
Associate Professor of Management and Marketing
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: MVMazunina@fa.ru*

Adaptation of financial services and products to the requirements of different generation people

Abstract: The article analyzes how banking products depend on the preferences and characteristics of people of different generations. The variants of adaptation of financial products for representatives of different age groups are proposed.

Keywords: adaptation, generation theory, financial product, bank, digitalization.

21 век. Век цифровых технологий, быстроразвивающихся компьютерных и электронных возможностей, Интернета и других привычных нам аспектов, которые буквально пару десятилетий назад казались фантастическими. Все эти блага цивилизованного общества захватывают самые различные сферы жизнедеятельности людей и, в первую очередь, экономику, неотъемлемой частью которой является сфера банковских продуктов и услуг.

При этом важно помнить, что всегда есть люди, не совсем успевающие за такими быстрыми и кардинальными изменениями. Это может быть связано с их консерватизмом, недостаточной финансовой грамотностью или же просто с непониманием того, как использовать те или иные технологии. Такими людьми в большинстве случаев выступают пенсионеры, реже - люди предпенсионного возраста. Они в отличие от молодёжи не «родились с гаджетами в руках», им тяжелее даётся изучение и познание техники, освоение компьютера и смартфона. Для них не является исключением и банковская сфера, также идущая в ногу со временем, внедряющая в свою деятельность эффективные технологии, новые подходы к сервису и обслуживанию клиентов, которые очевидны для молодёжи, но при этом могут быть не совсем понятны людям пожилого возраста.

Именно поэтому проблема адаптации людей различных поколений в настоящее время - одна из самых актуальных в сфере банковских услуг. Ведь для поддержания конкурентоспособности, получения серьёзной прибыли и сохранения репутации банкам необходимо качественно на должном уровне обслуживать каждого клиента, при необходимости подыскивая для него индивидуальный подход [1, С. 2-13]. Именно поэтому важно понимать и учитывать особенности каждого обратившегося в банк потенциального клиента и для наиболее успешной деятельности желательно быть заранее подготовленными.

Чётко понимая вышеуказанные аспекты и анализируя ситуацию на рынке банковских услуг, можно сформулировать цели и задачи. Цель – рассмотреть и проанализировать уже имеющиеся способы адаптации финансовых услуг и продуктов к требованиям людей различных поколений и сформулировать новые подходы для решения данной проблемы.

Опираясь на совокупность вышеизложенного материала, можно сформулировать следующие задачи:

- проведение анализа теории поколений для чёткого понимания особенностей людей различного возраста
- выявление причинно-следственных факторов и связей, влияющих на предлагаемый финансовый продукт
- разработка принципиально новых, либо улучшенных подходов к адаптации финансовых услуг и продуктов к требованиям людей различных поколений.

Существует такая называемая теория поколений, в которой учёные выделяют наиболее распространённые особенности поведения и мышления для групп людей различных возрастов [4]. На основании этих исследований вполне можно сделать полезные выводы для использования этих работ в банковской сфере. В России теории поколений особое внимание уделяют маркетологи, которые используют знания о поколениях потребителей и разрабатывают стратегии взаимодействия с ними, соответственно, эти же знания можно использовать и для реализации финансовых продуктов и услуг.

Итак, выделяют 3 основные категории людей в соответствии с их датой рождения – поколение X, родившееся до 1980 гг., поколение Y, или миллениалы, люди, родившиеся в 1984-1996 гг., и поколение Z, родившееся после 1997 года. Этому феномену поколений посвящено новое, масштабное исследование, в ходе которого были опрошены 18 тысяч профессионалов и студентов из 19 стран. Его организовали сразу четыре институции: INSEAD Emerging Markets Institute, Universum, MIT Leadership Center и HEAD Foundation.

На вопрос, какие технологические новшества станут революционными в работе будущего, большинство «зетов» ответило, что это виртуальная реальность. С другой стороны, поколение X отмечает, что технологии виртуальной реальности будут иметь мало влияния, и более сильными считают программное обеспечение для управления проектами, облачные технологии и обучающие приложения — на это делают акцент в Германии, Японии и России. И действительно, на данный момент можно наблюдать, какими популярными стали сервисы облачного хранилища, где не только обычные пользователи фиксируют личные материалы (фото, видео, книги и так далее), но и организации хранят там некоторую документацию. Возможно, людям было бы удобно скачивать и хранить там информационные письма от интересующих их банков о предложении финансовых услуг и продуктов в виде брошюр, развёрнутые ответы операторов (документ в формате Word или Excel) об особенностях различных вкладов, их преимуществах и удобствах. Или же неплохим решением было бы создать такое приложение или программу, где люди могли бы учиться понимать процедуру выдачи кредита или открытия вклада, где им подробно отвечали бы

на самые, казалось бы, нелепые вопросы, которые неловко задать консультанту, где они могли бы сами предварительно рассчитывать процентные ставки и уже примерно понимать, нужно ли им это, где объяснялось бы – как в их случае с их целями и мотивами удобнее хранить деньги, в валюте или золоте. Таким образом, подробные и дательные описания всех экономических аспектов было бы полезным и для молодёжи, и для людей чуть более старшего поколения, главное, чтобы это делалось простым доступным языком.

Как ещё можно адаптировать финансовые услуги или продукты для людей разных поколений? Здесь хотелось бы предложить особые условия для студентов. Речь идет не только о кэш-бэках, активно применяющихся в различных банках по разным программам. Здесь можно было бы внедрить систему скидок на путешествия (либо единовременную скидку) при заключении договора с банком. Это не пустые слова, это следствие обозначенной теории поколений, ведь, например, «игреки» очень любознательны, поэтому охотно совмещают учебу с занятиями спортом, музыкой и другими увлечениями. Для людей старшего поколения эффективной адаптацией является наличие консультанта рядом с терминалом в банке. Как уже упоминалось, пожилым людям бывает сложно разобраться с техникой, именно поэтому большинство банков учитывают этот факт, и в зале присутствует консультант.

Рассмотрим подробнее самое молодое из трёх выделенных поколений. Поколение Z пришло на смену поколению X. Для России это те, кто родился в начале 2000-х. «Зеты» — это люди, пережившие несколько экономических кризисов, но не заставшие разруху 90-х. Они осторожны, не любят рисковать и живут здесь и сейчас. Они потребляют информацию быстро и много. Но на что должен пойти банк, чтобы заполучить «зетов»? Ведь они не отличаются постоянством, а достучаться до них с помощью классической рекламы невозможно. Поэтому в итоге нас ждет цифровизация, геймификация и лайфстайл-продукты на все случаи жизни.

Отношение «зетов» к финансам отличается от отношения их родителей: они склонны к потреблению, не любят копить и если и возьмут кредит, то небольшой, чтобы не обременять себя лишними обязательствами. И это не безответственность, а влияние условий, в которых выросли эти люди. «Зеты» выросли с фактом развала Советского Союза, слышали от родителей о дефолте 1998 года и застали кризис 2008-го [2, С. 74-80]. Но главное — они сразу оказались в мире интернета и смартфонов, и теперь совершенно иначе получают информацию. Они предпочитают общаться в мессенджерах, а не говорить по телефону. О том, что им понадобится в будущем, банки и финкомпании задумались уже сейчас.

Технологичность, быстрота и доступность в любой точке мира — три кита, на которых будут строиться отношения банка и клиента. Можно предположить, что отделений банков будет все меньше, а значение мобильных банковских приложений продолжит расти. По оценке Сбербанка, в категории клиентов от 14 до 21 года мобильным приложением пользуются 70%, в массовом сегменте только 50%. В результате вырастет объем трансграничных услуг — «зеты» хотят работать из любой точки земли. Порог для входа в сложные фи-

нансовые инструменты снизится, и банки займутся геймификацией процессов. Поэтому именно на этом и следует делать акцент в адаптации финансовых услуг для людей «диджитал»-поколения. При этом новое поколение очень негативно относится к кредитам: они наблюдали, как их родителям приходилось тяжело гасить свои многочисленные займы, и не хотят повторять этот путь.

Еще несколько лет назад приложение банка с чатом было большой редкостью, сейчас оно есть почти у всех. Скорее всего, банки заменят персонал колл-центров роботами. Но скучный чат-бот никому не нужен: первые же решения в этой сфере получили элементы геймификации, то есть игры. Например, чат со стикерами от Рокетбанка или «СберКот». Советами «СберКота» за последние полгода пользовались 58% молодежи, 86% сочли его информацию полезной [3].

Как минимум четыре кредитные организации запустили отдельные банковские приложения для детей: это Сбербанк, Райффайзенбанк, Тинькофф Банк и Почта-банк. Но все без исключения ставят на высокие технологии. Уже сейчас физических отделений на карте становится все меньше, а пользователей банковских приложений все больше.

В ходе исследования был проведен анализ теории поколений для четкого понимания особенностей людей различного возраста. Согласно исследованию, были сформулированы проблемы и предложены их решения, направленные на различные категории потребителей финансовых услуг и продуктов, выделенных в соответствии с их возрастом и уровнем владения современными технологиями. Обобщая, можно сказать кратко – людям старших поколений необходима помощь консультантов банков, подробное описание услуги, терпеливое отношение и доскональное разъяснение всех интересующих их вопросов; людям младшего возраста необходимо предоставлять больше цифровых и онлайн возможностей для работы с финансовым продуктом.

Была проведена работа по выявлению причинно-следственных факторов и связей, влияющих на предлагаемый финансовый продукт, таковыми оказались возраст, владение технологиями, географические факторы и наличие скидок/акций/подарков со стороны организации, предоставляющей финансовые продукты и услуги

Таким образом, проанализировав ситуацию на рынке банковских услуг, были выявлены тенденции по дальнейшей направленности политики банка по обслуживанию физических лиц с учётом быстро меняющихся технологий и популяризации онлайн-инструментов для изучения, понимания и оформления финансовых продуктов потребителем.

Литература:

1. Игонина Л.Л. Роль банков в финансовом обеспечении инвестиций в основной капитал // Финансы и кредит. - 2015.- № 2 (626). – С. 2-13.
2. Мазунина М.В. Устойчивое региональное развитие и государственное управление. Вопросы новой экономики. 2011. № 4 (20). С. 74-80.

3. Что такое теория поколений хуз и кто эти люди? [Электронный ресурс: <https://qvilon.ru/samorazvitie/pokolenie-x-y-z.html> (дата обращения: 20.02.2019)]

4. Кого называют поколением X, Y и Z? [Электронный ресурс: http://www.aif.ru/dontknows/pokolenie_x_y_z (дата обращения: 20.02.2019)]

УДК 336.6

*Карасёва К.Г.,
студент 3 курса
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: karya_98@mail.ru*

*Научный руководитель:
Ярошенко Д.В.,
преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: DVYaroshenko@fa.ru*

Перспективные пути повышения эффективности взимания группы имущественных налогов с физических лиц

Аннотация: в представленной статье рассмотрены основные положения определяющие систему и характер имущественных налогов в Российской Федерации. Цель работы – определить степень эффективности применяемых в настоящее время механизмов взимания налогов с физических лиц в России, и предложить перспективные идеи для повышения эффективности их наполняемости в бюджет.

Ключевые слова: государственный бюджет, налоговая политика, имущественные налоги.

*Karaseva K. G.,
3rd year student
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
city of Krasnodar, Russia
e-mail: karya_98@mail.ru*

*Scientific adviser:
Yaroshenko, D. V.,
teacher
Finance University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
city of Krasnodar, Russia
e-mail: DVYaroshenko@fa.ru*

Promising ways to improve the efficiency of collection of property taxes from individuals

Annotation: the article deals with the main provisions determining the system and nature of property taxes in the Russian Federation. The purpose of the work is to

determine the degree of efficiency of currently used mechanisms of tax collection from individuals in Russia, and to propose promising ideas to improve the efficiency of their filling in the budget.

Keywords: state budget, tax policy, property taxes.

Значительная часть государственного бюджета пополняется благодаря налоговым платежам граждан. По этой причине, целесообразно вести как можно более эффективную управленческую деятельность со стороны органов государственной власти по отношению к регулированию данной сферы. Наиболее распространёнными платежами с физических лиц являются: налог на доходы физических лиц; водный налог; сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов; государственная пошлина; транспортный налог; земельный налог; налог на имущество физических лиц.

Согласно открытым статистическим данным, каждый третий гражданин Российской Федерации выплачивает, по крайней мере, один из трёх имущественных налогов. При этом, необходимо отметить, что значительная часть данных налогоплательщиков уклоняется от выплаты налоговых платежей.

Прежде всего, при изучении системы имущественных налогов России, следует отметить, что имущественные налоги с физических лиц это не только экономический рычаг управления страной, но и социальный регулятор. Некоторые учёные-экономисты отмечают, – чтобы добиться социальной справедливости и равенства среди налогоплательщиков, необходимо применять на практике элементы прогрессивного налогообложения имущества граждан. Идеи передовых учёных Дж. М. Кейнса, Д. Локка, А. Смита, А. Вагнера и других предопределили базовые принципы налогообложения. Особенный принцип, – это равенство и справедливость всех налогоплательщиков. Данный принцип гласит о необходимости всех граждан принимать материальное участие в формировании бюджета страны соизмеримо с их доходами и имущественным положением [1].

В данной статье авторами были для исследования определены три налога с физических лиц: транспортный налог; земельный налог; налог на имущество физических лиц.

Транспортный налог собирается с граждан, которые являются собственниками зарегистрированных транспортных средств (самоходных и несамоходных). Помимо автомобилей, этот налог взимается также с тех лиц, которые являются владельцами самолётов, теплоходов, яхт и т.д. Налоговая ставка на каждый отдельный вид транспортных средств устанавливается в соответствии с нормами, которые регламентирует законодательная база Российской Федерации. На формирование её размера влияют несколько показателей, среди которых категория транспортного средства, его валовая вместимость, мощность двигателя и др. За несвоевременную выплату налога предусмотрен штраф в размере десяти процентов от его общей суммы (после истечения тридцати дней с момента просрочки выплаты налога, сумма штрафа увеличивается в два раза).

Для оценки эффективности налоговой системы в Российской Федерации, необходимо рассмотреть статистику собираемости транспортного налога. Для этого проанализируем открытый отчёт Федеральной налоговой службы России по форме №1-НМ за 2017 и 2018 годы. Стоит отметить, что за исследуемые налоговые периоды показатели собираемости с физических лиц снизились на 3% (с 89% до 86,4%). Согласно отчёту за 2018 год 27 субъектов Российской Федерации достигли ниже средне российского уровня собираемости (86,4%). Поэтому, на наш взгляд, необходимо усовершенствовать алгоритм работы с налогоплательщиками зарегистрированными в регионах из вышеприведённого перечня, для того чтобы не увеличивать налоговое бремя в отношении граждан уплачивающих своевременно и в полном объёме транспортный налог.

Исходя из вышесказанного, мы предлагаем повысить уровень собираемости транспортного налога с физических лиц посредством межведомственного взаимодействия между Федеральной налоговой службой и органом исполнительной власти территории ответственным за топливно-энергетический комплекс (Далее – ОИВ ТЭК) [4]. Так, Федеральная налоговая служба ежемесячно направляет в ОИВ ТЭК перечень должников, а ОИВ ТЭК в свою очередь передают данную информацию на сеть автозаправочных станций территории. Если на автозаправочную станцию приехал должник, то предлагается часть суммы в размере рассчитанного от установленного процента ключевой ставки Центрального банка Российской Федерации взыскивать в счёт погашения недоимки по транспортному налогу.

Переходя к характеристике налога на имущество физических лиц, следует отметить тот факт, что налогообложение физических лиц в России опирается на мировой опыт. Между тем в мировой практике возможны несколько вариантов налогообложения [3]. Первый – это модель единого обложения имущества и земли физического лица. За подобный подход выступают учёные экономисты И.А. Майбуров, В.В. Дербенев обосновывая это тем, что в экономике страны с рыночными отношениями, земля и имущество вовлекаются в торговый оборот едино, и в равной степени участвуют в финансовых сделках. А потому целесообразно с экономической точки зрения произвести слияние этих двух налогов.

Налог на имущество физических лиц взимается с граждан, которые имеют в своей собственности недвижимость (квартиру, дом, гараж, объект незавершённого строительства или любое другое жилое/нежилое строение). Общественные отношения в этом аспекте регулируются 32 главой Налогового Кодекса Российской Федерации.

Необходимо отметить, что размер налога не может превышать 2,2% от кадастровой стоимости имущества физического лица (однако, итоговую сумму налога устанавливают органы местного самоуправления каждой конкретной территориальной единицы).

Анализируя отчётные данные касательно эффективности собираемости налога, мы пришли к выводу, что за исследуемый период данный налог собирался лучше других имущественных налогов с физических лиц. Так в 2017 году собираемость составила 91,7%, а в 2018 году – 88,2%. А вот в территориальном разрезе ситуация достаточно негативная. В 38 субъектах Российской Федера-

ции (45%) сложилась собираемость ниже средне российской. Данные показатели свидетельствуют о недостаточной эффективности применяемых мер к налогоплательщикам для своевременного пополнения бюджета территории.

Ещё один местный, имущественный налог – земельный. Данным налогом облагаются физические и юридические лица, которые являются собственниками или обладают правом бессрочного пользования земельным участком.

Земельный налог имеет местное значение и общественные отношения в этой сфере регулируются не только налоговыми, а и органами местного самоуправления. Важно отметить, что не все земельные участки подлежат налогообложению. К примеру, налог не взимается с собственников участков, которые являются объектами культурного или археологического наследия, ограничены в обороте из-за нахождения в пределах лесного фонда Российской Федерации или отдельной территориальной единицы и т.д.

Размер налоговой ставки высчитывается, исходя из кадастровой стоимости земельного участка по состоянию на 1 января года, в котором с налогоплательщика взимается взнос. Налоговая ставка на земельный участок не может превышать 1,5% от его стоимости. Также следует обозначить, что земельным налогом облагаются лица, которые сдают земельные участки, находящиеся в их собственности, в аренду. Спорным является аспект о необходимости выплаты земельного налога лицами, которые не оформили право собственности на земельный участок, которым пользуются. В соответствии с законодательной базой, на них также возлагаются обязательства по выплате данного налога. Однако, контроль за выполнением этих обязательств налоговыми органами усложнён по причине того, что процедура предъявления соответствующих претензий лицам, которые не оформили право собственности, гораздо сложнее, чем в случае с владельцами земельных участков, которые уклоняются от выплаты налогов.

В 2018 году эффективность собираемости земельного налога с физических лиц немного снизилась по сравнению с предыдущим периодом и составила 87,3%. Анализ данных показывает, что в 38 субъектах Российской Федерации собираемость земельного налога с физических лиц ниже среднероссийского уровня. Исходя из приведённых данных, можно сделать вывод, что требуется усовершенствовать процесс собираемости и земельного налога.

В заключении нашего исследования, отметим, что государство получает установленный объём налоговых средств не в полном объёме. Данное обстоятельство свидетельствует о том, что необходимо принятие стимулирующих мер в отношении выплаты гражданами земельного налога и налога на имущество физических лиц. При этом российским законодательством предусмотрено начисление штрафа и пени за невыплату налоговых взносов, однако, данные меры не имеют достаточной степени эффективности [2].

Достичь поставленной цели в вопросе повышения собираемости местных налогов можно при помощи установления более тщательного контроля со стороны налоговых органов и предусмотреть, к примеру, санкции финансового характера для органов исполнительной власти ответственных за поступление доходной базы бюджета (уменьшение дотаций на выравнивание бюджетной обес-

печенности территорий Российской Федерации) для территорий, у которых собираемость ниже среднетерриториального уровня [7, 8, 9]. Органы власти местного самоуправления могут применять различные меры, для повышения собираемости налогов с физических лиц, воздействуя на задолжников исходя из различных особенностей, таких как менталитет населения, культура, нравственность, зависимость от административной и информационно справочной работы администраций (выдача справок по месту требования, принятие заявлений, регистрация различных сделок и прочее).

Дополнительно предлагаем в качестве предупреждения образования задолженности налогоплательщиков увеличить минимальный срок направления налогового уведомления с 30 дней до 90. Это позволит раньше определить сумму необходимую для уплаты всех имущественных налогов и начать заранее откладывать часть полученных доходов для своевременной уплаты.

Подобные меры повысят собираемость налогов, что установит более высокий уровень экономической стабильности государства.

Литература:

1. Игонина Л.Л. Формирование финансовых ресурсов местного самоуправления [Текст] / Л.Л. Игонина // *Фундаментальные исследования*. — 2018. — № 2. — С. 100-105.

2. Киреенко А. П. Проявления региональной налоговой политики в условиях российского бюджетного федерализма [Текст] / А. П. Киреенко, Е. Н. Орлова // *Регион: экономика и социология*. — 2014. — № 1. — С. 193-217.

3. Мамонова И.В. Использование коэффициента-дефлятора при налогообложении [Текст] / И.В. Мамонова // *Бухгалтерский учёт и налогообложение в бюджетных организациях*. — 2016. — № 6. — С. 47-52.

4. Ярошенко Д.В. Апгрейд налоговых платежей за пользование транспортными средствами [Текст] / Д.В. Ярошенко // *Сибирская финансовая школа*. — 2018. — № 6 (131). — С. 76-78.

5. Клейнер Г.Б. Институциональные факторы долговременного экономического роста // *Экономическая наука современной России*. 2000. № 1. С. 5-20.

6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. - URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 20.03.2019 г.)

7. Берлин С.И., Мамонова И.В. Налоговые преференции как инструмент фискального регулирования в условиях нестабильности экономики // *Современная научная мысль*. 2016. № 2. С. 111.

8. Игонина Л.Л., Мамонова И.В. Стимулирующие налоговые льготы как инструмент бюджетно-налогового регулирования: особенности применения и оценка эффективности на региональном уровне // *Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях*. 2017. № 4 (412). С. 38-50.

9. Игонина Л.Л., Ашхотов В.Ю., Берлин С.И., Болдырева Л.В., Бондаренко В.В., Мамонова И.В., Кравченко Н.П., Радченко М.В., Роцектаев С.А., Солонина С.В., Тимошенко Н.В. Инвестиционно-финансовый потенциал устойчивого социально-экономического развития Краснодарского края / Под редакцией Л.Л. Игониной. М, 2017. 264 с.

Кваснина П.С.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: polina.kvanina@gmail.com

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

Финансовая система РФ на современном этапе развития

Аннотация: В статье рассмотрен современный этап развития финансовой системы РФ. Указаны цели финансовой политики и трудности ее реализации в современной России. Определена роль финансовой системы в развитии государства и повышении потенциала на международной арене.

Ключевые слова: финансовая система, финансовая политика, национальная экономика, экономическое развитие.

Kvasnina P.S.,
student, 1 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: polina.kvasnina@gmail.com

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

The financial system of the Russian Federation at the present stage of development.

Annotation: The article describes the current stage of development of the financial system of the Russian Federation. The objectives of the financial policy and the difficulties of its implementation in modern Russia are indicated. The role of the financial system in the development of the state and increasing its potential in the international arena has been determined.

Keywords: financial system, financial policy, national economy, economic development.

Решающую роль в формировании и развитии экономической структуры любого современного общества играет государственное регулирование, осуществляемое в рамках экономической политики, выбранной правительством. Одним из важнейших механизмов, позволяющих государству осуществлять

экономическое и социальное регулирование, является финансовый механизм - финансовая система.

Финансовая система сегодня является предметом интенсивных обсуждений. Проблемы современного общества, для решения которых предназначена финансовая система, включают: недостаточные темпы экономического развития, диспропорции в развитии экономической системы, отставание в адаптации к изменениям на внешних товарных и финансовых рынках, чрезмерная социальная напряженность, негативно влияющая на процесс воспроизводства, низкое удовлетворение индивидуальных потребностей [1].

Финансовая система - это совокупность финансовых институтов, которая является отражением развития государства в условиях перехода к рынку, которая регулирует создание, использование, перераспределение фондов денежных средств. Инструментом реализации целей финансовой системы является финансовая политика. Финансовая политика - это деятельность государства по целенаправленному использованию финансовых средств.

Основная цель финансовой политики Российской Федерации и ее субъектов - это сохранить и увеличить уровень реального дохода на душу населения, а также обеспечить высокие социальные нормативы уровня жизни в стране [2]. Вместе с этим, нужно учитывать, что социальные нормативы, который разработаны во многих регионах, различаются из-за географических и климатических условий, поэтому решить все проблемы и удовлетворить потребности всех централизованно – невозможно [3]. По моему мнению, в РФ должен быть принят закон, который указывал бы методику определения конкретных значений внутри показателей этих нормативов, утверждал стандарты и давал рекомендации по их достижению в финансовых и социальных нормативов.

Существует три основных ресурса, которые составляют финансовую политику, - это величина собственного финансового капитала, степень развития финансовой инфраструктуры и величина производительных сил (совокупность людей, находящихся в трудоспособном возрасте, изученных природных ресурсов и фондов организаций отраслей экономической деятельности). В современной России регулирование всех ресурсов финансовой системы отсутствует. Так, в качестве примера можно привести экспортные пошлины, которые повышают себестоимость товара и снижают прибыль отечественных предприятий, следовательно, снижают и конкурентоспособность продукции, в конечном счете, это приводит к уменьшению скорости экономического развития и снижению количества получаемых государством пошлин, то есть снижению ресурсов финансовой политики.

Одни из самых крупнейших в мире производительных сил, включая человеческий потенциал, сосредоточены в России, но они не находят полного полезного применения. Например, неэффективное использование огромных природных ресурсов (экспорт сырья в необработанном виде, неэффективное освоение месторождений и др.), производственные мощности предприятий загружены частично. Отсутствием необходимых денежных средств, которые нужны для переобучения персонала и приобретения нового технического оборудования, создания новых мощностей для комплексного освоения и более полного

использованию сырья, объясняется неполное использование производственных возможностей страны. Однако, по официальной оценке, значительная часть капитала ежегодно вывозится за пределы государства и оседает в зарубежных банках. Этот факт свидетельствует о том, что банковская, налоговая и таможенная системы в РФ ещё не могут создать ситуацию, чтобы работающему и соблюдающему законодательство предпринимателю было невыгодно вывозить капитал из страны [4].

Приток излишней рабочей силы в особенно крупные города Юга Российской Федерации указывает на то, что финансовая инфраструктура в финансовой системе развита достаточно слабо. Развитие этой инфраструктуры имеет достаточно большое значение, так как без этого денежная масса будет сконцентрирована в мегаполисах (в основном, в Москве и 10 крупнейших городах РФ), что в свою очередь приведет к снижению объёмов производства в других регионах страны, а в перспективе к падению развития экономики таких регионов и уменьшению финансовых ресурсов государства.

В организации единой финансовой политики существует еще одна немаловажная проблема, которая заключается в наличии межведомственных барьеров. Слишком большое количество ведомств приводит к снижению эффективности конечного результата их работы, несмотря на то что они работают на реализацию единой цели.

На современном этапе развития финансовая система Российской Федерации только начинает свой путь становления с использованием опыта зарубежных государств. Созданы разнообразные целевые бюджетные и внебюджетные фонды, упразднена государственная монополия на имущество, на уровне местного самоуправления сформированы финансовые институты. Правильно поставленные ценности органов финансовой системы указывают на стремление руководства страны повышать потенциал развития и конкурентоспособности экономики страны.

По итогам 2018 года, исходя из отчета Министерства финансов РФ, созданы:

- стабильная курсовая и инфляционная динамика;
- устойчивый рост экономики вне зависимости от внешней конъюнктуры;
- условия для сокращения нефтяной зависимости;
- динамичный рост нефтегазового сектора;
- ресурсная база национальных проектов;

Роль национальной экономики в мировом экономическом и политическом пространстве определяет именно финансовая политика государства и непрерывное расширение его финансового потенциала. Положительные результаты проведения финансовой политики определяют мощь государства, его способность обеспечивать самые важные функции - национальную безопасность, финансовую и социальную, стабильность, справедливое распределение национального дохода, реализацию национальных интересов и геополитических позиций, повышение надежности финансовой системы.

Подводя итог, можно выделить основные плюсы и минусы современной финансовой политики РФ. К списку отрицательных сторон относится - боль-

шой процент рефинансирования, установленный ЦБ РФ, который не позволяет коммерческим банкам снизить ставку кредитования физических и юридических лиц. Ещё одним минусом является отсутствие чёткого и последовательного разъяснения законодательства, следовательно, и его исполнения. Например, Федеральный закон "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 N 44-ФЗ слишком "загроможден", что затягивает его применение на практике на длительные сроки. Несмотря на все минусы, в финансовой политике есть и положительные стороны. Например, с каждым годом увеличивается количество налоговых и неналоговых сборов, повышается ВВП. Кроме того, одними из направлений налоговой политики являются усиление борьбы с теневой экономикой, развитие электронных технологий контроля экономической деятельности, в том числе для целей налогообложения.

Литература:

1. Игонина Л.Л. Теоретические представления о сущности финансовой системы // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2017. Т. 10. № 1 (331). С. 114-124.
2. Игонина Л.Л. Финансовая система и финансовая политика в контексте задач обеспечения социохозяйственного развития // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2013. Т. 9. № 43 (232). С. 2-8.
3. Отчет о ходе реализации публичной декларации целей и задач Министерства финансов Российской Федерации за 2018 год [Электронный ресурс: <https://www.minfin.ru> (дата обращения: 20.03.2019)].
4. Кравченко Н.П., Берлин С.И. Управление государственными и муниципальными финансами. Кубанский государственный университет. Краснодар, 2018.
5. Берлин С.И., Симонян Г.А. Метаморфозы функции денег в условиях трансформации современной мировой финансовой системы // Современная научная мысль. 2018. № 4. С. 162-168.

УДК 330.322

Коплик Д.В., Чуркина Н.М., Демченко Е.Е.

студенты 3 курса,

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

Краснодар, Россия

e-mail: den.808@mail.ru

e-mail: your.meaning.of.life@mail.ru

e-mail: evgenij.demchenko.96@bk.ru

Научный руководитель:

Вихарев В.В.,

старший преподаватель,

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

e-mail: v.v.viharev@mail.ru

Анализ венчурного финансирования инвестиций в российской экономике

Аннотация: В статье определены условия поступления иностранных инвестиций в экономику страны и факторы эффективности капиталовложений. Проведен анализ динамики и структуры иностранных инвестиций в российскую экономику. Обозначены особенности привлечения иностранных инвестиций. Сформулированы факторы привлекательности инвестиций в Россию, выявлены недостатки инвестиционной политики РФ.

Ключевые слова: иностранные инвестиции, прямые иностранные инвестиции.

Koplik D.V., Churkina N.M., Demchenko E.E.

students, 3 courses

Financial University under the Government of Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: den.808@mail.ru

e-mail: your.meaning.of.life@mail.ru

e-mail: evgenij.demchenko.96@bk.ru

Scientific Adviser:

Viharev V.V.,

Senior Lecturer,

Financial University under the Government of Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: v.v.viharev@mail.ru

Analysis of venture financing of investments in the russian economy

Annotation: The statte defines the conditions for foreign investment in the country's economy and the factors for the effectiveness of capital investments. The analysis of the dynamics and structure of foreign investment in the Russian economy. Designated features of attracting foreign investment. The factors of attractiveness of investments in Russia are formulated, the shortcomings of the investment policy of the Russian Federation are revealed.

Keywords: foreign investment, foreign direct investment.

Современная национальная экономика вряд ли может успешно развиваться без иностранных инвестиций. Низкая инвестиционная активность – проблема присущая не только экономике нашей страны. К сожалению, в России осложнён доступ к кредитам из-за достаточно высоких процентных ставок, однако, стоит рассмотреть западный опыт, который показывает, что зачастую уровень инвестиций стоит на месте или имеет очень медленный рост, даже при низкой процентной ставке. Такая бизнес-апатия – это во многом результат нестабильности именно мировой экономики. Но в России это связано не только с экономическими рисками, здесь задействовано множество других аспектов – политических, законодательных, психологических, когда проблема доверия и защиты частной инициативы выходит на первый план. В ответ на внешнее экономическое давление в авангарде нашей политики должно быть не только со-

хранение, но и максимальное расширение пространства экономической свободы, что, в свою очередь, и является основой современной модели экономического роста.

В наиболее общем плане инвестиции рассматривают как вложения капитала с целью его возрастания в будущем. [1]. По мнению Б.А. Райзберга, Л.Ш. Лозовского, Е.Б. Стародубцевой, «инвестиции – это размещение капитала с целью получения прибыли» [2]. С точки зрения воспроизводственного подхода, предполагающего рассмотрение инвестиций в динамике, как процесса смены форм капитала, инвестиции – это процесс, в ходе которого осуществляется преобразование ресурсов в затраты с учетом целевых установок инвесторов — получения дохода (эффекта) [3]. В Федеральном законе от 25.02.1999 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений», термин «инвестиции» толкуется, как «денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные и иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта» [4]. Поступление иностранных инвестиций в экономику страны и эффективность капиталовложений при этом зависят от инвестиционного климата [5], стабильности финансовой системы [6-7], необходимой институциональной инфраструктуры [8], привлекательной для инвестора системы налогообложения [9], инвестиционная привлекательность территорий [10, 11], стабильность банковской системы и ставка процента [12].

Иностранные инвестиции - это вложение иностранных капиталов в предмет предпринимательской деятельности на территории Российской Федерации в виде объектов гражданских прав, которые принадлежат иностранному инвестору, если такие объекты гражданских прав не ограничены в обороте в РФ или не изъяты из оборота в соответствии с федеральными законами, в том числе денежных средств, ценных бумаг (в иностранной валюте и валюте РФ), иного имущества, имущественных прав, имеющих денежную оценку исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальную собственность), а также услуг и информации, согласно ст.2 ФЗ "Об иностранных инвестициях в Российской Федерации" от 09.07.1999 N 160 [13].

На сегодняшний день различают две формы иностранных инвестиций: прямые иностранные инвестиции; портфельные иностранные инвестиции [14]. Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) - вложения капитала в иностранные предприятия, которые предоставляют контроль над объектом размещения капитала и конкретный доход [15]. Согласно международному анализу доля участия иностранного капитала в жизнедеятельности фирмы, которая дает право такого контроля - 25%, по американским - 10%, австралийскими и канадскими - 50%. Прямые иностранные инвестиции выполняются в форме создания дочерних компаний, (смешанных) компаний, отделений или совместных предприятий. Сегодня преобладает создание смешанных компаний с участием местного капитала.

Сопоставим объемы прямых иностранных инвестиций в РФ и в некоторые другие страны. На сегодняшний день лидерами в этой области являются – США, Великобритания, Китай, Германия (рис. 1).

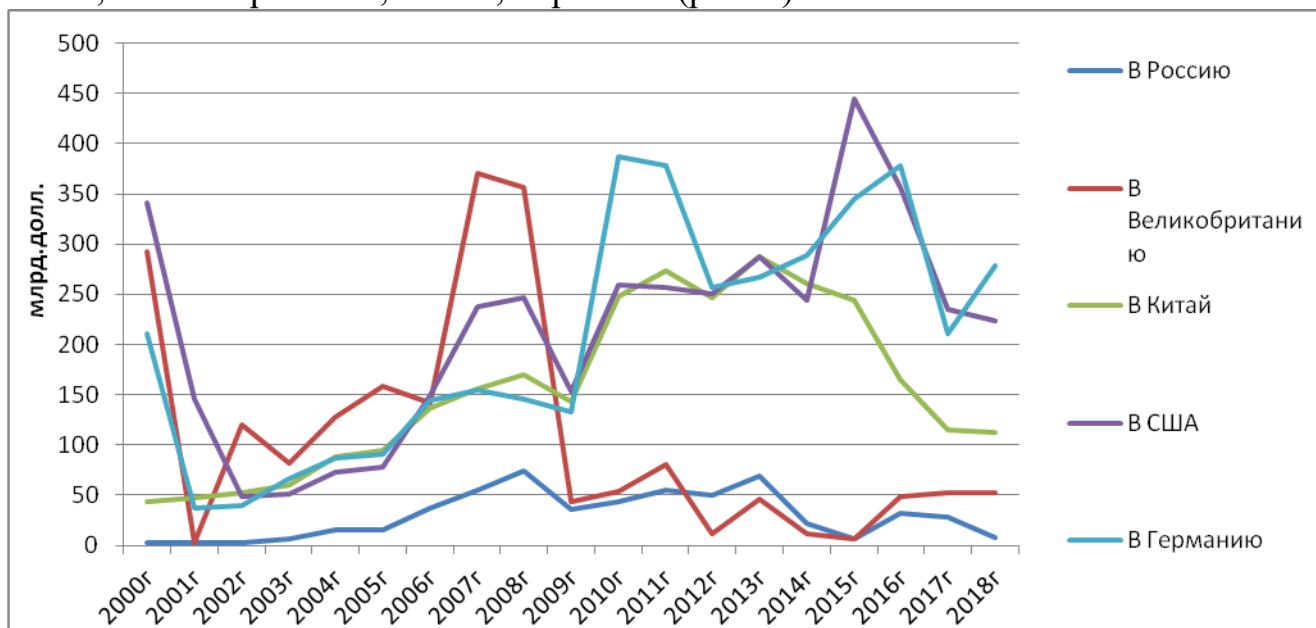


Рисунок 1 - Прямые иностранные инвестиции в Россию и в развитые страны 2000-2018 гг. [16]

За последние пять лет значительно снизился объём иностранных вложений в Великобританию и Германию. Рекордные показатели по ПИИ в экономику показывала США, находясь почти всегда на первом месте в рейтинге. Однако, вполне вероятно, что на фоне резкого обострения торговых отношений между США и основными торговыми партнерами в лице Китая, ЕС и других стран, прямые иностранные инвестиции в США в 2019 г. продолжают снижаться. Если рассмотреть показатели России, то можно увидеть, что приток прямых иностранных инвестиций в 2018 году в денежном выражении сократился более чем втрое. А именно, по итогам 2018 года он составил \$8,8 млрд — это значительно меньше, чем годом ранее — \$28,6 млрд. Так же стоит отметить, что все меньше выведенных в офшоры средств возвращается в страну.

На рисунке 2 представлена структура ПИИ по секторам экономики в России за 2018 год.

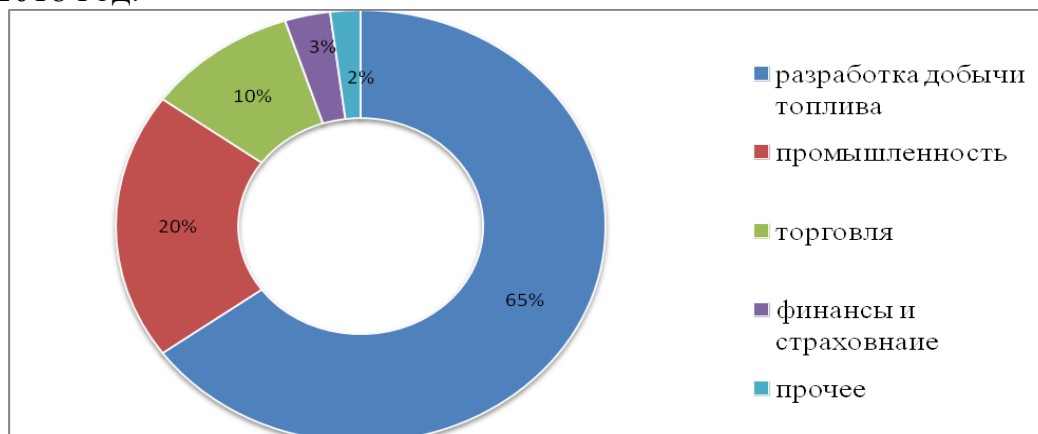


Рисунок 2 - Структура ПИИ по секторам экономики в России за 2018 год [16]

Исходя из данных рисунка 2, мы видим, что преобладающий процент прямых иностранных инвестиций пришелся на разработку добычи топлива и составил 65%. В большей степени это связано с большим сырьевым потенциалом России. Большая часть инвестиционных потоков направлена не просто на разработку новых месторождений, а на максимальный синтез природного сырья и получение различных видов топлива. Доля промышленности в иностранных инвестициях в Россию составила 20% от общего количества. Российский рынок промышленности является достаточно привлекательным для инвесторов, так как его развитие достаточно перспективно для страны, а также в дальнейшем принесет максимальный процент пользы и прибыльности инвесторам. Ежегодно третье место занимает торговля – достаточно обширное поле для вложения свободных средств. Российский рынок постоянно развивается, а также с каждым годом проявляет свою специфику. В большей мере она раскрывается в тяготении перехода экономики страны к рыночному типу. Также за счёт больших отраслей, требующих развития, Россия даёт шанс для диверсификации иностранных активов. Таким образом, Россия является наиболее перспективным полем для вложения средств.

Портфельные инвестиции – это финансовые вложения в иностранные предприятия или ценные бумаги, которые приносят инвестору определенный доход, но не позволяют контролировать деятельность предприятия [17]. Однозначно и четко проследить границу между портфельными и прямыми инвестициями невозможно. Вывоз предпринимательского капитала является важным приоритетом для обеих стран. Но стоит отметить, что в последние годы намечается тенденция преобладания портфельных инвестиций.

На сегодняшний день портфельные инвестиции получили довольно широкое распространение. Они позволяют инвестору получить более высокую отдачу от инвестиций по сравнению с национальным рынком благодаря ускоренному росту цен на активы на других национальных рынках, а также росту обменного курса валют инвестиций по отношению к валюте инвестора. Так же иностранные инвестиции могут обеспечить инвестору и уменьшение рисков за их портфель за счет его диверсификации, так как развитие экономики многих стран происходит неравномерно, и если одни национальные фондовые рынки будут склонны к падению, рынки других стран наоборот будут расти.

Привлечение иностранного капитала может обеспечить не только стабильное поддержание производства, но и дальнейший его рост, а так же нивелировать нехватку денежных средств, выделяемых на приобретение оборудования и новых технологий, понизить уровень безработицы в стране, обеспечить повышение качества продукции, обосновать её конкурентоспособность, и как итог, решить ряд экономических проблем РФ.

Рассмотрим динамику поступивших в российскую экономику иностранных инвестиций. Необходимо учесть как прямые, так и портфельные инвестиции за последние 5 лет, для прогнозирования инвестирования в российскую экономику в ближайшей перспективе (таблица 1).

Таблица 1 – Динамика поступления иностранных инвестиций в Россию по данным Банка России 2014-2018 гг., млн долл. [18]

Инвестиции	2014 г	2015 г	2016 г	2017 г	2018 г
Прямые	354781	384689	336276	439012	906781
Портфельные	64432	68234	70727	91878	149 985
Прочие	329013	371745	359241	429054	856777
Всего	748226	824668	695517	959944	1 913 543

Исходя из данных таблицы 1, чистый прирост активов увеличился только в сегменте долговых инструментов, долговых ценных бумаг, а так же в прочие инвестиции. Чистое уменьшение прямых иностранных инвестиций в 2016г по сравнению с 2015г составило 48412 млн долларов. Это связано с нестабильным состоянием экономики, а также с нестабильностью добывающего сырьевого сектора в 2016 году. Однако за промежуток 2014-2018 гг. общее количество прямых иностранных инвестиций растёт. Побудительным мотивом для вложения свободных средств является обширное «неразведанное поле» для получения прибыли. Стоит так же отметить, что благодаря вложенным средствам открываются новые перспективы для выгодного вложения капитала. За последние пять лет поступления в российскую экономику увеличились более чем в два раза и составили 1 913 543 млрд долл. в 2018 году по сравнению с 2014 годом.

Мировое хозяйство, так же как и отдельные национальные хозяйства не предрасположены к наиболее эффективному функционированию, если отсутствует приток капитала в международном масштабе. Все развивающиеся страны, стремящиеся к ускорению повышения национального дохода, сталкиваются с рядом неразрешаемых трудностей, если пытаются реализовать программу капиталовложений, руководствуясь только политикой мобилизации национальных средств. Для экономики РФ одной из основополагающих задач является привлечение иностранного капитала. Непосредственно, прямые инвестиции в наибольшей степени способны обосновать поступление в Россию новых технологий, оборудования, обновить уже существующие производственные технологии, увеличить промышленное производство.

К факторам привлекательности инвестиций в Россию можно отнести следующие: динамичное развитие экономики РФ; многообразие природных ресурсов; один из крупнейших в мире потребительских рынков; высококвалифицированный человеческий капитал; удобное географическое положение; государственная поддержка иностранных инвесторов; стабильная социальная, политическая системы; технологическое развитие страны.

При этом к недостаткам инвестиционной политики РФ можно отнести:

- неполную проработку федерального законодательства в области иностранных инвестиций;
- административные барьеры и высокие риски;
- отсутствие чёткого разграничение полномочий федеральных и региональных субъектов;
- средние показатели России в мировых экономических рейтингах;

– отсутствие корпоративного управления в экономике на уровне развитых стран.

Основными проблемами привлечения иностранного капитала в Россию являются:

1) Проблема обеспечения прибыльности и возвратности инвестиций остается наиболее важной причиной настороженности иностранных инвесторов. Несмотря на увеличение объемов выпуска в целом сопровождающихся ростом внутренних и иностранных инвестиций, темпы этого роста существенно отстают от темпов увеличения показателя ВВП.

2) В качестве следующей проблемы можно отметить высокую стоимость заемных средств на внутреннем рынке и величину уровня рисков связанных с неопределённостью, которые способствуют увеличению стоимости зарубежных инвестиционных средств.

Руководствуясь целью улучшения инвестиционного климата Министерство экономического развития РФ, подчеркивает необходимость совершенствования законодательства РФ и дальнейшее его изменения. Сначала необходимо упростить административные процедуры.

Также другим немаловажным фактором является инфраструктура. Именно она чаще всего оказывает отрицательное воздействие на инвестиционную структуру в стране.

Необходимо совершенствование таможенного администрирования. На оценку условий ведения бизнеса в России влияют: качество деятельности таможенных служб, их прозрачность и уровень коррумпированности.

Существует вполне очевидная необходимость налогового стимулирования. Стоит отметить, что в данном направлении в последнее время был проведен ряд изменений. Однако, касательно поддержки в НИОКР по вопросу инвестиций и модернизации производств, было решено освободить от уплаты налога на имущество организаций энергоэффективное оборудование сроком на 3 года с момента ввода в эксплуатацию. Что касается инвестирования в человеческий капитал, то было решено признать расходы на обучение тех лиц, с которыми будет заключен трудовой договор, непосредственно, после завершения обучения. Был предпринят ряд мер в области стимулирования инновационной деятельности и поддержки компаний с преимущественным использованием интеллектуального труда, в сфере стимулирования венчурного инвестирования, в сфере реализации амортизационной политики. В результате налоговая нагрузка на определенные категории налогоплательщиков была снижена, были приняты конкретные налоговые льготы для инноваций, а качество налогового администрирования улучшилось в ряде областей.

В качестве одного из негативных факторов, ухудшающих инвестиционный климат в стране ряд инвесторов выделяет бюрократию. Экспертные опросы представителей бизнес-сообществ и авторитетные рейтинги показывают, что чрезмерные административные барьеры сегодня являются одной из ключевых проблем, которые препятствуют развитию предпринимательства.

Подводя итог, необходимо отметить, что привлечение иностранных инвестиций в российскую экономику, являющееся одним из необходимых условий

развития экономики страны в посткризисный период, требует значительных организационных и нормотворческих усилий, как от региональных и федеральных властей РФ, так и от финансовых институтов и отдельных организаций. Основные направления этих усилий должны соответствовать следующим позициям:

- улучшить общий инвестиционный климат РФ, создать эффективное экономическое законодательство и стабилизировать экономическую ситуацию;
- организовать эффективный внутренний рынок капиталов РФ, который сможет обеспечить полноценную связь рынка ценных бумаг с реальным сектором;
- обеспечить выход промышленных предприятий России на международные рынки ценных бумаг.

Таким образом, на сегодняшний день положение иностранных инвестиций в нашей стране является неоднозначным. С одной стороны, экономика РФ имеет явную инвестиционную привлекательность. С другой стороны, существуют сдерживающие барьеры, которые не позволяют в полной мере раскрыть имеющийся потенциал по привлечению иностранных инвестиций.

Литература:

1. Игонина Л.Л. Инвестиции: учебник. М.: МАГИСТР, 2012. – 749 с.
2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. - 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2013. – 1068 с.
3. Инвестиции / У.Ф. Шарп, Г.Д. Александер, Д.В. Бэйли; Пер. с англ. А.Н. Буренина, А.А. Васина. - м.: НИЦ инфра-м, 2014. - 1028 с.
4. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25.02.1999 г. № 39-ФЗ (ред. от 21.05.2019). - URL: <http://www.consultant.ru>.
5. Потенциал и перспективы экономического развития России в условиях модернизации. / Под редакцией Г.Б. Клейнера, О.Ю. Мамедова, В.В. Сорокожердьева. М.: Издательство современная экономика и право. 2012. – 426 с.
6. Игонина Л.Л. Финансовая система и экономическое развитие. – М.: Ру-сайтс, 2016. - 140 с.
7. Игонина Л.Л. Финансовая система России: анализ структурно-функциональных характеристик // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 33 (336). С. 14-21
8. Вихарев В.В. Прогнозные оценки развития институциональной среды трансформирующейся социально-экономической системы России на основе индексов The PRS Group в рамках модели ICRG. Материалы международной научно-практической конференции «Экономико-правовые аспекты реализации стратегии модернизации России: реальные императивы динамичного социально-экономического развития». Под редакцией: Г.Б. Клейнера, Э.В. Соболева, В.В. Сорокожердьева, З.М. Хашевой. Краснодар: Издательство «Южный институт менеджмента», 2014. С. 76-81

9. Игони́на Л.Л. Развитие налогового потенциала регионов в детерминантах модернизационных процессов // *Налоги и финансовое право*. 2012. № 3. С. 197-202.

10. Исхакова А.А., Вихарев В.В. Анализ и тенденции инвестиционного развития Краснодарского края. В сборнике научных трудов 8-й Международной научно-практической конференции: «Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах» Курск, 2019. С. 181-187.

11. Базилева А.В., Вихарев В.В. Анализ инвестиционного развития МО г. Краснодар и направления совершенствования муниципальной инвестиционной политики. В сборнике статей XVI Международной научно-практической конференции: «Проблемы социально-экономической устойчивости региона». 2019. С. 20-26.

12. Бессонова О.В., Вихарев В.В. Развитие банковского сектора в регионах Российской Федерации. В сборнике научных трудов 8-й Международной научно-практической конференции: «Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах». Курск, 2019. С. 55-61.

13. Федеральный закон "Об иностранных инвестициях в Российской Федерации" от 09.07.1999 N 160-ФЗ - URL: <http://www.consultant.ru>.

14. Игони́на Л.Л. Международный рынок инвестиций: современные тенденции развития // *Финансы*. 2003. № 8. С. 10-14.

15. Федорова Е.А., Древинг С.Р., Апатеева Т.Л. Сравнительный анализ акционерных обществ с прямыми иностранными инвестициями и без прямых иностранных инвестиций // *Экономический анализ: теория и практика*. 2014. № 27 (378). С. 19-26.

16. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://www.gks.ru/> Дата обращения: 21.05.2019 г.

17. Зеленская С.Г., Преображенский Б.Г. Формирование механизма привлечения иностранных инвестиций в российскую экономику (макроэкономический парадокс российского механизма привлечения иностранных инвестиций) // *Регион: системы, экономика, управление*. 2012. № 2 (17). С. 24-40.

18. Официальный сайт ЦБ РФ. Режим доступа: <https://www.cbr.ru/> Дата обращения: 21.05.2019 г.

УДК 336.581

А.А. Кузнецова, К.В. Кулешова, И.О. Суворова
студенты 3 курса,

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
Краснодар, Россия

e-mail: anastasiaakuznetsova@mail.ru

kristina-kuleshova-1998@mail.ru

irina667788s@mail.ru

Научный руководитель:

В.В. Вихарев,

старший преподаватель каф. «Экономика и финансы»,

Анализ венчурного финансирования инвестиций в экономике России

Аннотация: В статье определены факторы венчурного финансирования инвестиций. Исследована деятельность российских венчурных фондов. Проанализирована активность деятельности российских бизнес-ангелов. Сформулированы рекомендации по совершенствованию поддержки венчурного финансирования инвестиций.

Ключевые слова: инвестиции, венчурное финансирование, венчурные фонды, бизнес-ангелы.

*Kuznetsova A.A., Kuleshova K.V., Suvorova I.O.,
students, 3 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: anastasiakuznetsova@mail.ru
kristina-kuleshova-1998@mail.ru
irina667788s@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Viharev V.V.,
Senior Lecturer
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: v.v.viharev@mail.ru*

Analysis of venture financing of investments in the Russian economy

Annotation: The article identifies the factors of venture financing of investments. The activity of Russian venture funds has been investigated. Analyzed the activity of the Russian business angels. Recommendations on improving support for venture financing of investments are formulated.

Keywords: investments, venture financing, venture funds, business angels.

Венчурное финансирование - это инвестиции в инновационный бизнес на ранних этапах его развития. Смысл венчурного финансирования заключается в том, что инвестор вкладывает небольшие суммы денег в несколько проектов или стартапов, которые потенциально могут вырасти до размеров крупной корпорации. В то же время, инвестор понимает, что большинство проектов обанкротятся, но те одна или две компании, которые могут расти и расширять свою деятельность, покроют все расходы инвестора. Для бизнеса венчурное финансирование является обязательным средством получения денег для своей деятельности, прежде чем фирма сможет самостоятельно получать прибыль.

Сегодня развитие той или иной страны так или иначе напрямую зависит от научно-технического сектора ее экономики. Переход России из статуса «ресурсозависимого» государства в высокотехнологичную экономику стал возможен благодаря модернизации рыночного потенциала и развитию передовых технологий. Венчурное финансирование сыграло одну из важнейших ролей в

этом процессе. Сегодня это, пожалуй, основной источник финансирования инноваций.

Венчурные инвесторы предоставляют возможность проявить себя всем перспективным и талантливым разработчикам в научно-технической сфере. Они обеспечивают устойчивый поток инвестиций на этапе создания и продвижения технологии, а после того, как она начинает приносить деньги, они выкупают свою долю и выставляют ее на продажу.

Обзор научной литературы позволяет сделать вывод о том, что существуют различные подходы к определению детерминант венчурного финансирования рассматриваются. Различные аспекты венчурного финансирования инвестиций рассмотрены в работах отечественных ученых, таких как, Соболева И.И. [1], Иголина Л.Л., Макаренко Ю.Г. [2, 3], Каржаув А.Т., Фоломьев А.Н. [4], Габдуллин Н.М., Миронова М.Д. [5], Вадковский А.А. [6], Зайцева Д.О., Харламова Е.Е., Холодков С.Н. [7], Харламова Е.Е., Гладышева А.В., Холодков С.Н., Череватова А.С. [8] и др. В развитии института венчурного финансирования выделяют множество факторов, в том числе структурно-функциональные характеристики финансовой системы [9], налогообложение [10], институциональная инфраструктура инноваций [11], эффективность функционирования финансовых институтов [12], потенциал и перспективы экономического развития [13], инвестиционный климат и инвестиционная привлекательность территорий [14, 15], стабильность банковской системы и доступность кредитных ресурсов [16].

Венчурное финансирование в России отстает от такового в США. Организации инвесторов формируются по инициативе физических лиц, они существуют без государственной поддержки. Первые фонды в Российской Федерации появились в 1994 году по инициативе ЕБРР. За три года было зарегистрировано 78 компаний. Кроме того, финансовые вложения в Российской Федерации были также получены из 16 восточноевропейских фондов. После событий 1998 года осталось только 15 учреждений. Работа фондов в России очень сложная. Нет законодательных актов, стимулирующих развитие этого направления. Вопрос о выходе из бизнеса остается открытым. Чтобы решить проблему, вам не нужно создавать новое законодательство, но вы можете добавить элементы управления в гражданские акты.

По неофициальным данным, в РФ существует 10 тыс. частных инвесторов с нераскрытыми возможностями. Чтобы венчурное финансирование инновационной деятельности развивалось, необходим ряд условий:

- 1) стабильная обстановка в стране;
- 2) наличие НТП, проектных наработок;
- 3) увеличение уровня благосостояния; сужение спекулятивного дохода и т. д. [17].

В настоящий момент венчурные фонды России являются активным участником на мировом рынке. Российские венчурные фонды всё охотнее обращают внимание на зарубежные стартапы и, по мнению экспертов, это стало реальной тенденцией. Перепрофилированию наших инвесторов на зарубежные

рынки способствовал кризис последних нескольких лет, возникший по известным причинам.

Динамика сделок, проведенных Российскими венчурными фондами представлена на рисунке 1.



Рисунок 1- Динамика сделок, проведенных Российскими венчурными фондами [18]

Согласно данным, количество сделок, проведенных российскими венчурными фондами, постепенно растет. Несмотря на их относительно малое количество в 2014 году. 11 новых фондов успели проинвестировать хотя бы в один стартап в 2017 году. В 2016 году таких фондов было всего 4, в 2015 – 6, в 2014 – 5. Как правило, новые фонды этого года инвестируют на начальном этапе.

Однако в 2018 году инвесторы вложили в российские стартапы более 26,7 млрд рублей, что на 10,4 млрд больше, чем в прошлом году.

Наиболее активные Российские венчурные фонды в 2014 - 2018 году представлены в таблице 1.

Как видно по таблице 1 с каждым годом топ тройка самых активных Российских венчурных фондов меняется. Только фонд ФРИИ занявший первое место в 2014 году, после серии неудач в 2015-2016 гг. смог снова занять 1 место по количеству проведенных сделок. Размер среднего чека в 2018 году тоже существенно изменился по сравнению 2014 годом.

Таблица 1 – Деятельность российских венчурных фондов в период за 2014-2018 гг. [18]

Год	Название фонда	Количество проинвестированных проектов	Средний чек, млн \$
2018	ФРИИ	100	1-2,5
	Runa Capital	11	3-5
	Day One Ventures	16	0,5-1
2017	ФРИИ	94	0,04–5,54
	Altair Capital Management	46	0,3 - 0,5
	Starta Ventures	25	0,1-0,25
2016	Target Global	21	0,2–30
	Flint Capital	18	1-1,5
	Runa Capital	12	3

2015	Maxfield Capital	12	1,5
	Life.SREDA	12	н/д
	Инфрафонд РВК	11	0,5
2014	ФРИИ	122	300
	Altair Capital	27	150-250
	Moscow Seed Fund	12	127

Следует отметить, что в 2017 году 49 российских фондов и фондов с российскими корнями сделали как минимум одну сделку с российским стартапом. Так же в 2016 г. таких фондов было 42, в 2014 году – 54, в 2015 – 53. А в 2018 году их число составило около 95.

Рейтинг бизнес-ангелов демонстрирует список самых активных частных венчурных инвесторов России. Партнер рейтинга — Национальная ассоциация бизнес ангелов (НАБА).

На рисунке 2 представлена активность деятельности российских бизнес-ангелов за 2017-2018 гг.

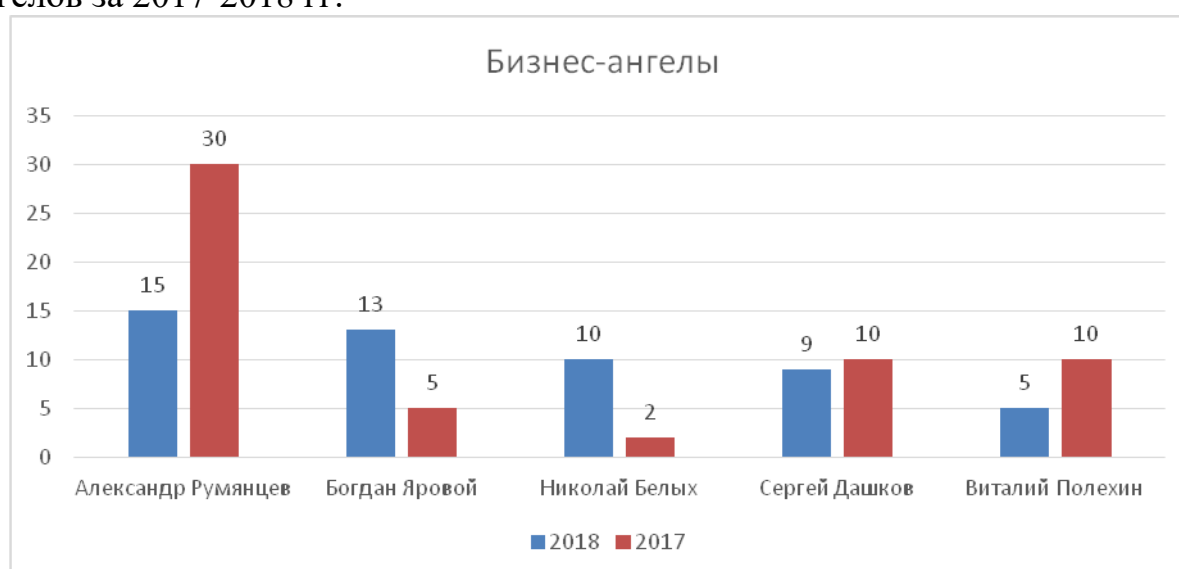


Рисунок 2 – Активность деятельности российских бизнес-ангелов [18]

В подборке бизнес-ангелов первое место, как и в прошлом году, занял Александр Румянцев, совершивший за год 15 сделок. В сравнении с 2017 г. этот показатель упал в 2 раза. Второе место занял Богдан Яровой, руководитель калининградского клуба бизнес-ангелов SmartHub, совершивший в 2018 г. 13 сделок. В 2017 г. Яровой инвестировал в 5 проектов. Тройку лидеров замыкает Николай Белых с 10 сделками.

Таким образом, можно сделать вывод что развитие венчурного финансирования в Российской Федерации слабо развито по сравнению с другими странами, но не смотря на сложившуюся ситуацию продолжает постепенно развиваться.

В дальнейшем для повышения качества законодательного регулирования российского рынка венчурных инвестиций необходимо, в первую очередь, раз-

работать определения для сущностей, характерных для рынка венчурных инвестиций, но не имеющих определения в законодательстве, а также оптимизировать порядок передачи исключительных прав на интеллектуальную собственность, созданную в образовательных и научных организациях.

Кроме того, необходимо сформировать институты со специальным правовым режимом, такие как особые экономические зоны и центры апробации нормативно-правового регулирования. Для высокотехнологичных компаний, поставляющих продукцию на внешние рынки, необходимо обеспечить упрощение таможенных процедур и повышение их прозрачности.

Также в целях упрощения процедуры списания средств, выделенных государством в форме финансовой поддержки, необходимо разработать и описать процедуру выхода венчурных фондов с государственным капиталом из экономически неэффективных инвестиционных проектов с использованием механизма отчуждения долей, так как в настоящее время эти доли сохраняются на балансе фондов и порождают дополнительные административные сложности.

Для обеспечения согласованности мер государственной поддержки требуется реализация ряда мероприятий, направленных на создание единой системы поддержки, удобной для компаний-реципиентов. В первую очередь, необходимо подготовить аналитические материалы о лучших мировых практиках координации программ поддержки рынка венчурных и прямых инвестиций для распространения среди институтов развития данного рынка. Кроме того, необходимо доработать информационные источники, которые должны предоставлять зарубежным инвесторам информацию о существующих в России инвестиционных возможностях и предпочтениях. Наконец, для адаптации мер поддержки под текущие нужды рынка необходима разработка и внедрение предиктивной системы мониторинга инвестиционного спроса и предложения на рынке, которая позволит корректировать объемы поддержки для компаний, находящихся на тех или иных стадиях инвестиционного цикла.

Литература:

1. Соболева И.И. Принципы венчурного финансирования и особенности организации венчурного финансирования в РФ // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2012. Т. 6. № 3. С. 45-55.
2. Игонина Л.Л., Макаренко Ю.Г. Финансовый механизм венчурного инвестирования и его роль в инновационном развитии российской экономики // Экономический анализ: теория и практика. 2015. № 11 (410). С. 2-12.
3. Игонина Л.Л., Макаренко Ю.Г. Формирование финансового механизма венчурного инвестирования в России: этапы и тенденции // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2012. № 40 (130). С. 2-11.
4. Каржаув А.Т., Фоломьев А.Н. Национальная система венчурного инвестирования. М.: Экономика, 2005. - 240 с.
5. Габдуллин Н.М., Миронова М.Д. Управление венчурным финансированием как фактор роста инноваций в российской экономике // Научное обозрение. 2017. № 3. С. 66-70.

6. Вадковский А.А. Основные подходы к венчурному финансированию в странах ЕС // Международная экономика. 2016. № 4. С. 46-50.
7. Зайцева Д.О., Харламова Е.Е., Холодков С.Н. Венчурное финансирование как перспективный источник финансирования деятельности инновационных предприятий // Управление. Бизнес. Власть. 2018. № 1 (15). С. 9-13.
8. Харламова Е.Е., Гладышева А.В., Холодков С.Н., Череватова А.С. Проблемы участия банковского сектора в венчурном финансировании // Экономика и предпринимательство. 2018. № 2 (91). С. 1303-1306.
9. Игонина Л.Л. Финансовая система России: анализ структурно-функциональных характеристик // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 33 (336). С. 14-21
10. Мамонова И.В. Инвестиционная составляющая налоговой политики Российской Федерации // Налоги и финансовое право. 2008. № 10. С. 269-275.
11. Вихарев В.В. Инновационный вектор трансформации социально-экономической системы России: институциональный аспект. В сборнике научных статей Международной научно-практической конференции: «Научно-правовое обеспечение развития инновационной экономики и модернизации промышленной политики России». / под редакцией А.С. Кобилева, А.В. Плотникова (Израиль), Ж.Л. Трюэля (Франция) и др. 2012. С. 34-40.
12. Игонина Л.Л. Российские финансовые институты: особенности функционирования и тенденции развития в современных условиях // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2011. № 4 (46). С. 2-9.
13. Потенциал и перспективы экономического развития России в условиях модернизации. / Под редакцией Г.Б. Клейнера, О.Ю. Мамедова, В.В. Сорокожердьева. М.: Издательство современная экономика и право. 2012. – 426 с.
14. Исхакова А.А., Вихарев В.В. Анализ и тенденции инвестиционного развития Краснодарского края. В сборнике научных трудов 8-й Международной научно-практической конференции: «Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах» Курск, 2019. С. 181-187.
15. Базилева А.В., Вихарев В.В. Анализ инвестиционного развития МО г. Краснодар и направления совершенствования муниципальной инвестиционной политики. В сборнике статей XVI Международной научно-практической конференции: «Проблемы социально-экономической устойчивости региона». 2019. С. 20-26.
16. Игонина Л.Л. Инвестиционные кредиты коммерческих банков в финансировании реального сектора российской экономики // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 4-1. С. 97-101.
17. Игонина Л.Л. Инвестиции: учебник. М.: МАГИСТР, 2010. – 749 с.
18. «Рейтинг венчурных фондов 2018 г.» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://firrma.ru/data/news/504496/?sphraseid=100983>

В.А. Левченко
студент 3 курса,
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
Краснодар, Россия
e-mail: lerken_s@mail.ru

Научный руководитель:
Л.Л. Игонина,
д. э. н., профессор
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
e-mail: LyuLIgonina@fa.ru

Российский рынок «зеленых» финансов: перспективы развития

Аннотация: В статье рассмотрены основные факторы, влияющие на формирование рынка зеленых финансов. Автором проанализированы российский и зарубежный зеленые рынки. Также, автор предлагает решение проблемы появления зеленого сектора на финансовом рынке в России.

Ключевые слова: зеленая экономика, зеленые облигации, зеленые финансы, Россия, инвестиции.

Levchenko V.A.,
student, 3 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: lerken_s@mail.ru

Scientific Adviser:
L.L. Igonina,
Professor
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: LyuLIgonina@fa.ru

Russian market of green finance: development prospects

Annotation: The article discusses the main factors influencing the formation of the green finance market. The author analyzed the Russian and foreign green markets. Also, the author offers a solution to the problem of the emergence of a green sector in the financial market in Russia.

Keywords: green economy, green bonds, green finance, Russia, investments.

В современной развитой экономике в последние годы активно формируется тренд создания экологичной («зеленой») экономики и ее инфраструктуры. Этот процесс актуализирует проблему разработки инструментов для привлечения финансирования в зеленые проекты – альтернативную энергетику, транспорт, экостроительство, очистку воды и т.д. Интерес к зеленым вложениям всех экономик мира растет. На корпоративном уровне этот интерес связан с «озеленением» проекта для повышения его репутации перед инвесторами, на государственном – с улучшением экологической ситуации по стране в целом. В данном

контексте привлечение инвестиций в зеленую экономику становится одной из ключевых научно-практических задач.

Одной из первых предпосылок формирования рынка зеленого финансирования являются климатические фонды, период создания которых пришелся на 90-е годы прошлого столетия. Большинство таких фондов были созданы Всемирным банком и рядом других зарубежных организаций как ООН, Глобальный экологический фонд и др. Динамику инвестиций климатических фондов можно проследить на рисунке 1.

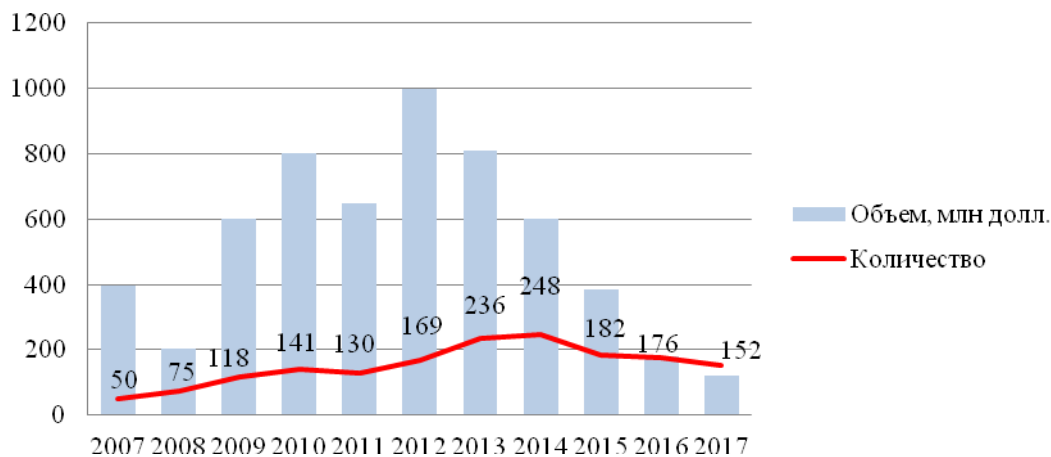


Рисунок 1 – Динамика инвестиций климатических фондов [7]

Комментируя рисунок 3, можно заметить, что с 2014 года инвестиции в климатические фонды стали сокращаться. Мы полагаем, что это связано с развитием других направлений зеленых вложений: в альтернативную энергетику, очистку воды, экотранспорт и др.

Объем мирового рынка зеленых финансов составляет более 400 млрд долл. Следует заметить, что большая доля этого рынка принадлежит «зеленым» облигациям – 98%. Из них 65% приходится на развитые рынки, 17% – на развивающиеся, а 18% занимают наднациональные проекты. Россия в распределении этих средств не участвует [5].

Создание рынка «зеленых» финансов в России обусловлено международной инициативой в области зеленого финансирования. Так, 132 страны, на долю которых приходится 82% всех вредных выбросов, приняли ряд проектов на государственном уровне в сфере зеленой экономики [3]. В результате принятых мер, на международном финансовом рынке происходят следующие изменения:

- ориентация международной финансовой системы на стратегию экологически устойчивого развития;
- проявление финансовым сообществом интереса к появлению финансовых инструментов;
- создание отдельной зеленой фондовой биржи, отдельного перечня зеленых облигаций;
- основные индикаторы в рейтинге бизнеса – экологичность и низкоуглеродность [3].

Принимая во внимание сложившуюся тенденцию в мире финансов, стоит отметить, что страны с низкой экологической ответственностью не смогут претендовать на зарубежные инвестиции, что приведет к снижению развития национальных предприятий. Зеленые финансовые инструменты играют важную роль в стимулировании технологической модернизации производства и развитии инноваций [2]. Основные объективные причины формирования «зеленого» рынка представлены на рисунке 2.

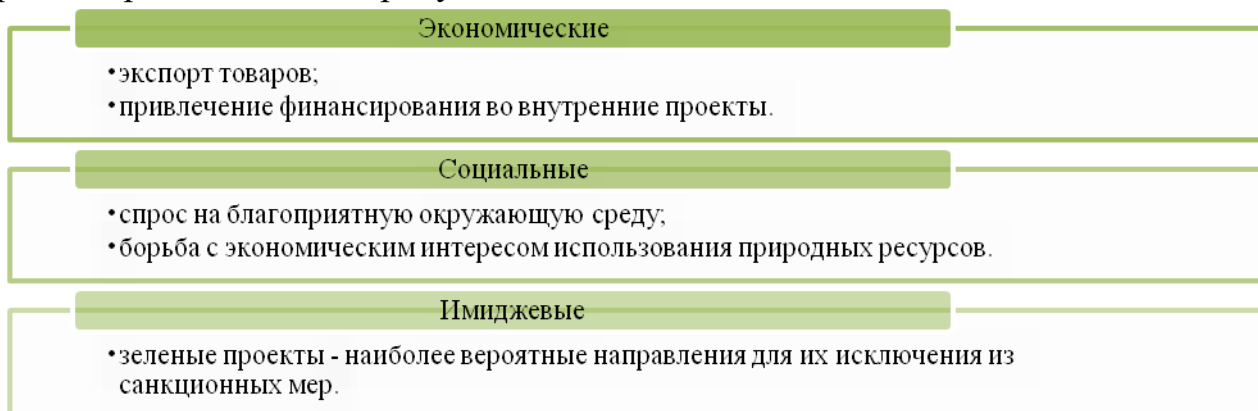


Рисунок 2 – Основные объективные факторы формирования «зеленого» рынка в России [3]

Комментируя рисунок 2, отметим, что создание рынка «зеленых» финансов в России позволит российской экономике не только стать конкурентоспособной, но и привлечь прямые иностранные инвестиции для ее развития.

«Зеленые» финансы – это финансовые услуги, предназначенные для поддержки экономической деятельности, которая направлена на улучшение окружающей среды, смягчение последствий изменения глобального климата и более эффективного использования ресурсов [3]. Они включают в себя различные отрасли финансов и финансовых продуктов, которые можно объединить в три группы: финансирование инфраструктуры, финансовая помощь отраслям и компаниям и финансовые рынки [1]. Для наглядности представим инструменты «зеленых» финансов в виде рисунка 3:

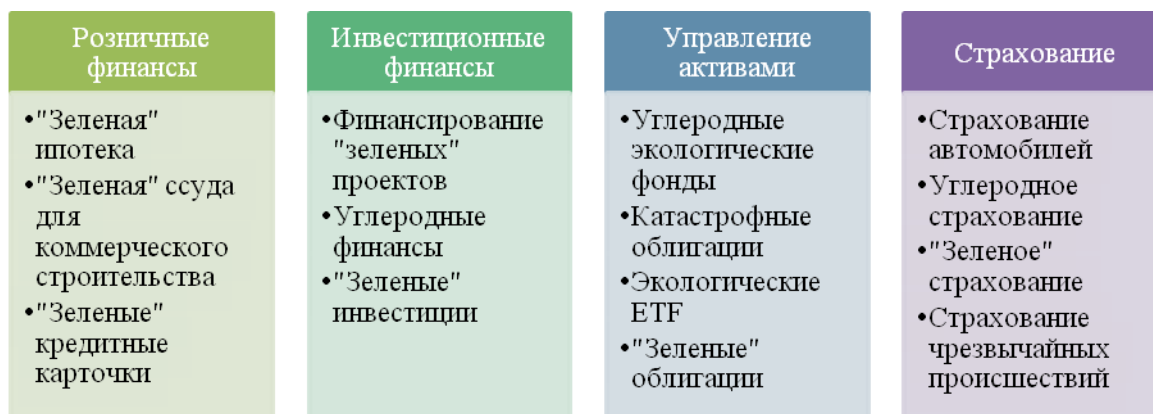


Рисунок 3 – Инструменты «зеленых» финансов [1]

Большинство указанных инструментов, связанных, в основном, с различными финансами, пока только набирают популярность, при том, что другие (финансирование «зеленых» проектов, «зеленые» облигации) активно становятся частью рынков финансов за рубежом.

Дадим дефиниции основным инструментам на рынке «зеленых» финансов, представленным на рисунке 2.

«Зеленые» кредиты – займы, предоставленные на реализацию зеленых проектов, а также улучшение экологии.

«Зеленые» инвестиции – вложения в экологически чистые и ресурсосберегающие технологии.

«Зеленые» облигации – особый вид облигаций, выпускаемый с целью обеспечения зеленого финансирования, т.е. реализации программ и проектов, направленных на развитие «зеленой» экономики.

«Зеленое» страхование – страхование ответственности за загрязнение окружающей среды [3].

Немаловажным фактором появления перечисленных инструментов на рынке выступает государственное участие в их развитии. В настоящее время в России органы власти в силу своих полномочий и возможностей могут оказывать существенное воздействие на формирование рынка «зеленых» финансов. На данный момент в России уже заложена правовая основа для перехода к «зеленой» экономике, что подтверждается следующими нормативно-правовыми актами [3]:

1. Распоряжение Правительства РФ № 1662-р от 17.11.2008 «Об утверждении «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года»;

2. Распоряжение Правительства РФ № 861-рп от 17.12.2009 утверждена Климатическая доктрина Российской Федерации;

3. Федеральный закон от 10 января 2002 года № 7-ФЗ (ред. от 29.07.2018) «Об охране окружающей среды» и др.

Законом определены направления государственной поддержки, которая выражается в налоговых льготах, выделении средств федерального бюджета и бюджетов субъектов Российской Федерации. Среди них можно выделить следующие:

– распространение информации с целью донести до потребителей, компаний и инвесторов выгоды, которые несет низкоуглеродное развитие;

– экологическое регулирование, включающее в себя нормы и стандарты, касающиеся окружающей среды, производства и др. [1];

– обеспечение целостности рынка, то есть создание принципов и стандартов зеленого рынка, которому гарантирована поддержка на национальном уровне правительством;

– стратегические эмиссии облигаций. выпуск государством облигаций для обеспечения ликвидности на рынке, привлечения инвесторов [3];

– снижение рисков за счет государственной поддержки на ранних стадиях развития проекта [1];

– финансовые льготы, которые могут выражаться в льготных экологических налогах и сборах, государственных гарантиях, субсидировании процентных ставок и т.д. [4];

На данный момент участникам рынка зеленого финансирования гарантированы субсидии [6]. Мы полагаем, что наличие таких льгот позволит заинтересовать инвесторов, обеспечит приток капитала в значимые отрасли экономики с целью их развития.

Как отмечалось выше, одним из популярных инструментов «зеленого» финансирования являются «зеленые» облигации (рисунок 4):

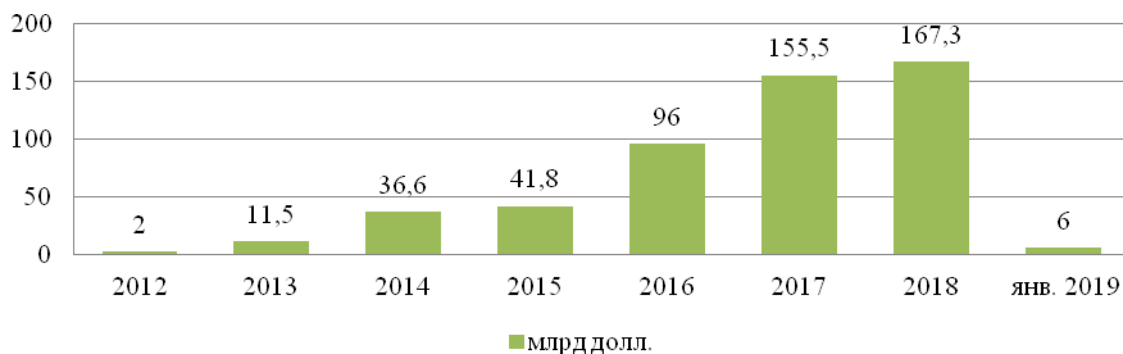


Рисунок 4 – Динамика объема рынка «зеленых» облигаций [6]

На основании представленных данных можно сделать вывод, что в мире растет спрос на данный инструмент «зеленого» финансирования. Это связано с тем, что «зеленые» облигации могут быть размещены достаточно оперативно на рынке, как государством, так и корпоративными заемщиками. По состоянию на 27 января 2019 года рынок зеленых облигаций в мире вырос до 528,9 млрд долл., из которых 6 млрд долл. – были размещены уже в первый месяц 2019 года [6]. Среднегодовой прирост рынка с 2007 года находится на уровне 230% [6].

Говоря о «зеленых» облигациях, следует отметить, что некоторые российские концессионные облигации могут претендовать на статус «зеленых» [6]. В основном, это облигации, выпущенные под проекты переработки отходов, модернизацию систем водо- и теплоснабжения. Согласно дорожной карте Центрального Банка РФ о зеленых финансах в России, Московской биржей планируется создать отдельный сектор «зеленых» облигаций [3]. В настоящий момент Московская биржа имеет достаточно инструментов, чтобы стать каналом продвижения зеленой финансовой системы, допуская облигации к торгам и поощряя эмитентов увеличивать прозрачность. Ниже перечислены основные преимущества зеленого сектора на бирже:

- быстрая идентификация зеленых облигаций для принятия обоснованных инвестиционных решений;
- обеспечение эмитентам доступа к расширенной базе инвесторов;
- раскрытие информации по единым правилам;
- поддержка рынка зеленого финансирования и формирование бизнес-практики применения зеленых инструментов [3].

Рассмотрим динамику выпуска зеленых облигаций в мире (рисунок 5).

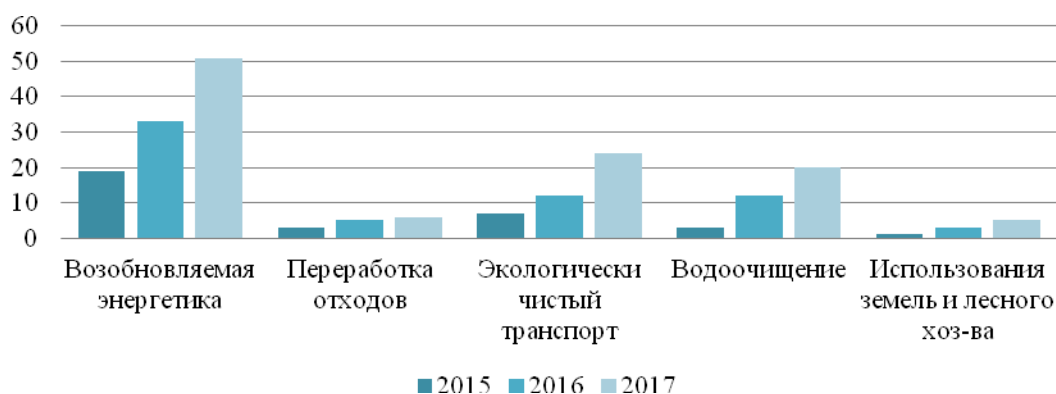


Рисунок 5 – Динамика выпуска зеленых облигаций в мире по отраслям, млрд долл. [4]

Комментируя рисунок 5, отметим, что по каждой из отраслей наблюдается рост объема облигаций ежегодно. Мы полагаем, что это связано, во-первых, с ростом зеленого рынка, во-вторых, с ростом отраслей, которым необходимы «зеленые» облигации, в-третьих, с общемировым трендом на «озеленение» экономики страны.

На рисунке 4 представлены ресурсные или перерабатывающие отрасли, которые также имеют место в экономике России. Соответственно, интерес к зеленым облигациям на российском рынке в скором времени возможен со стороны отраслей, указанных выше. Так, например, в 2018 году РЖД предлагала профинансировать проект по вывозу мусора из крупных городов на полигоны по железной дороге с помощью размещения «зеленых» облигаций [6]. Также компания «Управление отходами» весной 2018 года заявила о поддержке зеленых стандартов, что, по оценкам экспертов, может повлиять на стоимость ее облигаций в будущем. Помимо этого, у компании в обращении четыре выпуска концессионных облигаций на 8,1 млрд руб. под проекты по обращению с ТБО [7]. Приведенные примеры иллюстрируют интерес российских компаний к «зеленым» инструментам, что подтверждает целесообразность формирования рынка «зеленых» финансов в РФ. Однако на данный момент Россия не имеет собственных механизмов зеленого финансирования и не представлена на мировом рынке экологических финансов, что тормозит не только развитие российской финансовой отрасли, но и инфраструктурных проектов.

На основании приведенных данных, а также Дорожной карты ЦБ РФ [3] мы предлагаем следующие пути развития «зеленого» рынка в России:

- 1) формирование нормативной базы рынка зеленых финансов с целью стимулирования его развития;
- 2) создание единого методологического центра в сфере зеленых финансов;
- 3) разработка и утверждение принципов и стандартов функционирования зеленого рынка;
- 4) формирование системы верификации зеленых финансовых инструментов;

5) внедрение системы мер государственной поддержки зеленых финансовых инструментов в России;

6) разработка комплекса мероприятий по международному взаимодействию в сфере зеленых финансов.

Принимая во внимание интерес со стороны компаний и мировой тренд «озеленения» экономики, мы полагаем, что в ближайшем будущем произойдет реформация российского рынка финансов, которая проявится в создании «зеленого» сектора как отдельного звена, участвующего в распределении инвестиционного капитала.

Литература:

1. «Зеленые финансы» в мире и России: монография / Б.Б. Рубцов, И.А. Гусева, А.И. Ильинский, И.В. Лукашенко, С.А. Панова, А.Ф. Садретдинова, С.М. Алыкова; под. ред. Б.Б. Рубцова. – М.: РУСАЙНС, 2016. – 170 с. // Режим доступа: https://docplayer.ru/34014481-Zelenye-finansy-v-mire-i-rossii.html#show_full_text

2. “Зеленые” тенденции в мировой финансовой системе: статья / Б. Порфирьев: Мировая экономика и международные отношения, 2016, том 60, № 9, с. 5–16.

3. Зеленые финансы: повестка дня для России. Диагностическая записка // Режим доступа: <https://www.minfin.ru/ru/document/>

4. Новые технологии развития финансового сектора России: Монография / Под ред. М.А. Эскиндарова, В.В. Масленникова. - М.: Когнито-Центр, 2019. – 367 с.

5. Аналитический обзор «Проектное финансирование: Поствыборная инфраструктура России» // Режим доступа: https://infraone.ru/analitika/Proektnoe_finansirovanie_Postvybornaya_infrastruktura_Rossii_InfraONE_Research.pdf

6. Аналитический обзор «Инвестиции в инфраструктуру: будущее зеленых финансов в России» // Режим доступа: <https://infraone.ru/>

7. Climate Bonds Initiative // Режим доступа: <https://www.climatebonds.net/>

УДК 339.92

Макаровская А.В.,

студент 1 курса

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: makarovskaya1307@gmail.com

Научный руководитель:

Берлин С.И.,

профессор, д.э.н.

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: siberlin@fa.ru

Тенденции развития транснациональных корпораций в России

Аннотация: В статье рассматривается влияние зарубежных ТНК на экономику России и ее развитие, а также роль отечественных ТНК и их место в мировой экономике. В результате работы были представлены меры по предотвращению негативных тенденций.

Ключевые слова: транснациональная корпорация(ТНК), прямые иностранные инвестиции(ПИИ), международное экономическое сотрудничество, мировая экономика.

*Makarovskaya A.V.,
student, 1 courses*

*Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia*

e-mail: makarovskaya1307@gmail.com

Scientific Adviser:

*Berlin S.I.,
Professor*

*Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia*

e-mail: siberlin@fa.ru

Trends in the development of transnational corporations in Russia

Abstract: The article examines the influence of foreign transnational corporations on the Russian economy and its development, as well as the role of domestic TNCs and their place in the world economy. In result of the work present measures to prevent negative trends.

Keywords: transnational corporation (TNC), foreign direct investment (FDI), international economic cooperation, world economy.

Сегодня транснациональные корпорации являются неотъемлемой частью устойчивого экономического развития. Пройдя определенную эволюцию, итогом которой явилось их нынешнее функционирование и воздействие на различные сферы жизни общества, они стали полноправными субъектами международных экономических отношений.

По мнению Ивасенко А.Г., «Транснациональные корпорации – это компании, контроль над которыми осуществляется, как правило, акционерами одной страны. Но свою деятельность они осуществляют и в других странах посредством создания филиалов и дочерних компаний, которые имеют свои службы сбыта, производства продукции и т.д.».

Роль ТНК в мировой экономике непрерывно растет и по последним оценкам в мире сегодня насчитывается порядка 85000 ТНК, которые имеют около 850000 зарубежных филиалов. Наибольшее количество ТНК, оказывающих огромное воздействие на мировую экономику, базируется в США, Китае, ЕС и Японии.

На протяжении всего советского периода доступ иностранных ТНК на российский рынок был в значительной степени ограничен или вовсе закрыт. Первым шагом для либерализации деятельности зарубежных ТНК в России стало открытие весной 1974 года первого и в ближайшие 24 года единственного в СССР цеха по производству пепси в Новороссийске. Корпорация PepsiCo стала первой западной фирмой, купившей рекламное время на Центральном советском телевидении 4 мая 1988 года.

Затем принятие в 1991 г. закона «Об иностранных инвестициях в РСФСР», а после Федерального закона от 9 июля 1999 г. № 160-ФЗ «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» предоставило иностранным инвесторам национальный правовой режим, равный тому, что действует для российских компаний.

В 1990-е гг. масштабы ПИИ в России были невелики, но в прошлом десятилетии ситуация радикально поменялась. К концу 2013 г. объём инвестиций вырос до рекордных 565,7 млрд долл., приблизившись к ПИИ таких стран, как: США, Китай и Бразилия.

Однако по итогам 2018 года иностранные инвестиции в российскую экономику упали в 14 раз по сравнению с 2017-м и в 30 раз по отношению к «докризисному» 2013-му. Объем прямых инвестиций по данным ЦБ, составил 1,9 млрд долл., став самым низким за последние 11 лет.

В таблице 1 представлен список ведущих российских фирм, принадлежащих более чем на 50% иностранным владельцам. Ключевая роль принадлежит иностранным ТНК в российской торговой и табачной промышленности.

Таблица 1 - Ведущие российские фирмы под контролем иностранных инвесторов.

Фирма	Выручка в 2017, млрд. руб.	Отрасль	Страна базирования
Groupe Auchan	356.1	Торговля	Франция
Japan Tobacco International	289.2	Табачная	Япония
Philip Morris International	276.2	Табачная	Швейцария
Toyota Motor	272	Машиностроение	Япония
Volkswagen Group	237.6	Машиностроение	Германия
Metro Group	231.6	Торговля	Германия
Leroy Merlin	226.7	Торговля	Франция
British American Tobacco	201	Табачная	Великобритания
PepsiCO	189.4	Пищевая промышленность	США
ИКЕА	173.2	Торговля	Швеция

Сложившиеся в России условия функционирования иностранных ТНК сопровождаются рядом таких проблем, как:

1. Низкая инвестиционная привлекательность экономики;

2. Высокие затраты, потеря колоссального количества времени и усилий на открытие зарубежных филиалов ТНК в РФ;

3. Неготовность российского менеджмента работать в стремительно меняющихся условиях и всецело использовать современную технику и технологии;

4. Отсутствие целостного организационно-правового механизма, регламентирующего создание и функционирование ТНК на российском рынке;

5. Высокий уровень реальной инфляции;

6. Частичная конвертируемость рубля.

Для решения вышеперечисленных проблем, следует предпринять следующие меры:

Во-первых, нужно улучшить инвестиционные характеристики российской экономики, а также обеспечить построение такой стратегии государства, которая позволит привлекать ПИИ транснациональных корпораций в большом объеме.

Во-вторых, активно развивать международный маркетинг и российский менеджмент, совершенствовать нормативно-правовое обеспечение деятельности ТНК и всего рынка в целом [5].

В-третьих, увеличивать долю России в мировом ВВП, постепенно снизить уровень реальной инфляции и обеспечить национальной валюте полную конвертируемость, что поспособствует развитию благоприятного инвестиционного климата.

В-четвертых, сконцентрировать внимание на изменении имиджа России за рубежом, обеспечив все права и свободы (с незначительными ограничениями) в сфере предпринимательства не только для граждан РФ, но и для нерезидентов [6].

Таким образом, если Россия не предпримет соответствующих мер, то при данном деловом климате и усилении рисков введения новых санкций, ждать значительного роста интереса иностранных инвесторов не придется.

Что же касается российских ТНК, то они находятся еще в стадии формирования и укрепления своих позиций. В Fortune Global 500 (2018) вошли только четыре крупные российские корпорации: Газпром, Лукойл, Роснефть и Сбербанк [7].

Анализируя таблицу 2, можно заметить, что основной отраслью российских ТНК является нефтегазовая. Экономика нашей страны находится в зависимости от уровня экспорта нефти и газа, что нередко приводит к падению курса рубля.

Таблица 2 – Российские ТНК, вошедшие в Fortune Global 500 (2018)

Место в Fortune Global 500 (2018)	Фирма	Оборот в 2018, млрд долл.	Отрасль
49	Газпром	111,9	Нефтегазовая
63	Лукойл	93,8	Нефтегазовая
115	Роснефть	72	Нефтегазовая
205	Сбербанк	49,6	Финансовая

Практически все крупнейшие ТНК по национальной принадлежности относятся к США, Китаю, ЕС и Японии, поэтому российским компаниям крайне трудно встроиться в уже существующие глобальные цепочки добавленной стоимости.

Однако российские ТНК, принадлежащие ТЭК, черной и цветной металлургии, химической и нефтехимической промышленности, вполне конкурентоспособны за счет природной ренты. Но они отстают в технологическом и производственном отношении и ориентированы в основном на вывоз необработанных сырьевых ресурсов.

Наибольший экспортный потенциал в этой сфере принадлежит предприятиям ОПК, приступившим в последние годы к реализации программы радикального переоснащения. Они достаточно успешно экспортируют такие товары, как: турбореактивные двигатели, автомобили и автокомплекующие, лазеры и спецоптику, телефоны, коммуникационную аппаратуру и многое другое.

Для успешного выхода российских ТНК на мировой рынок сбыта предлагается осуществить следующие меры:

1. для нефтяных корпораций правильным шагом будет осуществить переход от экспорта мазута к экспорту нефтепродуктов высокой степени переработки и добавленной стоимости, обеспечить развитие экспорта различной продукции нефтехимии;

2. для компаний черной и цветной металлургии выходом служит осуществление перехода к экспорту продукции высоких переделов;

3. осуществлять активное развитие торговли со странами Азии и Африки на основе инфраструктурных и инвестиционных проектов, строить различные объекты за рубежом (например, в сфере энергетики и добычи полезных ископаемых) и использовать грамотный инжиниринг;

4. особенное внимание уделить инвестированию в основной капитал, повысить активность в сфере инноваций и обеспечить эффективность НИОКР, обновить технологическую базу.

Другим приоритетным направлением транснационализации могла бы стать региональная интеграция. Российским ТНК выгодно сотрудничать с Китаем, Японией и странами АТР. Отчасти, Россия уже осуществляет такого рода политику, но в большинстве случаев наблюдается лишь примитивный вывоз сырья и биоресурсов из нашей страны, а не полноценное сотрудничество. Россию, к сожалению, рассматривают пока лишь как рынок сбыта. Между тем, данный регион мог бы стать трамплином для российских ТНК, причем не только нефтегазовой сферы.

Таким образом, несмотря на проведенное исследование, однозначно говорить, что будущее за ТНК, нельзя – слишком сильна конкуренция со стороны национального производителя. В связи с этим феномен ТНК нуждается в дальнейшем непрерывном исследовании.

Литература:

1. Мировая экономика: учебное пособие / А.Г. Ивасенко, Я.И. Никонова. — Москва: КноРус, 2018. — 640 с. — ISBN 978-5-406-06012-4.

2. Мировая экономика и международные экономические отношения. Полный курс (для бакалавров). Учебник: учебник / А.С. Булатов. — Москва: КноРус, 2019. — 916 с. — ISBN 978-5-406-06627-0.

3. 50 крупнейших иностранных компаний в России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.forbes.ru/rating/369567-zarubezhnyy-kapital-reyting-krupneyshih-inostrannyh-kompaniy-2018> (дата обращения: 17.05.2019)

4. Рейтинг самых крупных компаний в мире (Fortune Global 500 - 2018) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.someka.net/excel-template/fortune-global-500-list/> (дата обращения: 18.05.2019)

5. Маркетинг как концепция рыночного управления Аветян Н.С., Артюшкова А.Ю. В сборнике: Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России: императивы устойчивости Материалы региональной научно-практической конференции студентов и молодых учёных,. 2018. - С. 120-126.

6. Кравченко Н.П., Берлин С.И. Управление государственными и муниципальными финансами. Кубанский государственный университет. Краснодар, 2018.

7. Берлин С.И. Конкурентный потенциал Российской Федерации как драйвер ее социально-экономического развития // Вестник Академии знаний. 2018. № 2 (25) С. 47-54.

УДК 330

*Максимова Т.В., Никитина Е.А.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: Maksimova20001tana@mail.ru
liza.nikitina2000@mail.ru*

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

Влияние экономической грамотности населения на экономику страны

Аннотация: в данной статье рассмотрена влияние экономической грамотности граждан на общее благосостояние страны. Выявлен ряд негативных экономических тенденций, причиной которых стал низкий уровень экономической грамотности. Разработан ряд мер по борьбе сданной проблемой.

Ключевые слова: анализ финансовой грамотности, пользование банковскими услугами, статистика инвестиций.

*Maksimova T.V., Nikitina E.A.,
students, 1 courses
Financial University under the Government of Russian Federation*

Krasnodar, Russia
e-mail: Maksimova20001tana@mail.ru
liza.nikitina2000@mail.ru

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

The impact of economic literacy on the country's economy

Annotation: this article discusses the impact of economic literacy of citizens on the General welfare of the country. A number of negative economic trends caused by low level of economic literacy are revealed. A number of measures have been developed to combat this problem.

Keyword: analysis of financial literacy, use of banking services, investment statistics.

Актуальность данной проблемы на сегодняшний день крайне высока. Вне зависимости от рассматриваемой страны граждане являются важнейшим элементом экономики. Вся наша жизнь напрямую связана с экономикой, но не каждый задумывается о том насколько сильно мы можем повлиять на неё. Степень экономической грамотности в Российской Федерации остается на низком уровне. Только незначительная часть населения ориентируется в услугах и ресурсах, предлагаемых экономическими институтами.

В этой связи необходимо выделить низкое значение школьного образования в формировании экономической грамотности молодых людей. По окончании школьного курса, большинство подростков не обладают даже базовыми знаниями в области экономики, что в дальнейшем приводит к неутешительным показателям благосостояния общества, необдуманно взятые кредиты, денежные средства вложенные в экономические пирамиды, открывают вклады в малонадёжных банках. Перечислять такие ошибки можно бесконечно, но решение данной проблемы одно- повышение экономической грамотности!

На данный момент российский финансовый рынок развивается очень динамично, постоянно увеличивается многообразие финансовых услуг. Однако рядовые потребители часто не обладают знаниями и навыками, которые позволили бы им прибегать к этим услугам с выгодой для себя [6].

Для углублённого анализа данной проблемы мы обратились к результатам социологического исследования НАФИ и выявили неутешительную статистику (рисунок 1).

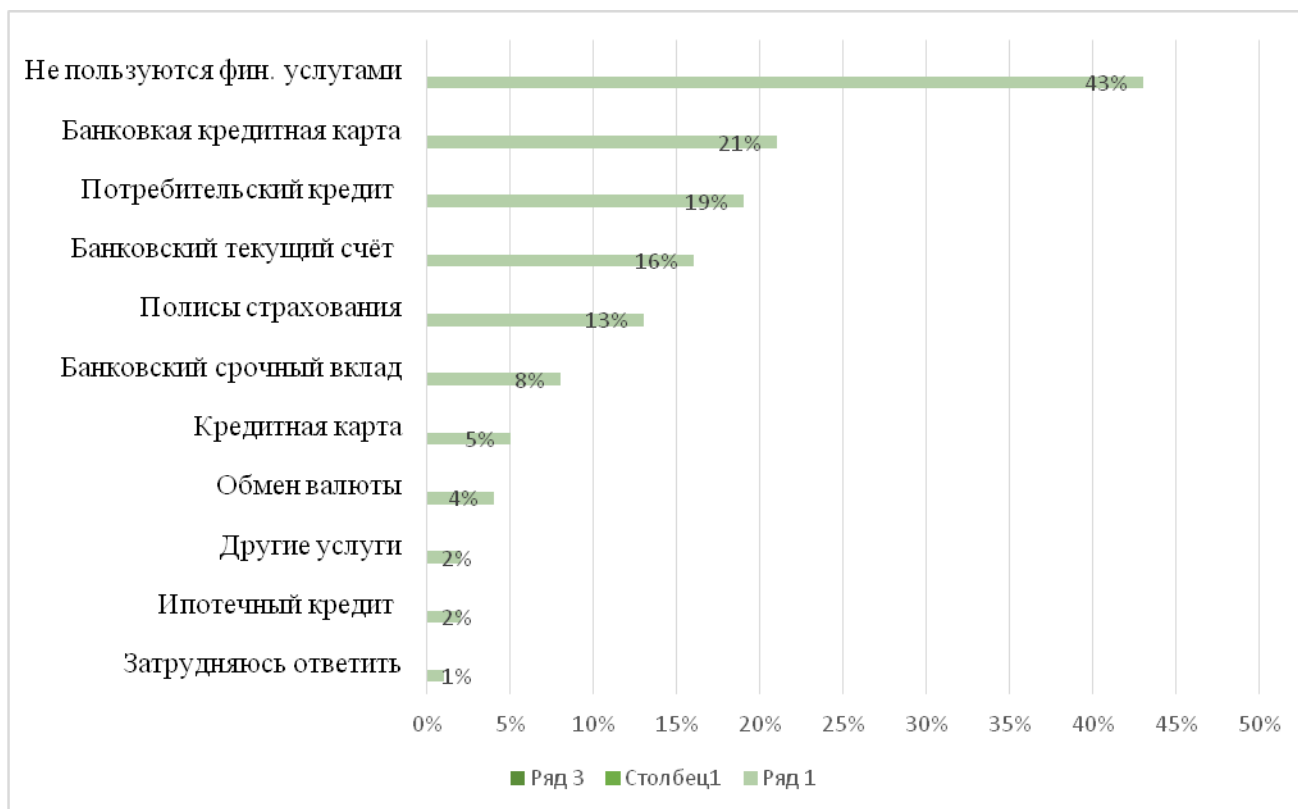


Рисунок 1- Востребованность финансовых услуг у населения РФ.

Вообразите себе, в 21 веке люди хранят свои сбережения под подушкой и абсолютно не пользуются финансовыми услугами. Другим удручающим показателем стал высокий спрос на кредитные карты. Популярность данной услуги свидетельствует о неумении граждан грамотно спланировать свой бюджет, постоянной потребности в дополнительных средствах на покрытие своих расходов.

Проблемой финансовой грамотности озабочены во всём мире, рейтинговое агентство Standard&Poor's провело независимое исследование на основе которого был составлен рейтинг уровня финансовой грамотности в разных странах мира. Россия заняла не утешительную двадцать четвёртую позицию, нашу страну определили такие страны как Зимбабве, Туркменестан, Казахстан (Рисунок 2).

Разве это, не повод задуматься? Не отодвигать эти проблему на второй план, а начать комплексно подходить к её решению.

Уже давно в школьных программах присутствует такой предмет как «искусство», в рамках которого школьники изучают различные картины и архитектуру. Так почему же так недооценивается важность такого направления как «экономическая грамотность»? Школьное образование должно быть направлено на подготовку детей к дальнейшей жизни. Мы не в коем случае не умалеем значение таких предметов как: музыка, ИЗО, искусство, ОБЖ и труд. Они бесспорно нужны, но какой из этих предметов поможет грамотно просчитать бюджет? Не попасть в кредитную кабалу? Удержаться на плаву в непростой экономической ситуации?

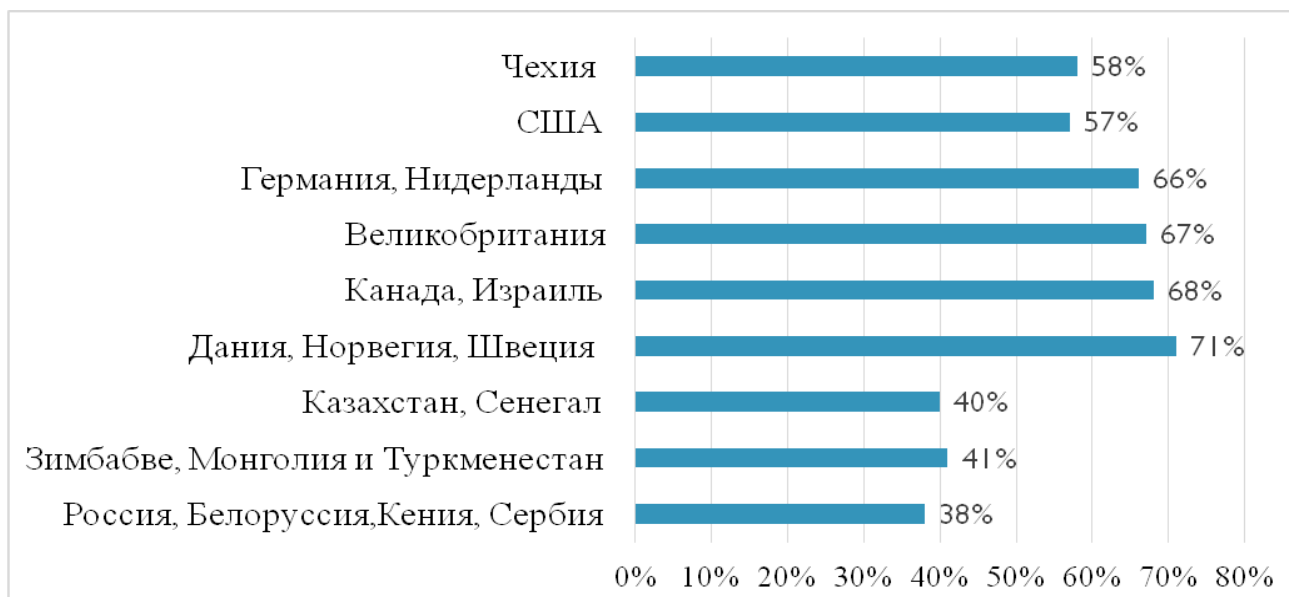


Рисунок 2- Результаты исследования Standard&Poor`s

Безусловно, ввод новой школьной дисциплины- это сложное мероприятие, и мы предлагаем ряд других мер по повышению финансовой грамотности у школьников:

1. Введение данного раздела в программу «обществознания».

2. Проведение различных выступлений и конференций. Зачастую школьникам сложно воспринять информацию, но что если данную информацию им будут преподносить практически их сверстники? Мы предлагаем, чтобы раз в месяц студенты посещали школы и в течении 30 минут, простым языком рассказывали о тех или иных подводных камнях экономики. Например, «Почему микрофинансовые организации- это плохо?», «Как должна выплачиваться заработная плата подросткам» и т.д.

Благодаря работе с подрастающим поколением мы сможем достичь выше перечисленных результатов в области экономики. Нельзя начинать строительство дома с крыши, нужно начать с фундамента!

Литература:

1. Динамика мировой торговли, 1992–2013 годы, млрд долл. США, % [Электронный ресурс] // <http://www.instituteofeurope.ru>

2. Малые предприятия в 2019 году — какие компании попадают в эту категорию [Электронный ресурс] // <http://ppt.ru>

3. финансово-экономические показатели РФ [Электронный ресурс] // <https://www.minfin.ru>

4. Перестройка и ее экономические результаты [Электронный ресурс] // <https://otherreferats.allbest.ru>

5. Оценка уровня финансовой грамотности населения [Электронный ресурс] // <https://www.minfin.ru>

6. Кравченко Н.П., Берлин С.И. Управление государственными и муниципальными финансами. Кубанский государственный университет. Краснодар, 2018.

*Минкина Д.А.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ
г. Краснодар, Россия
e-mail: darya.minkina@inbox.ru*

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

Финансовое обеспечение образования в РФ и его оценка

Аннотация: в статье рассматривается роль финансового обеспечения образования, а также его основные проблемы и пути их решения.

Ключевые слова: образование, государственные высшие учебные заведения, частные высшие учебные заведения, финансирование, студенты.

*Minkina D.A.
student, 1 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: darya.minkina@inbox.ru*

*Academic director: Berlin S.I.
Professor, Doctor of Science (Economics),
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: siberlin@fa.ru*

Financial support of education in the Russian Federation and its assessment

Abstract: the article presents the role of financial support for education, as well as its main problems and their solutions.

Keywords: education, State university, Private university, financing, students.

Образование играет важную роль в развитии общества и экономики страны. В настоящее время оно стало одним из самых обширных направлений человеческой деятельности. Социальная роль образования также значительно возросла: перспективы развития человечества во многом зависят от его нынешней направленности и эффективности [6]. Образование, особенно высшее, считается основным фактором социально-экономического прогресса. Причина такого внимания заключается в понимании того, что наиболее важной ценностью и фундаментальным капиталом современного общества является человек, способный находить и осваивать новые знания и принимать нестандартные решения.

Тема образования является актуальной в наше время, так как образование является одним из приоритетных направлений государственной деятельности.

Оно играет важную роль в социально-экономическом развитии страны, поэтому возникает необходимость государственного финансового обеспечения образовательных учреждений в РФ. Рассмотрим структуру системы образования:

В зависимости от реализуемой образовательной программы создаются учебные заведения следующих типов:

1. дошкольное образование;
 2. три уровня: начальное общее, основное общее, среднее (полное) общее образование;
 3. высшее и послевузовское профессиональное образование;
 4. дополнительное образование для взрослых;
 5. дополнительное образование детей;
- Далее рассмотрим источники финансирования образования:



Рисунок 1 – источники финансирования образовательных учреждений в РФ.

Таблица 1- контрольные цифры приема в государственные вузы на бюджетной и платной основе в 2018 г. (тыс. чел.)

	Зачислено на бюджетные места	Зачислено на платные места
Государственные вузы	269 355	168 759
Негосударственные вузы	1081	1129
Итого	291 196	199 680

Таблица 2 – Количество высших учебных заведений и численность студентов в Краснодарском крае.

	2010-2011	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018
Число образовательных организаций высшего образования – всего	34	28	27	26	21	20
государственных и муниципальных	12	11	10	10	10	10
негосударственных	22	17	17	16	11	10

Численность студентов (включая обучающихся в филиалах) – всего, тыс. человек	186,2	152,9	143,6	130,4	119,5	117,4
Государственных и муниципальных учебных заведениях, тыс. человек	147,6	124,7	117,9	108,8	103,1	100,8
Негосударственных, тыс. человек	38,7	28,2	25,7	21,6	16,4	16,7
Принято на обучение – всего, тыс. человек	36,3	32,6	31,0	33,2	31,7	30,3
В государственные и муниципальные организации, тыс. человек	29,5	26,4	25,6	28,3	27,6	26,1
негосударственные, тыс. человек	6,8	6,2	5,4	4,9	4,1	4,2

Согласно данным таблицы можно сделать следующие выводы:

- 1) Общее количество высших учебных заведений к 2018 году сократилось
- 2) Количество как государственных, так и негосударственных вузов к 2018 году сократилось и стало примерно одинаковым
- 3) Общая численность студентов к 2018 году сократилась
- 4) На обучение в 2018 году было принято гораздо меньше человек, чем в 2011 году
- 5) Структура государственного финансирования образования за 2017-2019 годы.



Рисунок 1 – Объем выделенных бюджетных средств на образование в 2016-2019 гг. (млрд. руб.)

На основе данных диаграммы можно сделать следующие выводы:

1) С 2016 по 2019 федеральные расходы на дошкольное образование с 5,9 до 2,9 млрд. руб.

2) С 2016 по 2019 федеральные расходы на общее образование сократились с 28,7 до 13,6 млрд, руб.

3) С 2016 по 2019 федеральные расходы на среднее профессиональное образование сократились с 8,3 до 6,8 млрд, руб.

4) С 2016 по 2019 федеральные расходы на высшее образование сократились с 482,1 до 457,7 млрд. руб.

5) С 2016 по 2019 федеральные расходы на переподготовку и повышение квалификации повысились с 1 до 5,5 млрд. руб.

На сегодняшний момент проблемы финансирования образования стали предметом активного обсуждения.

Проблема повышения экономической эффективности в условиях ограниченности бюджетных средств является наиболее актуальной и определяет наиболее важные направления деятельности во всех сферах образования. Средства, предусмотренные в федеральном бюджете, не покрывают достаточных потребностей системы образования в России. Недостаточное финансирование образования подрывает реализацию конституционного права граждан на образование, что приводит к сокращению предложения образования и увеличению неравенства возможностей в образовании [7].

Исходя из вышесказанного, можно предположить пути решения по проблемам бюджетного финансирования:

1) Переход на нормативное бюджетное финансирование. Целью такого финансирования является обеспечения прозрачности выделяемых средств образовательным учреждениям. Происходит финансирование образовательной услуги, а не учреждения. Расчет осуществляется исходя из умножения нормативной стоимости услуги на количество учащихся. Это приводит к экономии бюджетных средств.

2) Совершенствовать структуру государственных органов.

3) Расширить привлечение внебюджетных средств.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что на сегодняшний день роль образования как социального института растет и возникает необходимость финансового обеспечения образовательных учреждений в России. В ходе данной работы был проведен анализ структуры государственного финансирования образования за 2016-2019 годы, который показал, что больше всего выделяется денег на высшее образование, однако количество высших учебных заведений сокращается. Чтобы решить данную проблему было предложено следующее: во – первых, перейти на нормативное бюджетное финансирование, во -вторых увеличить общий объём бюджетного финансирования в соответствии с программными документами Правительства РФ.

Литература:

1. Выделение денежных средств на образование: [Электронный ресурс] // <https://kuban.rbc.ru> (дата обращения от 23.02. 2019)

2. Закон об образовании [Электронный ресурс] // <https://base.garant.ru> / (дата обращения от 15.02.2019)
3. Источники финансирования образовательных организаций [Электронный ресурс] // <https://studref.com> (дата обращения от 15.02.2019)
4. [Электронный ресурс] // <https://scienceforum.ru> (дата обращения от 15.02.2019)
5. Статистика вузов [Электронный ресурс] // <https://vawilon.ru> (дата обращения от 15.02.2019)
6. Повышение конкурентоспособности управленческих решений предприятия Яхимович А.А., Пахомова А.Ю. В книге: Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства материалы II международной научно-практической конференции. 2016. С. 502-503.
7. Кравченко Н.П., Берлин С.И. Управление государственными и муниципальными финансами. Кубанский государственный университет. Краснодар, 2018.

УДК 65.011

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

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

Рынок и корпорация: институциональный анализ смешанной экономики (на примере РФ)

Аннотация: В статье рассмотрены основные положения о институциональных основах рынка и корпорации. Автор обращает внимание на характеристику современной смешанной экономической системы России и предлагает пути ее совершенствования.

Ключевые слова: рынок, корпорация, институт, институциональный анализ, экономика.

*Sandikova. A.V
student, 1 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia*

*Scientific Adviser:
Berlin S.I.*

Market and Corporation: institutional analysis of the mixed economy (on the example of Russia)

Abstract: The article describes the main provisions of the institutional framework of the market and the Corporation. The author draws attention to the characteristics of the modern mixed economic system of Russia and suggests ways to improve it.

Key words: market, Corporation, Institute, institutional analysis, economy.

В настоящее время корпорации оказывают большое влияние на деятельность рынка, а значит и на экономику страны. Рассматривая понятие рынка, стоит отметить, что он является местом встречи продавцов и покупателей, осуществляемых с целью заключения сделки купли-продажи.

Давая характеристику институциональной основе рынка и корпорации, стоит отметить, что институт представляет из себя совокупность установок и образцов поведения, используемых людьми ежедневно. А институционализм – теорию, изучающую взаимодействие социальных факторов на экономическое поведение индивидов и фирм.

Главной проблемой институционализма в условиях рынка является упрощение осуществления трансакций, которая решается преимущественно способом отношенческих контрактов, где государство обеспечивает безопасность сделок. Анализ деятельности современных корпораций позволяет утверждать, что их деятельность приводит к уменьшению риска трансакций [3]. Вследствие чего именно корпорации пользуются большим доверием со стороны потребителей, чем частные лица или небольшие организации.

В условиях современного бизнеса принято разделение фирм по следующей классификации: малые, средние и крупные. Характеризуя первые два типа, можно сказать, что оба из них подчиняются законам рынка, говоря же о крупных корпорациях стоит заметить, что они подчиняются больше плановому механизму. За счет своих больших размеров корпорации оказывают значительное влияние на рынок, они создают спрос на собственную новую продукцию, диктуют моду, устанавливают средний уровень цен и готовят к ним клиентуру [4]. Обращаясь к продукции корпораций, потребители также рассчитывают на стабильность и меньший риск трансакций. Таким образом, имеем, что покупатель обращается к корпорации не из-за низкой цены, а из-за гарантии стабильности и безопасности трансакций.

Целью таких корпораций зачастую является не максимизация прибыли (отчасти по причине того, что прибыль итак имеет большие размеры), а рост бизнеса, поэтому стагнация для них равносильна банкротству. Рассматривая с точки зрения потребителя корпорации являются более выгодными, в отличии от организаций, подчиненных закону рынка. Доказывая данное суждение, в ка-

честве аргумента приведу такое свойство корпораций как стабильность, на основе которой потребителям легче ориентироваться, жить и строить планы на будущее. В отличие от этого рынок, имеющий ряд преимуществ, обладает таким свойством как непостоянство. Базируясь на этом критерии, корпорации будут считаться более выгодными и для государства поскольку они дают практически гарантированное обеспечение продукцией, а также обеспечивают государственный бюджет большими суммами в виде уплаченных налогов и, к тому же, владельцы-учредители корпораций зачастую инвестируют крупные средства в государственные проекты.

Теперь стоит перейти к недостаткам деятельности корпораций, а затем и к путям решения данных проблем.

Обобщая минусы корпораций, можно выделить несколько лидирующих позиций: коррупция, неорганизованность менеджмента, отсутствие конкурентной среды для малого и среднего бизнеса.

Переходя к решению вышеперечисленных проблем, хочу предложить следующие меры.

1. Для решения проблемы с коррупцией стоит ввести более ужесточенный контроль над этим вопросом. Для этого стоит организовать несколько групп специалистов, которые прежде всего начнут осуществлять контроль и меры наказаний над организациями властных структур и крупных корпораций за каждую недостачу бюджетных средств, налогов и теневой бизнес. Данную группу специалистов стоит выбрать из людей слоя «прогрессивной молодежи», которые, закончив специальное обучение, смогут беспрепятственно наказывать всех коррупционеров и, со временем, оздоровить и оживить экономику.

2. Решением проблемы менеджмента может стать организация определенного стандарта их работы в виде определенной меры прибыли организации в год. Поскольку одна из основных причин неорганизованности менеджмента заключается в отсутствии данного стандарта, что приводит к отклонению от их основной деятельности к деятельности обычной администрации. Также стоит ввести обязательные курсы по повышению и поддержанию квалификации, на которых менеджерами бы представлялись их проекты по продвижению организаций, где они работают.

3. Отсутствие конкурентной среды для малого и среднего бизнеса можно решить снижением для данных видов фирм государственного налога, а также ставки по кредитованию. Это позволит увеличить количество предприятий данного сектора и даст им возможность участвовать в конкуренции, а значит и будет стимулировать к развитию.

Подводя итог, хочу отметить, что корпорации занимают главенствующее место в экономике России, так как обеспечивают общество продукцией, а государственный бюджет налогами. Тем не менее принимая меры по борьбе с минусами экономической системы, государство стимулирует бизнес к развитию, что как следствие приведет с одной стороны к увеличению производства, продаж, а значит увеличению налогов, поступаемых в государственный бюджет, а с другой к улучшению качества продукции и жизни населения.

Литература:

1. «Роль российских корпораций в обеспечении экономического роста» Хаматханова Амаль Муратовна [Электронный ресурс] <https://creativeconomy.ru>
2. «Проблемы российских предприятий, подходы к их решению, причины проблем» А.Л. Шестаков [Электронный ресурс] <http://quality.eup.ru>
3. Кравченко Н.П., Берлин С.И. Управление государственными и муниципальными финансами. Кубанский государственный университет. Краснодар, 2018.
4. Берлин С.И. Конкурентный потенциал Российской Федерации как драйвер ее социально-экономического развития // Вестник Академии знаний. 2018. № 2 925) С. 47-54.

УДК 336.648

А. А. Слепченко, И. К. Костяева

студенты 3 курса,

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

Краснодар, Россия

e-mail: anastasia_slepchenko98@mail.ru

k.irina.9913@mail.ru

Научный руководитель:

В.В. Вихарев,

старший преподаватель

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

e-mail: v.v.viharev@mail.ru

Финансирование инвестиций в основной капитал в российской экономике: анализ тенденций и прогноз

Аннотация: В статье определены факторы обеспечения финансирования инвестиций. Исследованы динамика и структура источников финансирования инвестиций в основной капитал в региональном разрезе. На основе методов корреляционно-регрессионного анализа представлен пятилетний прогноз изменения структуры финансирования инвестиций в российской экономике.

Ключевые слова: инвестиции, финансирование инвестиций, факторы финансирования инвестиций.

Slepchenko A.A., Kostyaeva I.V.?

students, 3 courses

Financial University under the Government of Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: anastasia_slepchenko98@mail.ru

k.irina.9913@mail.ru

Scientific Adviser:

Viharev V.V.,

Senior Lecturer

Financial University under the Government of Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: v.v.viharev@mail.ru

Financing fixed investment in the Russian economy: analysis of trends and forecast

Annotation: The article identifies the factors ensuring the financing of investments. The dynamics and structure of sources of financing investments in fixed assets in the regional context are investigated. Based on the methods of correlation and regression analysis, a five-year forecast of changes in the structure of financing investments in the Russian economy is presented.

Keywords: investments, investment financing, investment financing factors.

С развития предприятий существует актуальность в стабильных источниках финансирования в основной капитал. Выбор источника финансирования одной из основных задач предприятий.

Для определения структуры инвестиций следует, что относится к внутренним и источникам финансирования. К внутренним источникам относятся собственные источники инвестиций предприятия: прибыль и амортизационные отчисления. В качестве внешних выступают привлеченные (источники финансирования, которые предприятие получает на возвратной основе) и бюджетные средства. Государственное финансирование инвестиций осуществляется с помощью использования государственных средств, а также средств государственных внебюджетных фондов. Основными субъектами инвестиционной деятельности выступают инвесторы и пользователи объектов инвестирования. Важнейшей составляющей инвестиций являются капиталобразующие инвестиции (в узком смысле слова реальные инвестиции).

Обзор современной экономической литературы выявил существующие различия в подходах к обеспечению финансирования инвестиций. Различные аспекты инвестиций и их финансирования рассмотрены в работах отечественных ученых, таких как, Игоница Л.Л. [1-4], Алешин Л.Н. [5], Булгакова Л.Г. [6], Васильева М.В. [7], Турыгин О.М. [8], Поклонова Е.В., Арутюнян К.М. [9] и др. Различными учеными отмечается значимость в обеспечении финансирования инвестиций таких факторов, как эффективность работы банковской системы [10], налогообложение [11-12], институциональная инфраструктура [13, 14], уровень развития законодательной базы [15, 16], стабильность функционирования финансовой системы страны [17, 18] и др.

Методика анализа состояния финансирования инвестиций в основной капитал включает в себя изучение их состава и структуры, с применением методов горизонтального, вертикального и трендового анализа [19]. Чтобы определить текущее состояние финансирования инвестиций в основной капитал в РФ, необходимо проанализировать динамику за 2000-2018 гг. За последние 10 лет наблюдается постепенный рост инвестиций в основной капитал, за исключением 2009 и 2015 гг. (Рисунок 1). Это обусловлено тем, что кризис в 2008 - 2009 годах являлся частью мирового кризиса, который затронул частный и банковский секторы российской экономики.

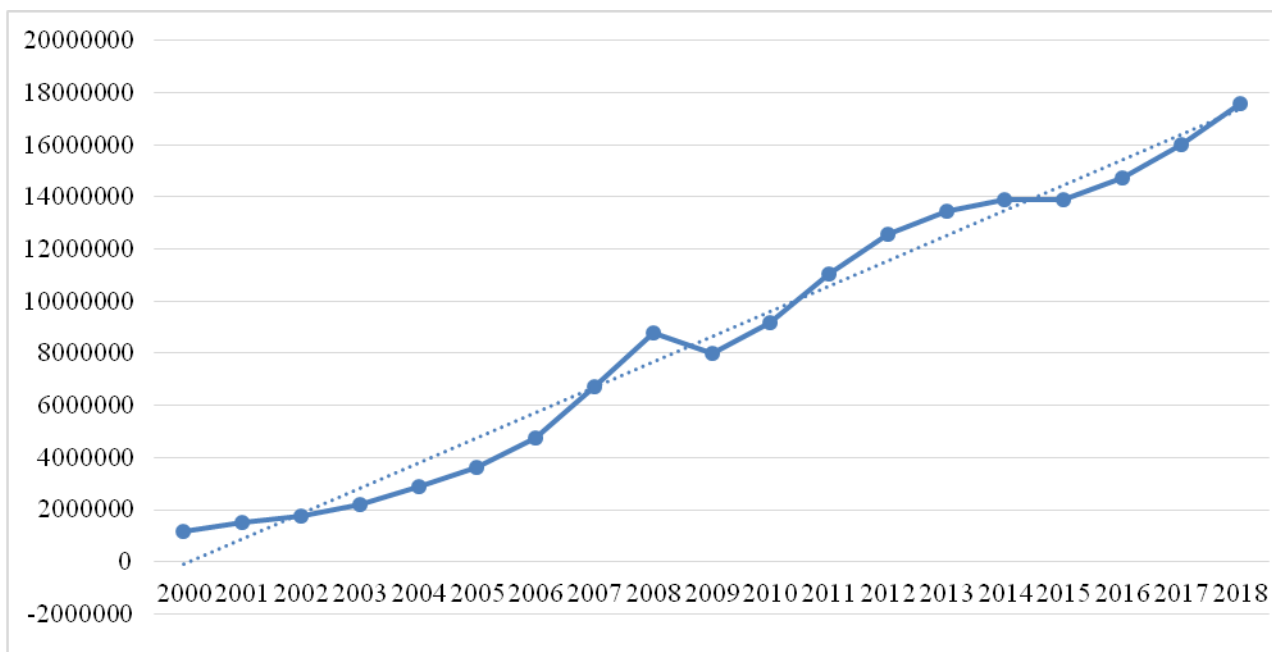


Рисунок 1 - Инвестиции в основной капитал в Российской Федерации, млн руб. [20]

В кризисных условиях возможности получения инвестиционных кредитов были ограничены. Произошло снижение темпов роста инвестиций в основной капитал: если в 2008 году рост составлял 30,7% (к пред. году), то уже в 2009 году он достиг отметки 90,8%. В абсолютном выражении это составило - 805603,6 млн. рублей по сравнению со значением 2008 года (табл.1.). Впоследствии это на инвестиционном климате страны. В 2015 году падение цен на нефть и курса национальной валюты спровоцировало снижение инвестирования на 5457,5 млн. рублей. Произошёл спад производства, рост безработицы и в дальнейшем предприятия сектора малого бизнеса становились банкротами.

Таблица 1 - Инвестиции в основной капитал в Российской Федерации, млн. руб.

Годы	Млн. рублей	Абсолютное отклонение (к пред. году), млн. руб.	Темп роста (к пред. году), %
2000 г.	1165234,2	494795,4	173,8
2007 г.	6716222,4	1986199,5	142,0
2008 г.	8781616,4	2065394	130,8
2009 г.	7976012,8	-805603,6	90,8
2010 г.	9152096,0	1176083,2	114,7
2011 г.	11035652,0	1883556	120,6
2012 г.	12586090,4	1550438,4	114,0
2013 г.	13450238,2	864147,8	106,9
2014 г.	13902645,3	452407,1	103,4
2015 г.	13897187,7	-5457,6	100,0
2016 г.	14748846,9	851659,2	106,1
2017 г.	16027302,0	1278455,1	108,7
2018 г.	17595028,0	1567726	109,8

В целом, несмотря на последствия кризиса 2008, 2009 и 2015 годов, можно говорить о том, что, начиная с 2016 года положительная динамика инвестиций сопровождается увеличением темпов роста инвестирования.

Анализируя роль собственных средств как источника финансирования инвестиционного процесса, следует учитывать, что основным лимитирующим фактором их реализации в этом качестве выступает зависимость величины и динамики собственных средств от финансового состояния предприятий. В российской экономике 2015 года характерна общая тенденция роста прибыльных предприятий с устойчивым финансовым положением. Это отражается на увеличении предприятиями использования прибыли и амортизационных отчислений для самофинансирования. До 2014 г. преобладающую долю (в структуре источников финансирования) занимало заёмное финансирование (свыше 54%), но уже с 2015 по 2017 гг. увеличивается доля собственных средств финансирования: в 2015 г. она составляла 50,2 % против 45,7 % в 2014 г. (табл. 2).

Таблица 2 - Инвестиции в основной капитал в Российской Федерации по источникам финансирования за 2014-2017 гг. [20]

Источник финансирования	2014		2015		2016		2017	
	Млрд. рублей	%	Млрд. рублей	%	Млрд. рублей	%	Млрд. рублей	%
Инвестиции в основной капитал (всего)	10379,6	100	10496,3	100	11282,5	100	12262,2	100
В том числе:								
Собственные средства	4742,3	45,7	5271,1	50,2	5750,7	51,0	6290,7	51,3
Привлечённые средства (всего)	5637,3	54,3	5225,2	49,8	5531,8	49,0	5971,5	48,7
Бюджетные средства	1761,3	17,0	1922,7	18,3	1856,7	16,4	2003,4	16,3
прочие	1636,8	15,7	1269,6	12,1	1371,0	12,2	1414,8	11,5

По данным Федеральной службы государственной статистики, в 2014 году доля кредитов банков к итогу составила 10,6% из которых только 2,6 % доля. В 2017 году этот показатель вырос до отметки 11,2 % и соответственно 5,4%. Такое положение характеризует незначительный рост доли кредитов банков в структуре финансирования инвестиций. Данная связана с ростом инвестиционных ресурсов предприятий, но наблюдается их недостаточность для обеспечения эффективного функционирования предприятия на основании неустойчивого инвестиционного развития. Это отражается в собственных инвестиционных ресурсах для осуществления долгосрочных вложений.

Иностранскими инвестициями в основной капитал в российской экономике считаются прямые инвестиции, которые представляют вложение капитала в

основные фонды филиала иностранного юридического лица, создаваемого на территории РФ [3]. За исследуемый период (2014-2017 гг.) значение данного вида инвестиционного финансирования в структуре источников инвестирования не превышает 1,1 % к итогу.

На субсидирование и инвестирование предприятий у государства не всегда достаточно средств, но наблюдается незначительное увеличение государственного финансирования (с 1761,3 в 2014 г. по 2003, 4 млрд. рублей в 2017 г.), но, несмотря на это, доля бюджетных средств сокращается: в 2014 году она составила 17,0% против 16,3 % в 2017 г. В развитии экономики отдельных субъектов РФ произошли структурные сдвиги инвестиций в основной капитал по источникам финансирования (табл.3).

Таблица 3 - Инвестиции в основной капитал по источникам финансирования в региональном разрезе за 2014-2017 гг. [20]

Федеральные округа	Источники финансирования за 2014-2016 гг.								
	Собственные средства			Привлеченные средства			из них Бюджетные средства		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Центральный	44,6	47,8	49,2	55,4	52,2	50,8	25,2	23,3	23,5
Северо-Западный	43,6	48,2	51,8	56,4	51,8	48,2	21,2	23,0	18,5
Южный	32,5	34,8	38,4	67,5	65,2	61,6	11,3	15,8	27,5
Северо-Кавказский	30,8	38,0	35,7	69,2	62,0	64,3	37,2	41,0	38,8
Приволжский	52,9	57,7	57,7	47,1	42,3	42,3	12,9	12,5	13,4
Уральский	52,1	58,0	54,1	47,9	42,0	45,9	8,1	13,6	4,7
Сибирский	46,5	52,3	54,8	53,5	47,7	45,2	13,4	16,0	12,9
Дальневосточный	40,6	43,6	44,2	59,4	56,4	55,8	25,1	21,0	18,3

В числе привлеченных средств наибольший удельный вес принадлежит бюджетным средствам всех уровней, при том, что доля этого источника финансирования сократилась за 3 года. Стоит отметить, что в большинстве субъектов (кроме Северо-Кавказского) наблюдается положительная тенденция роста доли финансирования за счёт собственных средств предприятий. Как негативную тенденцию следует отметить отсутствие должного государственного финансирования инвестиций в Уральском Федеральном округе. Так, если в 2014 году за счёт бюджетных средств было профинансировано 8,1% от общего объёма инвестиций, то в 2016 году их доля снизилась до 4,7%.

Далее на основе методов корреляционно-регрессионного анализа составим пятилетний прогноз изменения структуры финансирования инвестиций в российской экономике. На рисунке 2 представлен прогноз структуры инвестиций в основной капитал по источникам финансирования.

Прогноз изменения структуры инвестиций в основной капитал в России до 2022 г. реализованный с учетом достоверности аппроксимации на основе регрессионных моделей представленных на рисунке 2 показывает, что через пять

лет доля инвестиций за счет собственных источников финансирования возрастет до 58 %, а за счет заемных сократится до 42 %.

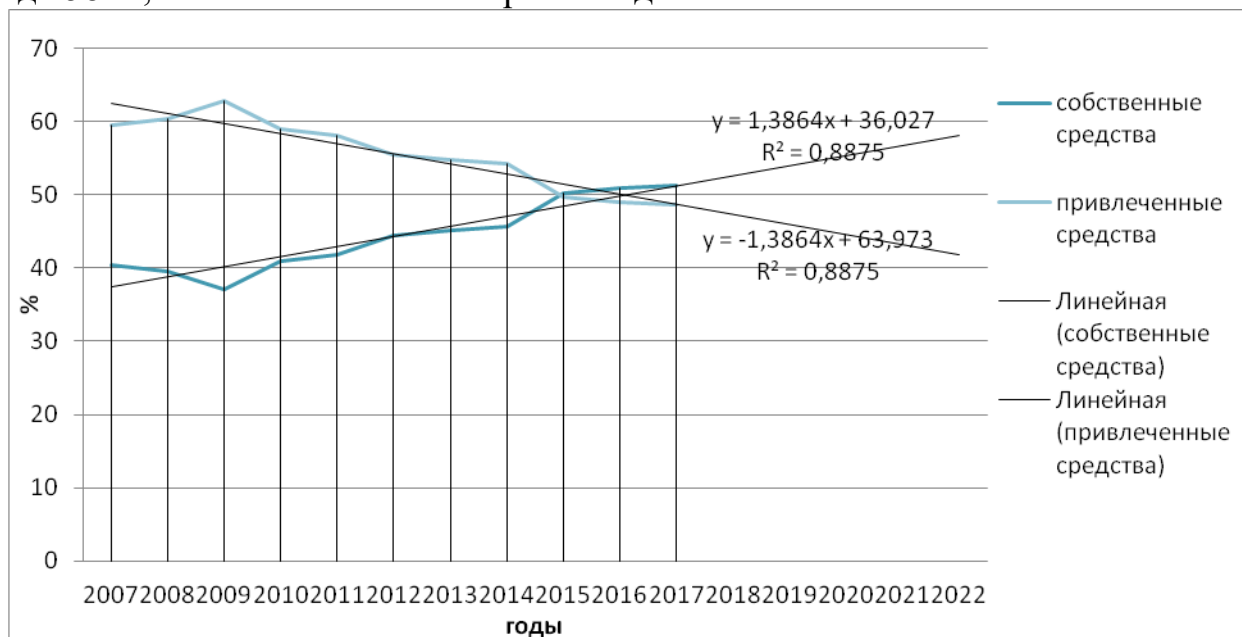


Рисунок 2 – Прогноз изменения структуры инвестиций в основной капитал по источникам финансирования в России до 2022 г. (составлен авторами).

На основе проведенного исследования можно сделать вывод, что инвестиции имеют огромное значение, как на макро-, так и на микроуровне. Без стабильных финансовых вложений невозможен рост национальной экономики. На основе анализа динамики и структуры финансирования инвестиций в основной капитал в целом по стране и на уровне отдельных субъектов государства можно предположить о тенденции роста использования собственных средств финансирования в стране, а также увеличении доли частной собственности инвестирования в основной капитал отдельными субъектами РФ, что характерно в условиях рыночных отношений. Государство применяет федеральные целевые программы для создания благоприятного инвестиционного климата в российской экономике и увеличения привлекательности для иностранных инвесторов. При этом, прогноз изменения структуры инвестиций в основной капитал в России до 2022 г. реализованный с учетом достоверности аппроксимации на основе регрессионных моделей показывает, что через пять лет доля инвестиций за счет собственных источников финансирования возрастет до 58 %, а за счет заемных сократится до 42 %.

Литература:

1. Игонина Л.Л. Финансовый потенциал инвестиционного процесса в российской экономике // Дайджест-финансы. 2016. № 2 (238). С. 2-14.
2. Игонина Л.Л. Банки и инвестиционный процесс // Финансы и кредит. 2008. № 27 (315). С. 2-9.
3. Игонина Л.Л. Инвестиции: учебник. М.: МАГИСТР, 2007. – 749 с.
4. Игонина Л.Л. Проблемы финансирования инвестиционной деятельности // Финансы. 1998. № 9. С. 11-15.5.

5. Алешин Л.Н. Анализ динамики инвестиций в основной капитал российских предприятий // Вопросы новой экономики. - 2015. - №1. - С.24-30.
6. Булгакова Л.Г. Роль банков в финансировании инвестиционных проектов // Банковское дело. - 2013. - №1. - С.45-51.
7. Васильева М.В. Развитие системы финансирования инвестиционных проектов в рамках государственно-частного партнерства в России. // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. - №9. – С.16-26
8. Турыгин О.М. Инвестиции как источник экономического роста: сравнительный анализ России и других стран. // Современные проблемы науки и образования. - 2014. - №6. - С.562-569.
9. Поклонова Е.В., Арутюнян К.М. Инвестиции в основной капитал РФ: оценка динамических тенденций развития // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. - 2016. - №28. - С.106-111.
10. Бессонова О.В., Вихарев В.В. Развитие банковского сектора в регионах Российской Федерации. В сборнике научных трудов 8-й Международной научно-практической конференции: «Современные подходы к трансформации концепций государственного регулирования и управления в социально-экономических системах». Курск, 2019. С. 55-61.
11. Мамонова И.В. Инвестиционная составляющая налоговой политики Российской Федерации // Налоги и финансовое право. - 2008. - № 10. - С. 269-275.
12. Мамонова И.В. Анализ инвестиционного инструментария налоговой политики РФ. Материалы международной научно-практической конференции, посвященной 95-летию Финансового университета «Проблемы достижения экономической эффективности и социальной сбалансированности: императивы, правовые и хозяйственные механизмы». 2014. - С. 128-133.
13. Вихарев В.В. Использование методики WGI Всемирного Банка в оценке изменений институциональной среды России: возможности и ограничения // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2016. № 46 (328). С. 32-44.
14. Вихарев В.В. Прогнозные оценки развития институциональной среды трансформирующейся социально-экономической системы России на основе индексов The Prs Group в рамках модели ICRG. В сборнике Международной научно-практической конференции: «Экономико-правовые аспекты реализации стратегии модернизации России: реальные императивы динамичного социально-экономического развития». / Под редакцией: Г.Б. Клейнера, Э.В. Соболева, В.В. Сорокожердьева, З.М. Хашевой. 2014. С. 76-81.
15. Остапец И., Чернышов Г. Обзор изменений законодательства об иностранных инвестициях и инвестициях в стратегические отрасли // Нефть, газ и право. 2011. № 6. С. 40-41.
16. Экономико-правовые проблемы осуществления модернизации России: коллективная монография / Под редакцией Р.М. Качалова, В.Н. Овчинникова, В.В. Сорокожердьева. – Краснодар: ООО «Граф Колесник», 2013. – 367 с.
17. Иголина Л.Л. Финансовая система и финансовая политика в контексте задач обеспечения социально-экономического развития // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2013. Т. 9. № 43 (232). С. 2-8.

18. Игони́на Л.Л. Финансовая система и экономическое развитие. - М.: Русайнс, 2016. -140 с.

19. Игони́на Л.Л., Рошечтаева У.Ю., Вихарев В.В. Финансовый анализ: учебник. - М.: Русайнс, 2016. – 230 с.

20. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <http://www.gks.ru/> Дата обращения: 02.06.2019 г.

УДК 657.12

Чугуряну К.А.

студент 1 курса

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: marochka2000@mail.ru

Научный руководитель:

Берлин С.И.

профессор, д.э.н.

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: siberlin@fa.ru

Чёрная бухгалтерия в России колебания величины за последние пять лет: причины, способы борьбы и последствия для экономики

Аннотация: Данная работа раскрывает тему «черной» бухгалтерии как постоянной темой для обсуждения и тревоги государства и рядовых граждан. Также рассмотрены первопричины формирования высокого уровня махинаций в сфере двойной бухгалтерии. И предложены пути решения данной проблемы.

Ключевые слова: черная бухгалтерия, коррупция, нормативное регулирование, государство.

Chuguryanu K.A.,

student, 1 courses

Financial University under the Government of Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: marochka2000@mail.ru

Berlin S.I.,

Professor, Doctor Economics,

Financial University under the Government of Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: siberlin@fa.ru

Black accounting in Russia fluctuations over the past five years: causes, methods of struggle and consequences for the economy

Annotation: This work reveals the theme of "black" accounting as a constant topic for discussion and concern of the state and ordinary citizens. Also considered the root causes of the formation of a high level of fraud in the field of double-entry bookkeeping. And proposed solutions to this problem.

Keywords: black accounting, corruption, regulation, state.

«Черная бухгалтерия» - все мы хоть раз слышали данное словосочетание, но что же это? Единого мнения нет по сей день. Общепринято считать, что это проведение махинаций в бухгалтерском учете с целью скрыть движение активов и пассивов.

Ежегодно уровень черной бухгалтерии падает на 5-10%, однако полностью уйти от нее мы не можем.

Причины таких высоких показателей очень просты:

1. Выгода: конечно, именно выгода является ключевым мотивом для ведения «черной бухгалтерии» и предоставлению себя риску понести уголовную и(или) административную ответственность.

2. Некомпетентность бухгалтера: как бы не казалось странным, но и такой фактор нельзя отрицать. Бывает, что бухгалтер недостаточно квалифицирован, что по итогу приводит к неточному ведению (или специальному скрытию) движения активов и пассивов.

3. Побег от налогообложения: помимо выгоды основной причиной начала ведения двойной бухгалтерии является желание укрыться от налогообложения, что уже является причиной государственных действий регулирования сферы предпринимательства. Конечно, оправдать данное действие нельзя, но понимание остаётся [5].

Несмотря на вполне ясные причины возникновения двойной бухгалтерии, всё ещё остается непонятным как предприниматели соглашаются (осознанно идут) на риски. И как бухгалтер подчиняется воле руководства.

Главной составляющей ведения двойной бухгалтерии является опытный и доверенный сотрудник, который имеет практически панибратские отношения с руководством и видит в этом личную выгоду. Нельзя не согласиться с тем, что вести рабочие дела с непроверенным и неквалифицированным человеком - крайне затруднительно. Поэтому возникновение очень тесных связей между сотрудником бухгалтерского отдела и руководством зачастую может означать попытку организации личных мошеннических связей.

Однако, как тогда изменились показатели «черной» бухгалтерии в России, если ситуация с налогообложением не менялась, а желание выгоды у человека не пропадало? Ответ очень прост: инновации.

Дело в том, что в 90-ых не было электронных денег и банковских карт, что давало поле для творчества (махинациям) всем заинтересованным в этом лицам. Проследить движение активов и пассивов было практически невозможным, так как для этого требовались трудоемкие часы работы и большое количество человеческих ресурсов. С веком автоматизации и информатизации все больше организаций переходят на безналичный расчет, что дает возможность государству и налоговой службе контролировать денежный поток предприятий.

Однако, не весь рынок перешел на цифровые носители и держатели информации, что приводит к остатку существования двойной бухгалтерии. Зачастую это происходит по следующей схеме: предприниматель и работник заранее договариваются о количестве зарплаты, получаемой официально на карту и

неофициально «в конверте». В этом виде «черная» бухгалтерия существует и по сей день, хотя, конечно, ее распространенность примерно в 4 раза меньше, чем в те же 90-е года (рис. 1).

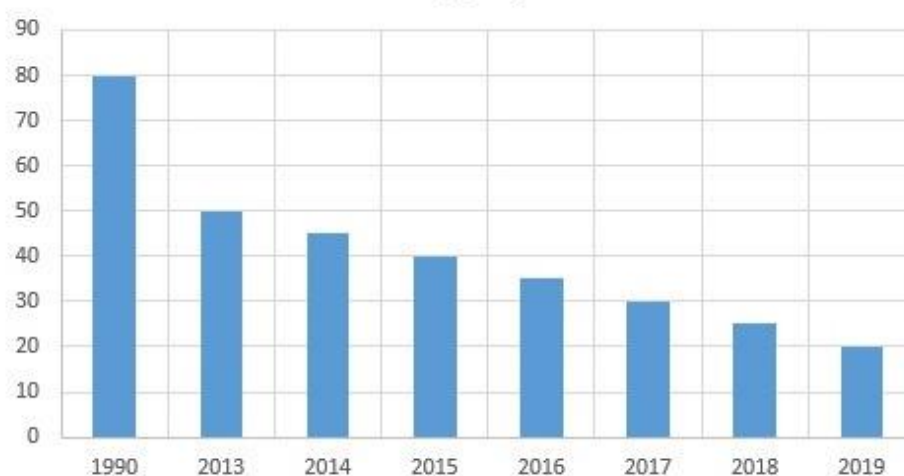


Рисунок 1 - Уровень черной бухгалтерии по годам.

Для преодоления зависимости от «черной» бухгалтерии в первую очередь должно поменяться отношение рядового гражданина к власти и федеральной налоговой службе. Их отношения должны быть построены на взаимоуважении и доверии. Примеры таких отношений часто наблюдаются в странах Европы, где налоговых служб не боятся, а имеют с ними редкие конфликты, так же как и судебные разбирательства по делам налогоплательщиков там редкость. Если брать в пример эталон демократии и рыночной экономики - США, то не платить налоги у них считается постыдным. Поскольку граждане верят, что деньги, которые они отчисляют каждый месяц, идут на благо государства и ради будущего их детей. Конечно, «черная» бухгалтерия существует и там, но в гораздо меньших объемах.

Многие страны и вовсе отказались от ведения бухгалтерского учета с целью оплаты и учета налоговых издержек. Данная система подразумевает, что обязанности налогового учета возлагаются на отдельных лиц (а порой и на сами органы ФНС), а бухгалтерский учет используется для оптимизации деятельности фирмы.

Ни для кого не секрет, что РФ - одна из самых коррумпированных государств мира. По данным исследовательского агентства Transparency International [2] Россия в 2018 году заняла 138 место по индексу восприятия коррупции, ее показатель равен 28 из 100 возможных (чем ниже цифра, тем больше коррупция), в то время как 1 место с показателем в 88 баллов заняла Дания, а последнее 180-е место с индексом 10 государство Сомали (рис.2). Все дело в том, что наше правительство само испортило уровень доверия граждан к себе. Причиной этого стали публикации крупных коррупционных расследований и зачастую ничем неприкрытый распил бюджетных средств. В следствие чего люди стали относиться весьма сомнительно к налогам и воспринимать их как желание государства отобрать последнее.

Нельзя поспорить, что в этом есть рациональное зерно. Однако, налоги действительно необходимы. За счет них обеспечиваются здравоохранение, социальные пенсии и пособия, образования и научные исследования, порядок и обороноспособность страны. И тут уже вопрос в том, что надо ужесточить контроль направленности средств налогоплательщиков и лишить представителей власти мандата, который зачастую позволяет им делать как они того захотят.

1	Дания	88
2	Новая Зеландия	87
3	Финляндия	85
3	Сингапур	85
3	Швеция	85
3	Швейцария	85
7	Чехия	80
138	Ливан	28
138	Мексика	28
138	Папуа - Новая Гвинея	28
138	Россия	28
144	Коморские о-ва	27
144	Гватемала	27
...		...
172	Судан	16
176	Северная Корея	14
176	Йемен	14
178	Южный Судан	13
178	Сирия	13
180	Сомали	10

Рисунок 2 – Индекс восприятия коррупции и соответственный рейтинг государств.

Конечно, как и с любым не подзаконным действием, государство борется с «черной бухгалтерией». Для этого разработаны определенные правовые акты, предусматривающие различные санкции в отношении правонарушителей. Подобные правоотношения регламентируются в ст. 15.11 КоАП и ст.199 УК РФ.

Решение данной проблемы я вижу в законотворческой деятельности и благотворительных путях. Где в первом случае государство регламентирует деятельность и не допускает вторичного поступка, а во втором человек возвращает то, что ранее украл у общества.

В заключение хочется сказать, что проблема «двойной» бухгалтерии актуальна как сегодня, так и, скорее всего, будет актуальна через 5-10 лет. Я думаю, что она никуда не исчезнет, поскольку жажда человеческой наживы никуда не денется. Для полного искоренения махинаций необходима полная смена менталитета, а также пересмотр отношений между властью, налоговой службой, предпринимателями и рядовыми гражданами. Только при достижении гармонии этих субъектов экономических взаимоотношений возможна реорганизация мысли людей.

Литература:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ "О бухгалтерском учете"
2. Обзор индекса коррумпированности стран [Электронный ресурс] // <https://www.transparency.org>

3. Алексеева, Г.И. Бухгалтерский учет: Учебник / С.Р. Богомолец, Г.И. Алексеева, Т.П. Алавердова; Под ред. С.Р. Богомолец. - М.: МФПУ Синергия, 2016. - 720 с.

4. Астахов, В.П. Бухгалтерский учет от А до Я: Учебное пособие / В.П. Астахов. - Рн/Д: Феникс, 2018. - 479 с.

5. Кравченко Н.П., Берлин С.И. Управление государственными и муниципальными финансами. Кубанский государственный университет. Краснодар, 2018.

6. Богаченко, В.М. Бухгалтерский учет: Практикум: Учебное пособие / В.М. Богаченко, Н.А. Кириллова. - Рн/Д: Феникс, 2017. - 398 с.

7. Богаченко, В.М. Бухгалтерский учет: Учебник / В.М. Богаченко, Н.А. Кириллова. - Рн/Д: Феникс, 2016. - 510 с.

УДК 336.144

*Щебет Е.Ю.,
студент 2 курса
Кубанский государственный технологический университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: katua22816@gmail.com*

*Научный руководитель:
Черненко Э.М.,
доцент, к.э.н.
Кубанский государственный технологический университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: 79184814276@yandex.ru*

Методы разработки управленческих решений по повышению эффективности использования бюджета муниципальных образований

Аннотация: Эффективное использование бюджета в условиях ограниченности доходной части, является весьма сложным и ответственным делом. Положительный результат принятых управленческих решений в бюджетном процессе, напрямую зависит от методов разработки управленческих решений избранных лицами принимающими решения.

Ключевые слова: управленческое решение, муниципальный служащий, эффективность, бюджет.

*Shchebet E.Y.U.,
2nd year student
Kuban State Technological University
Krasnodar, Russia
e-mail: katua22816@gmail.com*

*Supervisor:
Chernenko E.M.,
Associate Professor, Ph.D.
Kuban State Technological University
Krasnodar, Russia
e-mail: 79184814276@yandex.ru*

Methods for developing management decisions to improve the efficiency of the use of the budget of municipalities

Annotation: Effective use of the budget in conditions of limited revenues is a very complex and responsible business. The positive result of management decisions in the budget process depends on the methods of development of management decisions elected by decision-makers.

Key words: managerial decision, municipal employee, efficiency, budget.

Управленческое решение это процесс поиска решений или оптимального варианта действий для достижения поставленной цели. Процесс принятия управленческого решения представляет собой некую последовательную взаимосвязь стадий и этапов различных действий, раскрывающих поиск оптимального варианта, мыслей и анализа ошибок для достижения поставленных целей.

Управленческое решение рассматривается как программы действий, которая включает в себя мероприятия, методы их осуществления, круг исполнительных лиц, сроки и границы действия данного решения, необходимые средства и критерии их оценки.

При принятии любого решения важно учитывать риски различных обстоятельств и результатов. Государственный и муниципальный служащий несет ответственность не только в ходе разработки решений и их принятии, но и при реализации и контроле их исполнения.

В процессе принятия управленческих решений используются следующие методы:

- экспертный метод;
- экспертиза;
- метод Дельфи;
- линейное программирование;
- метод теории вероятности;
- метод теории игр;
- метод аналогии.

На наш взгляд для повышения эффективности управленческих решений влияющих на бюджетный процесс данные методы нужно использовать в комплексе.

Бюджет муниципального образования это финансовый план на календарный год, в котором предусматриваются расходы и доходы муниципального образования. Основной проблемой принятия правильного и результативного управленческого решения в бюджетном процессе на муниципальном уровне является ограниченность доходной части и большое количество проблем требующих решения за счет этих средств. Поэтому эффективность управленческих решений требует комплексного выбора методов их разработки.

На наш взгляд для выбора верных методов целесообразно разбить бюджетный процесс на этапы:

1. Этап - Разработка плана реализации решений:

- изучение отчета об исполнении бюджета за предыдущий период;

- анализ наиболее острых требующих первоочередного решения проблем и оценка расходов на их устранение;

- анализ федеральных и региональных программ позволяющих получить дополнительные финансовые ресурсы и др.

2. Этап - Управление реализацией решения:

- составление проекта бюджета;

- первое чтение предполагает определение доходов по группам;

- второе чтение предполагает определение расходов по подразделам функциональной классификации в пределах общего объема утвержденного в первом чтении;

- третье чтение предполагает определение расходов по подразделам функциональной классификации;

- четвертое чтение это принятие бюджета в целом, внесение поправок не допускается.

3. Контроль выполнения решения:

- текущий контроль исполнения бюджета и целевого использования средств.

4. Оценка результатов реализации решения:

- итоговый отчет об исполнении бюджета;

- анализ целевого использования средств;

- принятие решений об использовании неосвоенных средств;

- в случае нецелевого использования принятие управленческих решений о наказании лиц ответственных за использование бюджетных средств.

Для решения задачи по увеличению финансовых возможностей, в том числе за счет эффективного и экономного использования бюджетных средств в Краснодарском крае Министерством финансов Правительства края:

- проводится мониторинг качества финансового менеджмента, осуществляемого главными администраторами средств краевого бюджета;

- проводится работа по укреплению местных бюджетов, а так же по стимулированию и повышению качества осуществления бюджетного процесса;

- реализуются мероприятия по повышению эффективности расходов краевого бюджета;

- реализация мероприятий по повышению качества управления региональными финансами;

- разработан план мероприятий, направленных на увеличение наполняемости доходной части бюджета Краснодарского края;

- эффективности бюджетных расходов в муниципальных образованиях Краснодарского края.

Эффективность расходов бюджета характеризует как качество, так и эффективность деятельности органов государственной и муниципальной власти. Это является главным условием обеспечения социального благополучия и экономического развития территории и муниципального образования в целом. В качестве одного из инструментов повышения эффективности расходования бюджетных средств является повышение эффективности деятельности органов власти.

На наш взгляд повышению эффективности принимаемых управленческих решений в бюджетном процессе требует децентрализации как уровня, на котором принимаются эти решения, так и доходов бюджета, что позволит муниципальным образованиям повысить результативность управления, даст большую свободу действий в решении задач на муниципальном уровне.

Литература:

1. Администрация муниципального образования город Краснодар Постановление от 6 ноября 2014 года № 8032 «Об утверждении программы повышения эффективности управления муниципальными финансами муниципального образования город Краснодар».

2. Федеральный закон « О федеральном бюджете на 2018 год и на плановый период 2019 и 2020 годов» от 05.12.2017 №362-ФЗ.

3. Принятие управленческих решений / Юкаева В.С., Зубарева Е.В., Чувикова В.В. - М.: Дашков и К, 2016. - 324 с.

4. Администрация и городская Дума Краснодара. Режим доступа: <https://krd.ru/departament-finansov/>.

5. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 31.01.2019 года №117-р. Режим доступа: <http://static.government.ru>.

Раздел 2

ПРИОРИТЕТЫ, СТРАТЕГИИ И МЕХАНИЗМЫ УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

УДК 332.145

*Казакова Ю.О.,
студент 4 курса
Кубанский государственный технологический университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: ulichka.1996@mail.ru*

*Научный руководитель:
Антошкина А.В.,
доцент, к.э.н.,
Кубанский государственный технологический университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: annaant@yandex.ru*

Кадровый потенциал Республики Адыгея: оценка и приоритеты развития

Аннотация: в статье рассмотрен подход к оценке кадрового потенциала региона, с учетом его территориального аспекта, социально-экономических факторов и приоритетов для развития.

Ключевые слова: кадровый потенциал, регион, оценка, социально-экономическое развитие, рынок труда, коэффициент напряженности.

*Kazakova Yu. O.,
4nd year student
Kuban State Technological University
Krasnodar, Russia
e-mail: ulichka.1996@mail.ru*

*Scientific adviser:
Antoshkina A.V.,
Associate Professor, Candidate of Science (Economics)
Kuban State Technological University
Krasnodar, Russia
e-mail: annaant@yandex.ru*

Personnel potential of the Republic of Adygea: assessment and development priorities

Abstract: in this the article the approach to the assessment of the personnel potential of the region, taking into account its territorial aspect, socio-economic factors and conditions for their development, is considered.

Key words: personnel potential, region, assessment, social and economic development, labor market, tension coefficient.

Вопросы развития необходимого кадрового потенциала для модернизации

ции экономики стабильно остаются весьма актуальными для каждого региона, при условии целенаправленной государственной кадровой политики.

Объектом исследования в настоящей статье является кадровый потенциал Республики Адыгея.

Целью исследования является рассмотрение подхода к оценке кадрового потенциала региона, его территориального аспекта.

Прежде, чем будет рассмотрен данный подход, отметим, что традиционно в научной литературе под кадровым потенциалом модернизации экономики понимается квалификация специалистов, уровень их современной профессиональной подготовки, способности, личностные возможности и профессиональная готовность осуществлять инновационный труд на производстве [1, 2].

Некоторые авторы, в частности Шамарова Г.М., понятие «кадровый потенциал» характеризует как возможности и резервы, которые воспроизводятся в заданных условиях и являются целью стратегии в управлении кадрами [3].

В Республике Адыгея уделяется большое внимание кадровой политике, которая призвана стать ведущим фактором социальной стабилизации общества и укрепления государственности, повышения эффективности государственного управления и хозяйственной деятельности. Основные показатели, отражающие социально-экономическое развитие республики за последние пять лет изображены в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели социально-экономического развития Республики Адыгея за 2013-2017 гг.

Наименование показателя	Значение показателя				
	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Валовой региональный продукт (в ценах соответств. лет, млн. рублей)	70862,3	75622,5	82583,7	100345,1	119493,0
Индекс физического объема (в постоянных ценах, в % к предыдущему году)	102,7	103,8	100,8	101,7	103,5
Численность населения тыс. чел.	443,3	446,4	449,2	451,5	453,4
В трудоспособном возрасте, тыс. чел	256,6	255,9	253,8	255,3	257,7
Естественный прирост, убыль (-) населения, тыс. чел	-0,2	-0,2	-0,2	-0,2	-0,4
Миграционный прирост, убыль (-) населения, тыс.чел	2,0	2,2	3,0	2,5	2,3
Городское население, тыс. чел.	208,7	209,9	211,7	213,7	214,5
Население старше трудоспособного возраста, %	23,2	24,2	24,5	24,9	25,2
Численность экономически активного населения, тыс. чел. / %	193,4 42,1%	183,8 41%	184,1 41,8%	183,7 40,7%	200,2; 44,3%
Статус безработного человека, чел.	298	393	478	390	359
Уровень официальной безработицы, %	1,3	1,3	1,5	1,3	1,2
Среднедушевые денежные доходы населения (в месяц), руб.	18512	22054	22646	23627	24877

Следствием возрастания доли ВРП Республики Адыгея является возрастание объема производства ВРП на душу населения, влияние изменения цен увеличивается. Как видно из таблицы, численность населения увеличивается, что свидетельствует о благоприятных условиях на территории региона для проживания. Главной особенностью возрастной структуры населения Республики Адыгея является сокращение числа и доли детей и подростков, их меньше, чем лиц старше трудоспособного возраста. Это свидетельствует о старении населения республики и увеличении естественной убыли населения. Изменение возрастной структуры населения в сильной степени влияет на динамику показателя демографической нагрузки – соотношение численности населения трудоспособного и нетрудоспособного возраста.

Снизился миграционный прирост из-за усложнения порядка российского гражданства и разрешения на работу, что может повлиять на низкую оценку кадрового потенциала региона, так как иностранные граждане могли бы соответствовать высокому профессионализму в разных областях и влиять на инновационное развитие региона.

Численность экономически активного населения возрастает, а уровень безработицы снижается, что говорит об эффективности подпрограмм «Содействие занятости населения», об экономическом развитии региона, снижение сезонного фактора при осуществлении трудовой деятельности, рост экспорта–импорта в Российской Федерации.

Таким образом, в Республике Адыгея после спадов показателя благосостояния населения улучшились, возросли среднемесячные доходы, увеличились покупательские способности населения региона. Успешно развивается потребительский рынок, что создает мультипликативный эффект в других секторах экономики.

Однако, в регионе необходимо полностью выполнять социальные обязательства и развивать кадровый потенциал населения, для повышения экономического уровня Республики Адыгея на фоне страны. Так как имеется выгодное геостратегическое положение республики (близость экономически развитых регионов, в частности Краснодарского края, Ростовской области, Ставропольского края), что должно увеличивать способность привлечения, обучения и формирования кадров для стратегического развития региона [4, 5].

Для общей количественной характеристики кадрового потенциала используется следующий подход:

$$КПр(t) = Чз(t) + Чб(t) + Чв(t) + Чст(t) + Чдр(t) + Чпрп(t),$$

где $КПр(t)$ – кадровый потенциал региона (р) в исследуемом периоде (t), чел.;

$Чз(t)$ – численность занятого населения в экономике, имеющего профессиональную подготовку, чел.;

$Чб(t)$ – количество безработных граждан, в т.ч. зарегистрированных в службе занятости, имеющих профессиональную подготовку, чел.;

$Чв(t)$ – число высвобождаемых с организаций работников, имеющих профессиональную подготовку, чел.;

Чст(t) – численность выпускников (студентов) профессиональных учебных заведений, чел;

Чдр(t) – численность других категорий населения (уволенные из Вооруженных сил, в т.ч. имеющие профессиональную подготовку по гражданским специальностям; освобожденные из мест лишения свободы, имеющие профессиональную подготовку и пр.), чел;

Чпрп(t) – механический приток (выбытие) населения в трудоспособном возрасте, имеющих профессиональную подготовку, чел. [3].

Кадровый потенциал Республики Адыгея в 2017 году составляет:

$Kr(t) = 200\,020 + 360 + 15\,300 + 10\,000 + 3\,424 + 11\,349 = 240\,453$ чел. или 53 % от населения Республики Адыгея.

Выполненный с применением данного методического подхода расчет показывает, необходимо учитывать не только работающее население, но иметь ввиду экономически активные группы или потенциально готовых к участию в трудовых процессах.

Таким образом, состояние рынка труда Адыгеи остается напряженным: недостаточное количество квалифицированного персонала поднимает риск увольнения. Так же возникают трудности и при поиске работы. Рассмотрим коэффициент напряженности на рынке труда Республики Адыгея на 2017 год, показывающий отношение численности незанятых граждан, ищущих работу, к числу вакансий, заявленных работодателями (рисунок 1).

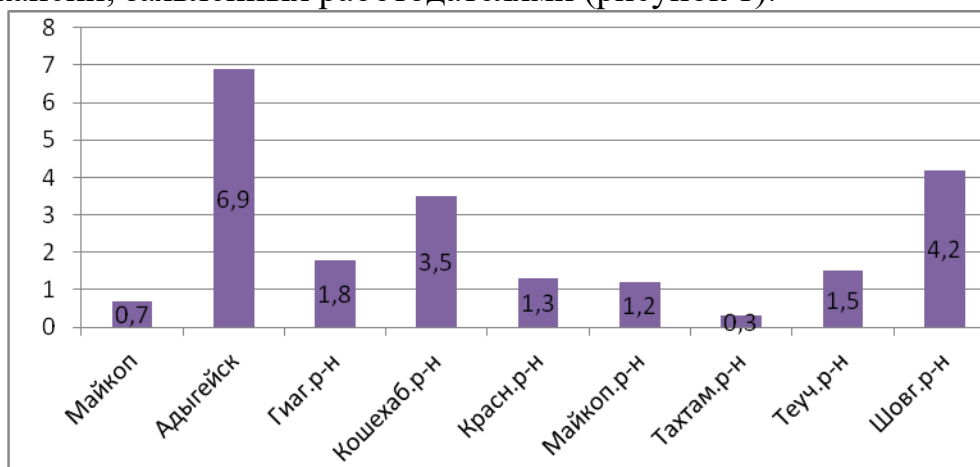


Рисунок 1 – Коэффициент напряженности на рынке труда по городам и районам Республики Адыгея на 2017 год

Больше всего положительных возможностей у населения в Тахтамукайском районе. К 2017 году коэффициент повышается из-за притока населения в Тахтамукайский район, а, следовательно, нехватки рабочих мест.

Для наращивания кадрового потенциала Республики Адыгея целесообразно:

– содействовать обновлению кадрового потенциала в сторону повышения его квалифицированной и экономически мобильной части на перспективных предприятиях;

– обеспечивать упреждающую переподготовку квалифицированных кадров для работы на модернизирующих производствах;

– привлекать работодателей при формировании и реализации учебных программ, учитывать их мнение при осуществлении учебного процесса;

– содействие скорейшему трудоустройству квалифицированных работников, оставшихся без рабочего места, с целью предотвращения потери квалификации;

– обязательное трудоустройство молодежи, окончившей профессиональные учебные заведения, в соответствии с полученной специальностью, если она отвечает спросу экономики, или первоочередное дообучение с учетом конъюнктуры рынка труда;

– способствовать развитию инфраструктуры рынка труда, проводить мониторинг региональных рынков труда, определяя кого, куда и в каком количестве необходимо готовить специалистов.

Таким образом, максимальная мобилизация всего потенциала в направлении повышения квалифицированных кадров, сохранение и обновление их состава, увеличение кадрового потенциала – необходимая предпосылка развития региона.

Литература:

1. Управление конкурентоспособностью предприятий, отраслей, регионов: коллективная монография. – Майкоп, 2016. – 388 с.

2. Прохорова В.В., Коломыц О.Н. Системный подход к организации управления разработкой и реализацией программ социально-экономического развития территорий // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2017. Т. 7. № 7А. С. 62-72.

3. Шамарова Г.М. Эффективность методов оценки кадрового потенциала органов местного самоуправления // Региональная экономика: теория и практика. 2018. № 18. С. 27-36.

4. Антошкина А.В. Формирование модели и оценка профессиональных компетенций специалистов // Вестник современных исследований. 2017. № 1-2 (4). С. 19-24.

5. Басюк А.С., Ильинова С.А. Концептуальная модель оценки эффективности управления персоналом как основа качества управления организацией // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. 2017. № 1. С. 272-283.

УДК 330.322.4

В.А. Левченко,

студент 3 курса,

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

Краснодар, Россия

e-mail: lerken_s@mail.ru

Научный руководитель:

В.В. Бондаренко,

д. э. н., профессор

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

e-mail: v.bondarenko64@gmail.com

Проектное финансирование: российский и зарубежный опыт

Аннотация: В статье рассмотрены ключевые особенности проектного финансирования, а также степень его реализации на российском рынке. Автором приводятся положительные стороны такого способа привлечения капитала, освещена позиция зарубежных и российских компаний по внедрению данного инструмента. Также, автором предлагаются пути решения существующих проблем применения проектного финансирования в России.

Ключевые слова: проектное финансирование, финансовые инструменты, ГЧП, инвестиции, капитал.

*Levchenko V.A.,
student, 3 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: lerken_s@mail.ru*

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

Project financing: Russian and foreign experience

Annotation: The article discusses the key features of project financing, as well as the degree of its implementation in the Russian market. The author presents the positive aspects of this method of attracting capital, highlights the position of foreign and Russian companies on the implementation of this tool. Also, the author suggests ways to solve the existing problems of applying project financing in Russia.

Keywords: project financing, financial instruments, investments, capital.

На сегодняшний день наблюдается активное развитие принципиально нового вида финансовой деятельности – проектного финансирования. Его основная цель – привлечение «длинных» денег для инфраструктурных проектов. Актуальность темы состоит в растущем интересе банковского сектора в новом механизме предоставления кредитных средств. Интерес этот заключается в укреплении позиций на рынке посредством взаимодействия с производственным капиталом. Стоит отметить, что цель банка состоит в непрерывном получении денежного потока, который генерируется проектом [2].

Подчеркивая актуальности исследования, приведем следующую статистику. Для реального сектора экономики по-прежнему характерны невысокая доля инвестиций в основной капитал (13,0 % к ВВП по итогам 2015 г.) [3], уменьшение удельного веса инновационных предприятий (в России он не превышает 10%, тогда, как в экономически развитых странах – свыше 50%) [3], недоступность банковских ресурсов для реального сектора в результате низкой рентабельности предприятий (средняя ставка по банковским кредитам превы-

шает уровень рентабельности предприятий несырьевых отраслей экономики не менее чем на 10%) [4].

В банковской сфере экономики продолжается ухудшение качества кредитов (просроченная задолженность в корпоративном секторе России в 2015 г. превысила 62%) [3]. Всё это происходит на фоне резкого сокращения действующих кредитных организаций как федерального, так и регионального уровня (за последние 10 лет количество кредитных организаций сократилось на 50%), что негативно влияет на взаимодействие банков и предприятий реального сектора экономики [4].

Проектное финансирование представляет собой современную продвинутую форму инвестиционного банковского кредитования, известную в мире очень давно, но, к сожалению, слабо развитую в России в связи с высокими кредитными рисками, вызванными хронической неустойчивостью российской экономики, и значительной волатильностью основных макроэкономических показателей. Тем не менее, проектное финансирование в последние годы становится не просто актуальным, но и критически необходимым, ключевым фактором в решении принципиально важной для современной российской экономики задачи инвестиционно-инновационного развития.

Основой создания проектного финансирования служит развитие инфраструктуры, к которой можно отнести строительство дорог, образовательных и медицинских учреждений, повышение качества городской среды и т.д. Однако на развитие таких отраслей у государства не так много средств, что подтверждается статистическими данными за 2017 год, представленными на рисунке 1 [6]:

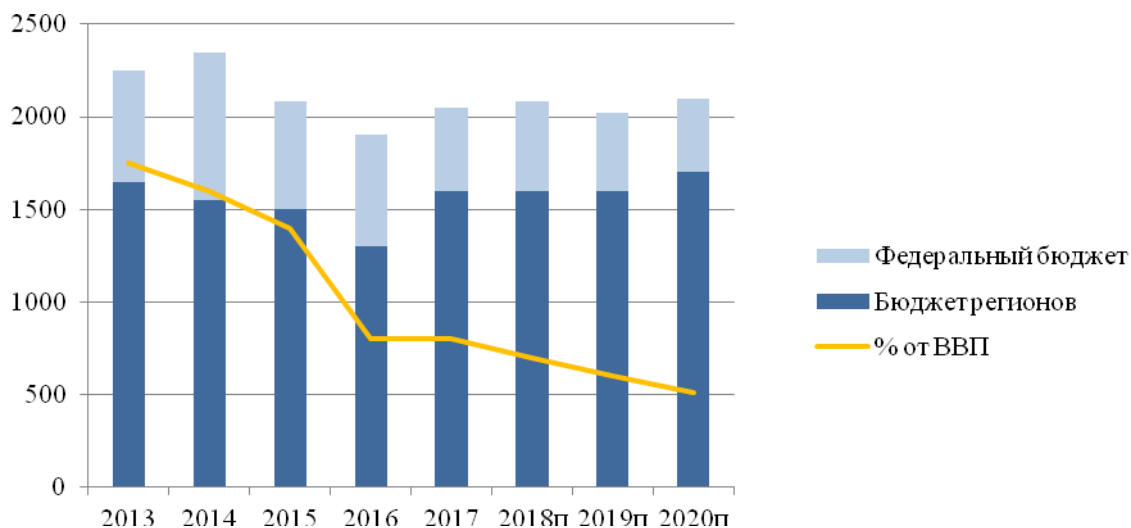


Рисунок 1 – Расходы бюджетной системы на инфраструктуру, млрд руб.

Комментируя диаграмму 1, отметим, что расходы бюджета на инфраструктуру в последние годы оставались минимальными. При этом мала вероятность того, что властям удастся найти достаточно средств, чтобы покрыть минимальную потребность отрасли в 2,3 трлн руб. [6]. Поэтому для решения проблем инфраструктурного финансирования Россия вынуждена привлекать инве-

стиции из частных и внешних источников, иными словами, развивать проектное финансирование.

Под проектным финансированием понимается один из видов целевого инвестиционного кредита, взятого под конкретный проект, например, на создание предприятий, модернизацию производства, возведение объектов [8]. Проектное финансирование в отличие от стандартного кредитования предусматривает погашение задолженности за счет средств, полученных в виде дохода от запуска нового проекта, а обеспечением кредитных обязательств выступают активы, формирующиеся в ходе его реализации. Такой способ кредитования привлекателен для заемщика отсутствием нагрузки лишними обязательствами на собственный баланс, а для кредитора – высокой степенью возврата долга.

Среди преимуществ проектного финансирования можно выделить следующие [11]:

- Возможность привлечения дополнительного объема ресурсов для финансирования капиталоемких проектов;
- Снижение нагрузки на баланс предприятия;
- Распределение проектных рисков среди кредиторов и контрагентов;
- Эффект финансового рычага, увеличивающий доходность для инвестора;
- Транспарентность проекта и др.

В отличие от простого кредитования проектное финансирование имеет четкую целевую ориентацию, в том числе и специальные показатели – индикаторы стадий выполнения проекта [5]. Чтобы проект окупился, он должен быть тщательно структурирован. Это проявляется в широком составе участников, сложных схемах привлечения средств через сочетание различных инструментов – собственных средств инициаторов проекта, банковских кредитов, облигационных займов и акционерного финансирования [6].

Проведем анализ особенностей традиционного кредитования и проектного финансирования, полученный результат представим в виде таблицы 1.

Таблица 1 – Сравнение проектного финансирования и традиционного кредитования

Критерий	Проектное финансирование	Традиционное кредитование
Заёмщик	Специальная проектная компания (СПК)	Компания – инициатор проекта
Размер займа	Может существенно превышать активы СПК	Меньше объема активов, которыми располагает компания-инициатор
Требования к заемщику	Тщательно проработанная модель проекта	Положительное финансовое состояние и финансовая история
Источник погашения	Доходы, генерируемые проектом	Доходы от уже действующего бизнеса
Срок займа	Длительный, рассчитанный на срок реализации проекта,	До 7-10 лет

	7-32 лет	
Залог	Будущие активы	Активы компании
Где отражается долг	На балансе СПК	На балансе заемщика
Распределение рисков	Между участниками проекта	На компании-заемщике
Требования к подготовке проекта	Высокие	Обычные

На основании информации из таблицы 1 видно, что проектное финансирование требует большей проработки проекта, к которому предъявляются высокие требования в сравнении с обычным кредитом. Однако нельзя не заметить, что срок займа при проектном финансировании имеет более широкий временной диапазон, что позволяет на старте (3-5 лет) ставить во главе не долговые обязательства, по которым в скором будущем надо отвечать, как в случае с обычным кредитом, т.к. срок займа от 7 до 10 лет, а заниматься развитием самого проекта. В первом случае больше шансов на успешное начало и дальнейшее функционирование.

Как упоминалось выше, инфраструктурные отрасли требуют вложений со стороны инвесторов, основные типы которых представлены в таблице 2 [6].

Таблица 2 – Типы инвесторов в инфраструктуру

Тип инвестора	Сфера интересов
Страховые компании	Могут инвестировать напрямую, либо передавать средства управляющим компаниям, либо под управление коллективными инвестициями. Им интересны долгосрочные облигации.
Пенсионные фонды	Заинтересованы в долгосрочных вложениях, приносящих большую доходность, чем суверенные бумаги.
Специальные инфраструктурные фонды	Создаются как частными инвесторами, так и при участии суверенных страновых фондов, надгосударственных организаций, банков развития. Инвестируют по территориальному принципу либо по инфраструктурным секторам. Могут вкладывать через разные инструменты (выкуп облигаций, кредитование, смешанные типы инвестирования и прочее). В России инструмент почти не применяется.
Суверенные фонды	Предоставляют частичное финансирование и гарантии. Поддержка в части промышленной инфраструктуры происходит через экспортно-кредитные агентства.
Государственные органы (в том числе региональные и муниципальные)	Предоставляют частичное финансирование и гарантии. Поддержка в части промышленной инфраструктуры происходит через экспортно-кредитные агентства.

Заметим, что на основании таблицы 2, в России отсутствует такой слой организаций как специальные инфраструктурные фонды, который бы специализировался именно на кредитовании реального сектора экономики. На данный момент такую инициативу приняли на себя банки, где инструментарий кредитования на длительные сроки слабо развит. Помимо этого, условия кредитования российскими банками характеризуются высокой процентной ставкой.

В совокупности эти две причины ведут к снижению спроса на кредиты ввиду непривлекательности для заемщика их краткосрочностью и дороговизной.

Российская банковская система подвергается критике за невыполнение важнейшей задачи – кредитование и инвестирование экономики, - что снижает экономический рост. В свою очередь банковский сектор объясняет отсутствие интереса низкой инвестиционной привлекательностью и высокими рисками вложений в реальный сектор. Проиллюстрируем это утверждение рисунком 2 [7]:

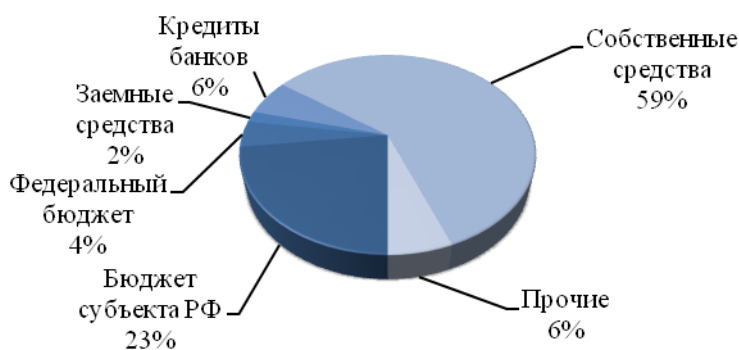


Рисунок 2 – Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования в 2017, %

Как видно из диаграммы, представленной на рисунке 2, доля кредитов банков в структуре инвестиций составляет всего 6%, при этом 59% принадлежат собственным средствам. Отсюда можно сделать вывод, что реальный сектор экономики существует за счет собственных средств и средств, выделяемых из бюджета (23%, рисунок 2). Это, безусловно, сказывается не только на медленном развитии банковского сектора, но и на снижении рентабельности предприятия. Здесь следует упомянуть эффект финансового рычага, который заключается в приращении к рентабельности собственных средств за счет заемных источников, несмотря на их платность [2]. Финансируя свою деятельность только за счет собственных средств, предприятие не получает того самого приращения, способного стимулировать его дальнейшее развитие.

В настоящее время проектное финансирование в России реализуется в долевом строительстве. Однако в законодательство еще вносятся поправки в сфере регулирования взаимоотношений банка, застройщика и дольщиков. Процесс финансирования долевого строительства можно описать следующим образом. Дольщик передает деньги строительной компании и получает документ, удостоверяющий его право в общей долевой собственности на возводимый объект. Далее он размещает свои деньги на счете эскроу в банке, отобранном Банком России для данной программы под нулевой процент (таблица 3). Деньжные средства, аккумулируемые на этом счете, банк будет перечислять застройщику, в зависимости от этапа готовности жилья, только после того как застройщик выполнит свои обязательства перед дольщиком [5]. Такая схема позволит снизить риски мошенничества со стороны строительных компаний и исключит нецелевое использование средств дольщиков. У банков, в свою очередь, появится возможность контролировать этапы постройки жилья.

Таблица 3 – Банки, соответствующие критериям Правительства РФ для участия в долевом строительстве (по состоянию на 01.03.2019) [1]

№ п/п	Наименование банка
14	ПАО «Совкомбанк»
15	ПАО Банк ВТБ
20	ПАО Сбербанк
39	АО «Тинькофф Банк»
49	АО «Раффайзенбанк»

В таблице 3 перечислены не ранжированным списком российские банки, имеющие право открывать эскроу счета и участвовать в строительстве жилых комплексов.

Помимо строительной отрасли для проектного финансирования в России открыты и другие сферы, например, энергетика, благоустройство, обращение с отходами и др. [6]. Однако эти отрасли не нашли отклика у инвесторов по ряду причин. Во-первых, они требуют слишком большую долю вложений бюджета. Во-вторых, стоимость одного объекта невысока, чем не может заинтересовать опытных инвесторов. Проследим динамику проектного финансирования в России в период с 2007 по 2017 года, которая представлена на рисунке 3 [6].

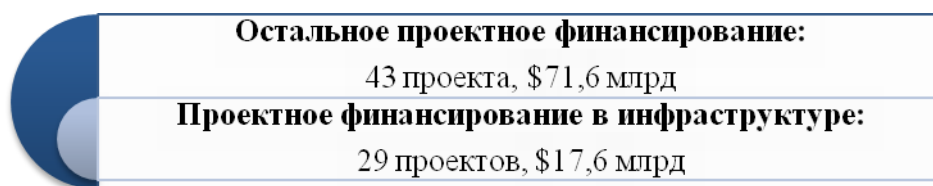


Рисунок 3 – Проектное финансирование в России 2007-2017 годы

Комментируя рисунок 3, заметим, что за 10 лет в инфраструктурной отрасли было реализовано всего 29 проектов, а в целом проектов, попавших под проектное финансирование, было 72. Это связано с тем, что многие рынки публичной инфраструктуры закрыты в России для инвесторов. В основном этот сектор финансируется за счет бюджетных средств государства, при этом участие частных инвесторов не рассматривается вовсе. Примерами могут служить космическая инфраструктура, пункты пропуска через границу, инфраструктура воздуха [6]. На других рынках частные инвестиции представлены единичными случаями: ритуальная инфраструктура, IT-системы, оборонная инфраструктура [6]. Однако за рубежом все эти объекты успешно развиваются частными инвесторами через механизмы государственно-частного партнерства (ГЧП). Мы полагаем, что в России подобные ГЧП могли бы существовать наравне с проектами, реализуемыми только за счет государственных средств. Преимуществом ГЧП, в первую очередь, является снятие бремени с госбюджета на финансирование крупномасштабных проектов, при этом частные инвесторы заинтересованы в использовании передовых технологий, что позволит вывести на новый уровень не только инфраструктурные отрасли, но и экономику России в целом.

Сравним полученные значения на рисунке 3 с мировой статистикой (рисунок 4) [6]:

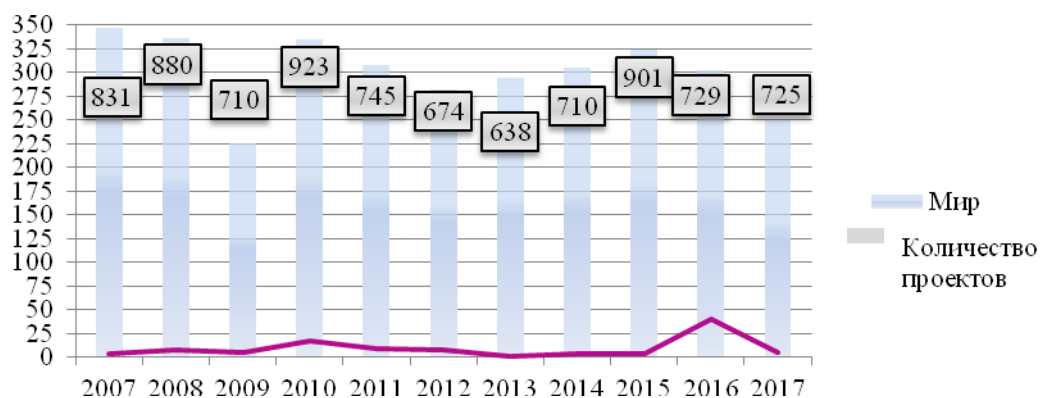


Рисунок 4 – Динамика проектного финансирования в мире и доля России, млрд долл.

Исходя из рисунка 4, видно, что количество и объем проектного финансирования в мире реагируют на изменения макроэкономической ситуации. Так, последствием кризиса 2008-2009 годов стало падение числа сделок, а их общая стоимость сократилась почти на треть. Такая динамика характерна и для российского рынка, однако помимо общемировых факторов, влияние оказывают локальные экономические вызовы: кризис 2014-2015 годов, а также период перед выборами, когда многие проекты были отложены. На графике 4 отчетливо видно, что проекты с наибольшей капитализацией запускались в России в 2010 году, когда инвестиции направлялись на строительство «Северного потока», и в 2016 – на проект добычи, сжижения и поставок природного газа «Ямал СПГ» [6].

По оценке Project Finance & Infrastructure Journal, мировой объем сделок проектного финансирования в 2007-2017 годах составлял более \$3,3 трлн в количестве почти 8,5 тыс. штук. При этом на Россию приходится меньше 1% от этого количества проектов и только порядка 2,7% их стоимости [14]. Проиллюстрируем затраты на проектное финансирование в России и в мире с помощью рисунка 5 [6]:

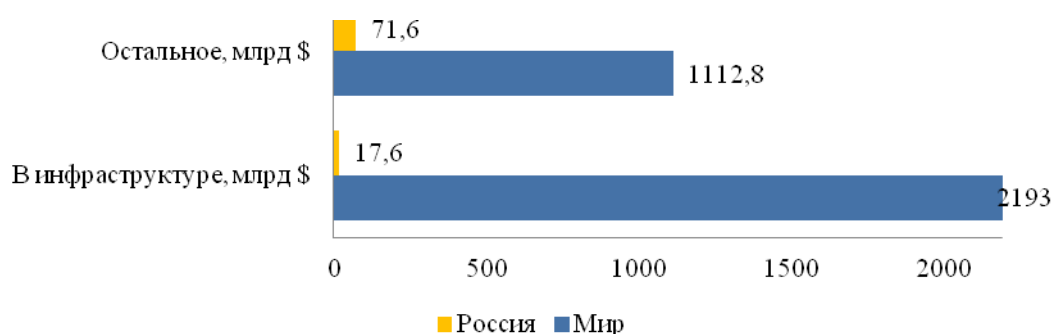


Рисунок 5 – Проектное финансирование в мире и в России, 2007-2017 годы

В соответствии с рисунком 5, в России инфраструктурные проекты в формате проектного финансирования (ПФ) составляют менее 50% от всех подобных сделок [6]. Основная причина этому – традиционная роль государства в финансировании публичной инфраструктуры. Объяснить это можно тем, что

Россия по-прежнему ориентируется на экспорт природных ресурсов, поэтому основная доля проектов принадлежит добывающей промышленности.

Для наглядности данных по количеству инфраструктурных проектов в России и в мире представим рисунки 3 и 5 в виде диаграммы 6.

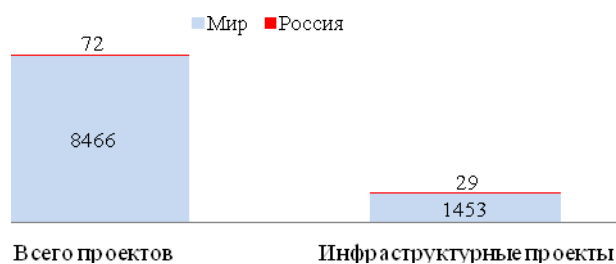


Рисунок 6 – Количество реализованных инфраструктурных проектов в мире и в России, 2007-2017 годы

Обращаясь к зарубежному опыту, отметим, что по оценке Booz & Company (PwC), увеличение инвестиций проектного характера (в том числе ГЧП) способствуют приросту ВВП на душу населения, то есть постоянные инвестиции в инфраструктуру через проектное финансирование могут значительно увеличить ВВП [6]. Также, по расчетам S&P Global, за счет 1% ВВП, дополнительно вложенного в инфраструктуру, экономика может вырасти на 1,2% [13]. Здесь мы наблюдаем мультипликативный эффект, включающий рост реальных располагаемых доходов населения, увеличение количества рабочих мест и налогов, поступающих в бюджет за счет создания новых объектов.

В мировой практике существует множество сфер, представляющих интерес для инвесторов. Приведем пример Великобритании, где инновационные инфраструктурные проекты в большей степени реализуются за счет частного капитала (рисунок 7) [12]. График составлен по данным Национального инфраструктурного плана Великобритании.

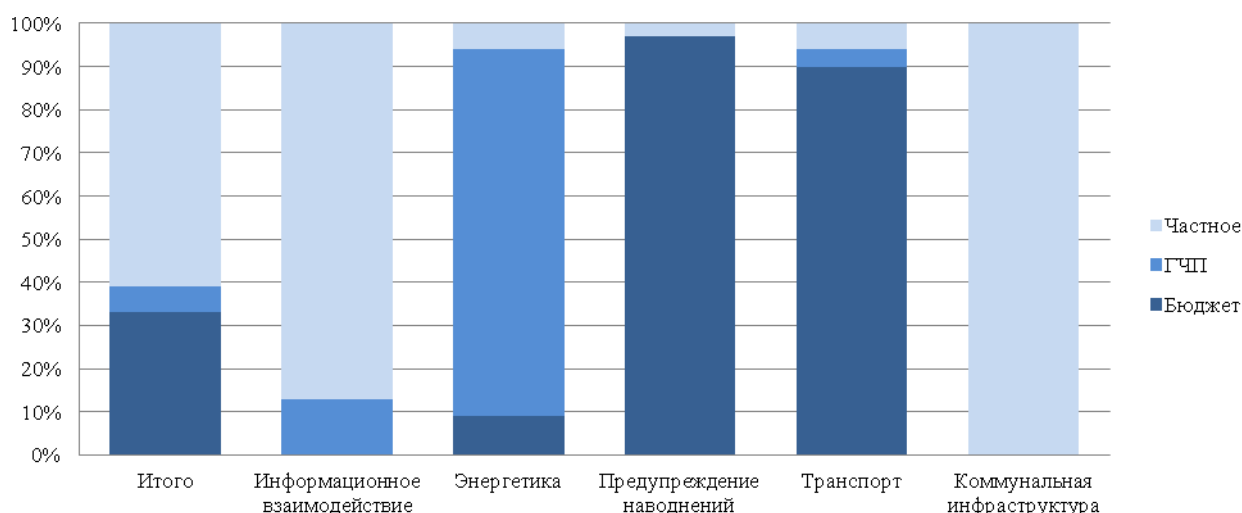


Рисунок 7 – Инвестиции по инфраструктурным секторам в разбивке по финансовым моделям в Великобритании, 2016-2017 годы

Как видно из рисунка 7, государство Великобритании успешно реализует проекты, сочетая ГЧП, частное и государственное финансирование.

Говоря о российском опыте внедрения и эксплуатации проектов, попавших под ПФ, стоит отметить немаловажную роль Внешэкономбанка, который является оператором программы «Фабрика проектного финансирования» [5]. Предполагается, что Внешэкономбанк (ВЭБ) будет инвестировать совместно с другими финансовыми институтами. Впрочем, инструмент, который анонсировали, как возможность развивать именно проектное финансирование, на деле пока мало отличается от простого кредитования. До 1 января 2019 года получить кредит в рамках фабрики могли не только проектные компании, но и любые другие юридические лица, у которых нет долгов [6]. Тут следует обратить внимание на то, что в первую очередь внимание кредитных организаций РФ, предлагающих ПФ, обращается не на структуру и дальнейшее функционирование проекта, а на долги предприятия и возможные риски. Такие требования можно объяснить тем, что банки заведомо не хотят рисковать и по итогу остаться «ни с чем». Однако такая стратегия в большинстве своем производит отрицательный эффект.

Генеральный директор Sprout Force Capital Алексей Савраскин отмечает: «Система отбора проектов, используемая российскими банками, не способна обеспечить качественный поток проектов. Она базируется на оценке кредитной истории и текущего финансового состояния инициатора проекта, а также рынка, на котором он планирует оперировать. На основе критериев строится предположение: раз динамика финансовых показателей компании улучшалась в течение последних трех лет, то так будет происходить и дальше; раз инициатору проекта удастся предоставить подтверждение гарантий сбыта будущей продукции, то это обеспечит доходную базу. На данном основании делается вывод, что, в общем и целом это хороший проект» [9]. Также эксперт считает, что традиционная система оценки, опирающаяся только на ретроспективные показатели, не позволяет спрогнозировать будущее проекта. Хорошее финансовое «вчера» никак не гарантирует успешного «завтра». Отказ от учета данного фактора приводит к драматичным последствиям [9].

По мнению профессора Финансового университета при Правительстве РФ Михаила Ершова, актуальность проблем банковского инвестирования повышается в связи с тем, что «отдача от капиталовложений не является мгновенной, то есть инвестиции начинают оказывать основной общеэкономический эффект лишь с временным лагом около двух лет» [10]. Эксперт считает, что в обеспечении высоких темпов экономического роста может помочь формирование «длинных» денег, что возможно лишь при смене механизмов формирования денежного предложения с повышением роли Центрального Банка в этом процессе. На данный момент неучастие денежных властей в управлении экономическим ростом приводит к низкой доступности денег в промышленном секторе, являющимся частью реального сектора экономики страны [10].

Подытожив вышесказанное, можно выделить следующие проблемы, существующие на российском рынке проектного финансирования. Во-первых, основная доля сделок ПФ – это добывающая промышленность, газ, нефть. При этом инфраструктурные отрасли остаются недофинансированными. Это объясняется тем, что основной ориентир России на мировом рынке – экспорт при-

родных ресурсов. Во-вторых, актуальна существенная проблема займа денежных средств. Для проектов используются классические схемы привлечения средств, что намного дороже. Следует отметить, что в развивающейся экономике традиционные схемы не могут обеспечить финансовую помощь долгосрочных проектов, в виду повышенной процентной ставки и краткосрочности займа. В-третьих, популярным видом привлечения средств остается долговое финансирование. Чаще всего им выступает обычный кредит, а передовые инструменты как синдицированный кредит, проектные облигации – отсутствуют вовсе [6]. В-четвертых, это слабая нормативная база и малое количество экспертов, понимающих суть сложных финансовых инструментов. Также можно отметить отсутствие «третьего звена», способного учитывать интересы и бизнеса и банка.

В связи с этим авторы предлагают следующие решения: постепенный переход от экспорта к созданию ресурсов из добытого сырья внутри страны, посредством создания новых промышленных комплексов. А их строительство финансировать не только за счет государства, но и за счет частных инвесторов, то есть применять модель ГЧП или вовсе частного инвестирования. Как упоминалось выше, это снизит давление на госбюджет, так как заемные средства поступают из нескольких источников, а не только из государственных. Далее, создание слоя организаций, так называемого «третьего звена», способного выдавать займы на выгодных условиях. Это может быть и банковский сектор, но в таком случае, следует разработать новую политику работы с инфраструктурными проектами, основанную, прежде всего, на долгосрочных кредитах. Как упоминалось выше, недостаточно проработанная нормативно-правовая база тормозит развитие новых банковских и инвестиционных инструментов, поэтому со стороны Центрального Банка РФ требуется создание специальных документов, способных регулировать сложные узконаправленные финансовые инструменты.

Также, одним из передовых способов решения проблемы проектного финансирования в России является создание трёхуровневой системы управления взаимодействием банковского и реального секторов: на микроуровне – это задача эффективного применения внешнего и внутреннего аудита, риск-менеджмента и маркетинг политики; на мезоуровне – безусловный контроль за целевым использованием финансирования, включая пенсионные и бюджетные ресурсы, размещаемые на банковских счетах; на макроуровне – осуществление мониторинга и контроля за реализацией инновационной формы взаимодействия между банковским и реальным секторами со стороны Банка России и Счетной палаты РФ [4].

Итак, в заключении отметим практический интерес банковского сообщества и государства в целом от применения такого финансового инструмента как проектное финансирование: во-первых, это распределение денежных средств между несколькими заимодателями; во-вторых, это развитие и внедрение новых инновационных схем взаимодействия бизнеса, государства, банков и инвесторов. В-третьих, это обеспечение накопительного эффекта от прироста к ВВП, посредством создания новых отраслей производства, их финансирования

для дальнейшего развития. Вкладывая деньги в крупные капиталоемкие проекты, государство получит новый приток денег с приращением в экономику, тем самым оживляя ее. И, конечно же, это улучшение благосостояния страны в целом, как упоминалось выше, проектное финансирование, в основном, находит отклик в инфраструктурных отраслях, где создаются общественные блага. С использованием ПФ, государство сможет разделить создание этих благ с частными инвесторами.

Подводя итог, следует отметить, что рынок проектного финансирования относительно недавно появился в России, и сейчас со стороны государства принимаются активные меры по его улучшению и модернизации. На базе Внешэкономбанка разработана «Фабрика проектного финансирования», запущенная в начале 2019 года – один из важнейших проектов для экономики страны.

Литература:

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 18.06.2018 № 697 "Об утверждении критериев (требований), которым в соответствии с Федеральным законом "Об участии в долевом строительстве многоквартирных домов и иных объектов недвижимости и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации" должны соответствовать уполномоченные банки и банки, которые имеют право на открытие счетов эскроу для расчетов по договорам участия в долевом строительстве" – Режим доступа: http://www.cbr.ru/credit/default.aspx#a_697

2. Игонина Л.Л. Рынок инвестиций в современной экономике. Краснодар, 2003.

3. Россия в цифрах 2016: статистический справочник /Росстат. М., 2016.

4. Бондаренко, В. В. К вопросу об участии банковской системы в развитии реального сектора экономики России [Текст] / В. В. Бондаренко, Н.В. Одинцов // Economic Sciences: сб. статей. - 2017. - №8. - С. 130-135.

5. Маркетинг как концепция рыночного управления Аветян Н.С., Артюшкова А.Ю. В сборнике: Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России: императивы устойчивости Материалы региональной научно-практической конференции студентов и молодых учёных,. 2018. - С. 120-126.

6. Доклад об общественных консультациях «Стимулирующее банковское регулирование» – Режим доступа: http://www.cbr.ru/content/document/file/50671/consultation_paper_180628.pdf

7. Аналитический обзор «Проектное финансирование: Поствыборная инфраструктура России» – Режим доступа: https://infraone.ru/analitika/Proektnoe_finansirovanie_Postvybornaya_infrastruktura_Rossii_InfraONE_Research.pdf

8. Федеральная служба государственной статистики Росстат – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

9. Информационный портал banki.ru Статья «Что такое проектное финансирование» – Режим доступа: <https://www.banki.ru/news/daytheme/?id=2347130>

10. Национальный банковский журнал NBJ «Проектное финансирование: почему банки обречены на проигрыш» – Режим доступа: <http://nbj.ru/publs/banki-i-biznes/2018/07/10/proektnoe-finansirovanie-pochemu-banki-obrecheny-na-proigrysh/index.html>

11. Новостной портал Lenta.ru «Эксперт указал на главную беду российской экономики» – Режим доступа: https://lenta.ru/news/2018/05/14/ershov_economics/

12. Institute for Government analysis of Infrastructure and Projects Authority (2016) – Режим доступа: <https://www.gov.uk/government/organisations/infrastructure-and-projects-authority>

13. S&P Global – Режим доступа: <https://www.spglobal.com/en/>

14. Project Finance & Infrastructure Journal – Режим доступа: <https://ijglobal.com/>

УДК 339.9

*Минкина Д. А.,
студент 1 курса
Финансовый университет при правительстве РФ
г. Краснодар Россия
e-mail: darya.minkina@inbox.ru*

*Научный руководитель: Маркарян В.Р.,
доцент, к.э.н.
Финансовый университет при правительстве РФ
г. Краснодар Россия
e-mail: markarianvr@gmail.com*

Особенности положения Российской Федерации в системе международных экономических отношений

Аннотация: В статье ставится задача поиска путей укрепления позиций Российской Федерации в системе международных экономических отношений. В научной статье предлагаются меры повышения конкурентоспособности России на мировом рынке.

Ключевые слова: международные экономические отношения, конкурентоспособность, интеграция, мировой рынок, экспорт.

*Minkina D.A.,
student, 1 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: darya.minkina@inbox.ru*

*Markarian V.R.,
Doctor of Science (Economics), Docent
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: markarianvr@gmail.com*

Position features of the Russian Federation in the system of international economic relations

Abstract: The article raises the problem of finding solutions to strengthen the positions of the Russian Federation in the system of international economic relations. The scientific article includes measures aimed at strengthening Russia's competitiveness in the global market.

Keywords: international economic relations, competitiveness, integration, world market, export.

Конкурентоспособность страны является основным показателем состояния и перспектив развития экономической системы в современных условиях. Она выступает гарантом экономической безопасности и в общих чертах отражает способность страны в условиях свободной конкуренции производить товары и услуги, отвечающие требованиям мирового рынка, достижение которых способствует повышению благосостояния населения. Конкурентоспособность также определяет характер участия страны в международном разделении труда.

Механизм регулирования международных отношений представляет собой совокупность добровольных обязательств и общих правил поведения в сфере глобальных экономических отношений. Активными субъектами межгосударственного регулирования экономических отношений являются международные экономические организации, такие как ВТО, Группа Всемирного банка, МВФ и другие, которые регулируют международные экономические отношения между государствами.

Процесс интеграции России в мировую экономику, ее утверждение в качестве полноправного участника системы международных экономических отношений в международном разделении труда находится в самом начале. На данный момент можно сказать, что проблема интеграции России в мировое экономическое сообщество является сложной и многообразной, так как процессы легального вывоза капитала, организация совместных предприятий и свободных экономических зон находятся на ранней стадии.

Международные экономические отношения представляют собой обширный набор межгосударственных коммерческих, промышленных, научных, технических и финансовых отношений, ведущих к обмену экономическими ресурсами и общей экономической деятельности.

Формирование и развитие МЭО обусловлено растущей взаимозависимостью экономик различных государств. Углубление и развитие международного разделения труда и, следовательно, международных экономических отношений зависит от природных (географических, демографических и т. д.) и приобретенных (производственных, технологических) факторов, а также социальных факторов (национальных, этнических, политических и социальных, условий).

Субъектами МЭО являются различные государственные структуры, то есть непосредственно государственные и другие органы, на разных уровнях, государственные предприятия, банки, фонды и т. д.

Объектами международных экономических отношений являются в основном товары и услуги, обращающиеся в международной торговле.

Таким образом, можно сделать вывод, что экспортеры и импортеры, наряду с обязанностью соблюдения внутригосударственных норм и правил, не освобождаются от международных, региональных или государственных вмешательств и санкций. Они заключаются в соблюдении межгосударственных соглашений по экономике, торговле, кредитам, иностранной валюте, таможене и платежам.

Также МЭО имеют ряд специфических особенностей, отражающих их отличия от внутринациональных экономических отношений:

1. Экономические отношения охватывают важное территориальное пространство, которое выходит за национальные границы.

2. Привлекаются дополнительные ресурсы;

3. Происходит перемещение ресурсов, факторов производства и результатов производства за пределы отдельных государств;

4. Более интенсивная (часто глобальная) конкуренция между товарами, услугами, продавцами и покупателями, с гораздо большими потерями в случае поражения;

5. Специальная инфраструктура для работы в форме международной стандартизации производства и продукции, развития международных перевозок, связи, информационной среды, глобального валютного рынка и т. д.

6. Специальная система регулирования МЭО на национальном уровне (в форме внешнеторговой политики государств), на двусторонней основе (в рамках двусторонних соглашений), многосторонней (в рамках многосторонних соглашений и ассоциаций интеграция), международная (в рамках международных организаций);

7. Большая взаимосвязь и взаимозависимость отдельных форм МЭО в их системе по сравнению с аналогичными отношениями на внутреннем рынке.

Важнейшие формы глобальных экономических отношений:

1. международная торговля товарами и услугами;

2. международное движение бизнеса и заемного капитала;

3. международная трудовая миграция;

4. создание совместных предприятий;

5. развитие международных компаний;

6. международное научно-техническое сотрудничество

Россия является частью мировой экономики, поэтому проблема конкурентоспособности товаров и услуг, и экономики России в целом выходит на первый план.

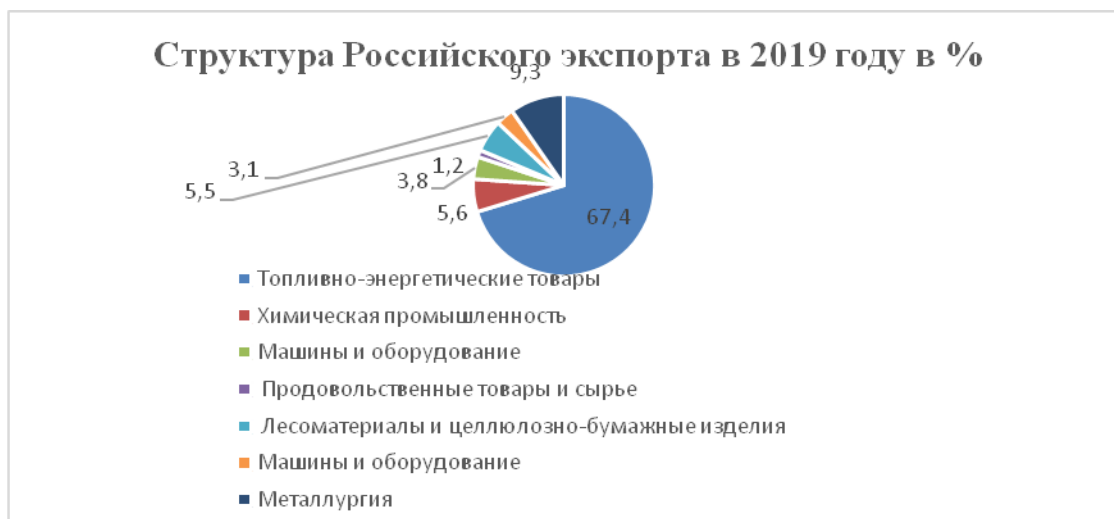


Рисунок 1- Структура Российского экспорта и ее конкурентоспособность на мировом рынке в 2019 году (%)

Согласно данным в таблице:

- 1) Базой российского экспорта в 2019 году является топливно-энергетическая продукция (67,4%).
- 2) В общей стоимости экспорта доля металлов и продукции, поступившая в январе 2019 г., составила 9,3%.
- 3) Доля химического экспорта в январе 2019 года составила 5,6%
- 4) Доля экспорта машин и оборудования в январе 2019 года составила 3,8%
- 5) Доля экспорта продовольственных товаров и сырья для их производства в товарной структуре экспорта в январе 2019 года составила 5,5%
- 6) Доля экспорта пиломатериалов, целлюлозы и бумаги в январе 2019 г. составила 3,1%.

Однако в настоящее время российское государство испытывает глобальное «экономическое и политическое» давление со стороны Запада. С 2014 года Европейский Союз пытается влиять на Российскую Федерацию путем введения санкций, которые широко используются во внешней политике США.



Рисунок 2- Воздействие санкций на продовольственный рынок РФ

Хотя санкции влекут негативные последствия для экономики России, при этом создается стимул для ее развития. Положительным явлением может выступать доступ на новые мировые рынки сбыта продукции, развитие сельского хозяйства, программа импортозамещения во многих отраслях производства.

В настоящее время Россия занимает промежуточное положение между наиболее экономически развитыми странами и развивающимися странами из-за развала мировой социалистической экономической системы и Советского Союза.

Основными торговыми партнерами России являются Германия, США, Италия, Нидерланды, Великобритания и Финляндия.

Несмотря на все трудности, Россия имеет большой потенциал, чтобы занять достойное место в мировой экономической системе. Конечно, многое зависит от направления и содержания структурных преобразований, от того, в какой степени можно сохранить огромный научно-технический потенциал. Это послужит стимулом для развития машиностроения, химической и наукоемкой промышленности.

Одним из важнейших факторов также является эффективность внешнеэкономической политики. Разработка средств стимулирования внешнеэкономических связей, таких как тарифы, поможет укрепить позиции России на мировом рынке. Основными приоритетами в плане воздействия являются: значительное улучшение структуры внешнеэкономических связей в пользу продукции высокотехнологичных отраслей, достижение равного уровня торговли с развитыми странами Запада, укрепление позиций в мировой торговле.

Литература:

1. URL:<https://www.rbc.ru/economics/17/10/2018/5bc67a9b9a7947207ab18ae2> (Дата обращения от 12. 04.2019)

2. URL:<https://studfiles.net/preview/2911657/page:40/>(Дата обращения от 12. 04.2019)

3. URL:<http://economyandbusiness.ru/konkurentosposobnost-rossii-v-mezhdunarodnyh-rejtingah> (Дата обращения от 11. 04.2019)

4. URL:<http://ekonomika-student.com/rossiya-v-sisteme-sovremennyh-mezhdunarodnyh-ekonomicheskix-otnoshenij.html>(Дата обращения от 11. 04.2019)

5. URL:https://studme.org/12961017/ekonomika/rossiya_sovremennyh_mezhdunarodnyh_ekonomicheskix_otnosheniyah(Дата обращения от 11. 04.2019)

6. URL:https://studopedia.ru/15_62917_osobnosti-polozheniya-rossii-v-sisteme-mezhdunarodnih-ekonomicheskix-otnosheniy.html(Дата обращения от 11. 04.2019)

7. URL:https://otherreferats.allbest.ru/international/00501014_0.html (Дата обращения от 11. 04.2019)

*Николенко А.С., Фурман А.Н., Рудько Е.Ю.,
студенты 2 курса*

*Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
Краснодар, Россия*

Научный руководитель:

Берлин С.И.

*профессор, д.э.н.
Краснодар, Россия*

Налоговая политика Российской Федерации: эффективность и перспективы совершенствования

Аннотация: В статье анализируется налоговая политика Российской Федерации с целью определения ее эффективности и выявления недостатков. Рассматривается структура налоговых поступлений и пути их расходования. Представлены способы решения проблем, касающихся совершенствования отечественной налоговой системы.

Ключевые слова: налоговая политика, налоговая система, консолидированный бюджет, налоговое планирование, налоговые инструменты.

*Nikolenko A.S., Furman A.N., Rudko E.Y.,
students, 2 courses*

*Krasnodar branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia*

Scientific Adviser:

Berlin S.I.

*Professor, Doctor of Economics
Krasnodar, Russia*

Tax policy of the Russian Federation: efficiency and prospects for improvement

Abstract: The article analyzes the tax policy of the Russian Federation in order to determine its effectiveness and identify deficiencies. The structure of tax revenues and ways of their spending are considered. Presents ways to solve problems related to the improvement of the domestic tax system.

Keywords: tax policy, tax system, federal budget, tax planning, tax tools.

Налоги занимают важное место среди рычагов, с помощью которых государство может воздействовать на рыночную экономику. Они влияют на экономический рост, устойчивость развития, структурные сдвиги в экономике, а также являются основной формой доходов государства. Правильность организации системы налогообложения, проработанность и продуманность налоговой политики оказывают огромное воздействие на эффективность функционирования всей национальной экономики.

Так что представляет собой налоговая политика? "Налоговая политика — это совокупность экономических, финансовых и правовых мер государства по

формированию налоговой системы страны в целях обеспечения финансовых потребностей государства, отдельных социальных групп общества, а также развития экономики страны в целом" [3, с.54].

Осуществлять проведение налоговой политики государству помогают налоговые инструменты. К ним относятся налоговая база, налоговая льгота, налоговая ставка, налоговые санкции и др.

В зависимости от уровня инфляции, бюджетной, валютной политики государства, общей экономической ситуации в стране и наиболее приоритетных целей на данном этапе, применяют различные формы налоговой политики. В теории налогообложения выделяют три основных типа налоговой политики государства:

1. Политика максимальных налогов. Характеризуется большим числом налогов, высокими налоговыми ставками, расширением базы налогообложения и сокращением налоговых льгот.

2. Политика экономического развития. Устанавливается минимальная налоговая нагрузка, происходит сокращение государственных расходов на социальные программы.

3. Политика разумных налогов. Характеризуется достаточно высоким уровнем налоговой нагрузки при одновременном осуществлении большого количества государственных социальных программ.

Для России характерно сочетание первого и третьего типов налоговой политики. В целом, налоговую систему РФ следует характеризовать как совокупность федеральных, региональных и местных налогов, т.е. систематизировать согласно принадлежности к уровню власти. По состоянию на 1 января 2019 г. первой частью Налогового кодекса Российской Федерации установлено пятнадцать видов налогов и сборов, из которых девять федеральных, три региональных и три местных [1].

Доходностью любого определенного налога принято называть отношение поступлений по данному налогу в отдельном субъекте РФ или же в целом в стране к ВРП соответствующего субъекта РФ или к суммарному ВРП всех регионов. Проанализировав структуру поступлений в консолидированный бюджет РФ за 2018 год можно сделать вывод, что особенно результативными налогами в РФ являются НДС (налог на добычу полезных ископаемых) - 28,7%, налог на прибыль - 19,2%, НДФЛ - 17,1% и НДС - 16,8%. Значительно меньший объем поступлений приходится на акцизы, имущественные налоги и прочие налоги и сборы.

Для того чтобы понять, на какие цели идут налоговые поступления, необходимо обратиться к консолидированному бюджету, так как именно туда и поступают налоги. "Расходы федерального бюджета - это денежные средства, направляемые из федерального бюджета на финансирование затрат общегосударственного характера, предусмотренных в законе о федеральном бюджете на соответствующий финансовый год. Они выражают экономические отношения, связанные с распределением и перераспределением национального дохода, используемого на общегосударственные цели" [4, с.130].

Наибольшая доля государственных расходов приходится на социальную политику - 37%. К ней относится, во-первых, политика доходов населения, определяющая уровень жизни граждан, состав потребительской корзины. Во-вторых, политика в трудовой сфере, т.е. уровень минимальной оплаты труда. В-третьих, социальная защита и поддержка слоев населения, не имеющих возможности осуществлять трудовую деятельность, малоимущих граждан, пенсионеров, инвалидов и т.д. В-четвертых, развитие социальной сферы, т.е. создание условий для общедоступного пользования образованием, здравоохранением, культурой.

Кроме этого, немаловажными частями расходной части государственного бюджета являются затраты в области поддержки и развития национальной экономики - 14%, образования - 11%, здравоохранения - 10% и национальной обороны - 9%. Наименее финансируемыми в нашей стране являются отрасли культуры, кинематографии и СМИ, а также программы по защите окружающей среды.

От того, насколько правильно выстроена налоговая политика государства и система налоговых органов, зависит эффективное функционирование всей экономики страны. Правительство РФ подготовило основные направления налоговой политики на 2019 и плановый период 2020 и 2021 годов. "В соответствии с этим поставлены следующие задачи:

- 1) сокращение теневого сектора бизнеса;
- 2) дальнейшая минимизация административной нагрузки;
- 3) стимулирование инвестиционной активности;
- 4) снижение налогов для добросовестных налогоплательщиков"[2].

Для реализации поставленных целей, предлагаются такие меры, как:

- 1) переход на онлайн-кассы в розничной торговле, за счет чего продавцы не смогут скрывать свои продажи, а данные мгновенно будут передаваться в ФНС;
- 2) ужесточение таможенного контроля, для чего будет создана единая система "прослеживания" продукции от момента поступления и до продажи конечному пользователю;
- 3) формирование нового государственного реестра актов гражданского состояния;
- 4) создание единого федерального регистра, в котором будут аккумулированы сведения о гражданах;

Кроме того, планируется совершенствование процедуры проведения налоговых проверок, процедуры регистрации новых юридических лиц, повышение уровня информатизации и автоматизации всех процессов, происходящих в налоговых органах.

Но в действующей налоговой политике продолжает оставаться ряд актуальных проблем. Самая важная – это проблема противоречивого и двусмысленного истолкования норм налогового законодательства. Большое количество налогов, сложные методики их расчета приводят к трудностям, как в налоговом учете, так и в налоговом администрировании [5, с. 111]. В дополнение, несо-

блюдение или незнание налогового законодательства, повышает налоговые риски, как государства, так и налогоплательщиков.

Возможны следующие предложения по созданию понятного, недвусмысленного налогового законодательства:

1) позволить финансовым органам Российской Федерации издавать дополнительные нормативно-правовые акты по спорным вопросам;

2) проведение курсов финансовой грамотности для населения, чтобы повысить уровень образованности и снизить ряд ошибок в сфере налогообложения;

3) пересмотреть существующее законодательство, чтобы сделать его понятным и менее громоздким.

Следующая проблема состоит в том, что налоговая политика РФ не отражает насущную потребность в инновационном развитии страны. Решение возможно путём добавления в НК РФ специального налогового режима для организаций, осуществляющих инновационную деятельность в сфере высоких технологий.

Так, можно сделать вывод о том, что налоговая система РФ не идеальная и требует внесения поправок в налоговое законодательство [6, 7]. Налоговая политика должна быть направлена на построение такой налоговой системы, которая отвечала бы уровню развития рыночных отношений и одновременно могла найти баланс между интересами государства и населения.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ).
2. "Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов" (утв. Минфином России). - URL: <http://www.consultant.ru>
3. Налоги и налогообложение : учебник / Е.Ю. Сидорова, Д.Ю. Бобошко. - М. : ИНФРА-М, 2019. - 235 с.
4. Финансы: Учебное пособие / Лупей Н.А., Соболев В.И., - 3-е изд., исправ. и доп.-М.:Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 448 с.
5. Берлин С.И., Мамонова И.В. Налоговые преференции как инструмент фискального регулирования в условиях нестабильности экономики // Современная научная мысль. 2016. № № 2. С. 111.
6. Игониная Л.Л. Оценка эффективности бюджетно-налоговой политики: ретроспективный и целеориентированный подходы // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2014. Т. 10. № 28 (265). С. 2-10.
7. Игониная Л.Л., Мамонова И.В. Стимулирующие налоговые льготы как инструмент бюджетно-налогового регулирования: особенности применения и оценка эффективности на региональном уровне // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2016. № 37 (319). С. 45-60.

*Новгородская В.Б.,
студент 2 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: novgorodskaya_vika@mail.ru*

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

Анализ развития рынка автострахования Краснодарского края

Аннотация: В статье рассматривается анализ рынка автострахования Краснодарского края. Основная часть статьи обращена на экономически развитую специфику региона, различным нововведениям и инновациям, позволяющим снизить уровень убыточности. Особое внимание обращено на проблемную особенность региона – мошенничество в сфере автострахования. При этом показывается, что решение центральных проблем автострахового рынка Краснодарского края должно осуществляться с помощью мер правительства и органов власти не только региона, но и страны в целом.

Ключевые слова: автострахование, ОСАГО, КАСКО, страховые компании, мошенничество, убыточность, страховые премии.

*Novgorodskaya V. B.,
student, 2 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation Krasnodar branch
Krasnodar, Russia e-mail: novgorodskaya_vika@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Radchenko M. V.,
Doctor of Science (Economics), Docent
Financial University under the Government of the Russian Federation Krasnodar branch
Krasnodar, Russia e-mail: maryradchenko@yandex.ru*

Analysis of car insurance market development in Krasnodar region

Abstract: The article deals with the analysis of the car insurance market of Krasnodar region. The main part of the article is focused on the economically developed specifics of the region, various innovations and innovations that reduce the level of loss. Particular attention is paid to the problematic feature of the region – fraud in the field of car insurance. At the same time, it is shown that the solution of the Central problems of the car insurance market of the Krasnodar region should be carried out with the help of measures of the government and authorities not only of the region, but also of the country as a whole.

Keywords: auto insurance, insurance companies, fraud, loss, insurance premiums.

Большая часть населения современного общества обеспокоена вопросами страхования. Для каждого региона страховой рынок является показателем социально-экономического развития, уровня жизни и устойчивости. Для постоянного и прогрессивного развития региона рынок страхования выполняет существенные взаимосвязанные функции. Например, инвестиционная функция реализуется через размещение временно свободных средств в ценные бумаги, депозиты банков, недвижимость. С развитием страхового рынка роль инвестиционной функции возрастает. Также страховые компании стимулируют малый и средний бизнес, гарантируя им защиту в случае наступления различных рисков.

Актуальность проблемы страхования заключается не только в том, что оно благоприятно влияет на укрепление экономики, как регионов, так и страны в целом, но и в эффективности функционирования рынка страхования [1]. Это в первую очередь зависит от темпов прироста взносов страхователей, колебаний курсов валют, вероятности наступления страхового события, политической обстановки в стране и других различных факторов.

В соответствии с федеральным законом от 27.11.1992 года № 4015 – 1 «Об организации страхового дела в Российской Федерации» страхование – это отношения по защите интересов физических и юридических лиц Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований при наступлении определённых страховых случаев за счет денежных фондов, формируемых страховщиками из уплаченных страховых премий (страховых взносов), а также за счет иных средств страховщиков [1].

Как экономическая категория, страхование согласно с главой 48 ГК РФ состоит из видов:

- личное (страхование жизни, здоровья, страхование от несчастных случаев и т.д.);
- имущественное (страхование транспорта, недвижимости, бизнеса и т.д.);
- страхование предпринимательского риска (страхование от пауз в производстве в результате аварийных событий, страхование инвестиций от политических и коммерческих рисков и т.д.)
- страхование ответственности (ОСАГО, страхование профессиональной ответственности медицинских работников, адвокатов и т.д.)

В связи с развитием рынка автомобильной индустрии и ежегодным увеличением числа автовладельцев все большее внимание уделяется такому виду страховой защиты, как автострахование. Данное направление осуществляет защиту имущественных интересов граждан, которые связаны с затратами на восстановление транспортного средства или возмещение ущерба, нанесенного третьим лицам при эксплуатации автомобиля [2]. Это направление включает два основных продукта: ОСАГО и КАСКО.

КАСКО – это добровольное страхование, гарантирующее защиту транспортного средства от рисков угона или в случае нанесения ущерба водителю в результате ДТП или в случае стихийных бедствий. ОСАГО, наоборот, является обязательным видом страхования, обеспечивающим защиту гражданской ответственности, которая может наступить, если по вине водителя случилось ДТП [2]

Страховой рынок Краснодарского края отличается высоким потенциалом, что вызвано состоянием и темпами развития региональной экономической системы. В соответствии с данными Центрального Банка по итогам 2018 года сборы страховых премий в Краснодарском крае составили 30,5 млрд. руб. – темп роста 119% по сравнению с прошлым 2017 годом. Южный регион находится на 5-ом месте согласно рейтингу регионов России по собранным страховым премиям и на 1-ом месте среди субъектов Южного федерального округа. [4]

В Краснодарском крае на пятерку крупнейших страховщиков приходится около 46% общего количества собранных страховых премий. Лидеры-компании края представлены на рисунке 1.

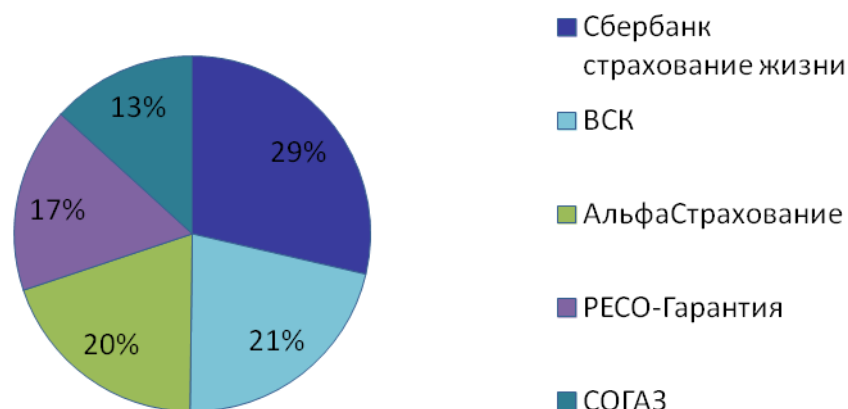


Рисунок 1 – страховые компании-лидеры по общим сборам страховых премий на территории Краснодарского края

По ОСАГО Краснодарский край занимает 4-е место среди субъектов РФ. Сборы страховых премий в 2018 году остались на уровне прошлого года и составили 9,1 млрд рублей. Выплаты по ОСАГО составили 8 млрд рублей, что на 24 меньше 2017 года. Страховые компании - лидеры по сборам ОСАГО на территории края:

1 ОАО «АльфаСтрахование» (1 743 768 тыс рублей или 19 % краевого рынка ОСАГО).

2 СПАО «РЕСО-Гарантия» (1 468 247 тыс рублей или 16 % краевого рынка ОСАГО).

3 САО «ВСК» (1 237 121 тыс рублей или 13,5 % краевого рынка ОСАГО).

4 СГ «СОГАЗ» (775 006 тыс рублей или 8,5 % краевого рынка ОСАГО).

5 СПАО «Ингосстрах» (511 783 тыс рублей или 5,6 % краевого рынка ОСАГО). [4]

На рисунке 2 представлен список страховых компаний по продукту ОСАГО, разделенный в зависимости от количества баллов, выставленных клиентами, от количества и качества отзывов, а также от активности представителей страховой компании при решении проблем клиентов [5].



Рисунок 2 – Клиентский рейтинг компаний автострахования 2018 года в Краснодарском крае

Краснодарский край является экономически развитым регионом. Рынок автострахования не исключение. Но чем прогрессивнее отрасль, тем больше в ней мошенников. Общая тенденция криминализации этого сегмента активно тормозит ее развитие в Краснодарском крае. Именно для этого администрация региона решила создать рабочую группу по мониторингу и анализу ситуации на рынке страхования.

Основным направлением этой группы должна быть борьба с мошенничеством в сфере ОСАГО. Так, например, за 2016 и начало 2017 года в крае было зафиксировано более 223 фактов разного рода мошенничества. В частности это оформление полиса уже неисправных транспортных средств на момент страховки, подстроенные ДТП и завышение независимыми экспертами ущерба от аварий. В результате всех этих мошеннических схем в Краснодарском крае стоимость страхового случая является одной из самых высоких.

С развитием цифровых технологий и компьютеризации сфер жизни общества в области автострахования появились электронные полисы. С одной стороны, это удобная платформа, так как экономит время страхователя, не требует личного присутствия. Но, с другой стороны, это еще одна возможность для мошенников, в связи с этим существуют множество поддельных сайтов. Это считается еще одной проблемой на рынке автострахования.

Еще одним нововведением, коснувшимся не только Краснодарский Край, но и страну в целом, стали изменения в тарифах и коэффициентах расчета ОСАГО. Теперь вместо 4 коэффициентов (возраст, стаж, мощность транспортного средства и территория прописки страхователя) будут применяться 58. Эта политика либерализации ОСАГО по словам президента ВВС и РСА должна вывести Краснодарский край в «зеленую зону» по убыточности этого вида страхования. По сравнению с предыдущим 2016 и 2017 годом регион находится на 31 месте по убыточности ОСАГО.

Но ситуация продолжает оставаться неблагоприятной. По итогам 2018 года убыточность от деятельности автостраховщиков в крае составляет около 150%, значит, на каждый полученный рубль страховщики выплачивают 1,5-2 рубля. Это влияет на страховщиков, стимулируя их повышать тарифы. Также,

например, многие компании Краснодара, отказывают в страховке ОСАГО, лицам, проживающим в Адыгее, так как он считается одним из убыточных регионов.

Вследствие этих неблагоприятных явлений, компании разрабатывают актуальные продукты, для того, чтобы обезопасить своих клиентов. Например, полис «Ремонт у дилера» и «Поддержка», помогающий страхователю оплатить ремонт транспортного средства без учета износа и даже, если у виновника нет полиса ОСАГО или полис поддельный.

Таким образом, рынок автострахования в Краснодарском крае развивается, но медленными темпами. С каждым годом выплаты по ОСАГО снижаются, что говорит об уменьшении убыточности региона. При этом центральной проблемой остается мошенничество. Но с помощью комплексных действий со стороны административной власти и правоохранительных органов эта ситуация может улучшиться.

Литература:

1. Игонина Л.Л., Базык Е.Ф. Управление финансовой устойчивостью страховых организаций. Краснодар, 2010. – 214 с.

2. Основы организации страхового дела в Российской Федерации: федеральный закон от 27 ноября 1992 № 4015 - 1 (ред. от 26.07.2017). Доступ из справ. – правовой системы «Консультант Плюс».

3. Компании – гегемоны рынка автострахования Краснодарского края : статья в сборнике трудов конференции / Карабак А.А., Митина А.Е., Мамаев Д.И. – Краснодар: сборник статей Международной научно-практической конференции. 2017 – 32-36с.

4. Официальный сайт Администрации Краснодарского края [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: <https://admkrai.krasnodar.ru/>

5. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: <https://www.cbr.ru>

6. Рейтинг присутствия страховых компаний в вашем регионе [Электронный ресурс]. Режим доступа URL: <https://www.sravni.ru/strakhovye-kompanii/rating/krasnodar/>

УДК 338.46

Нуроудинов Н.А.,

студент 1 курса

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: Nurudin18@mail.ru

Научный руководитель:

Берлин С.И.,

профессор, д.э.н.,

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: Siberlin@fa.ru

Перспективы развития франчайзинга в России в условиях экономической нестабильности

Аннотация: В данной статье рассмотрены проблемы малого бизнеса при работе с франшизой в особенностях развития франчайзинга в России. Так же описывается текущая обстановка в области Российского франчайзинга, предложены меры законодательного регулирования данной сферы и возможные пути защиты репутации марки и обеспечения безопасности франчайзи от возникающих проблем в данной области.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзи, франчайзер, бизнес, предприниматель, Россия, франшиза.

Nurodinov N.A.

1st year student

Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)

Krasnodar, Russia

e-mail: Nurudin18@mail.ru

Supervisor:

Berlin S.I.,

Professor, Doctor of Economics,

Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)

Krasnodar, Russia

e-mail: Siberlin@fa.ru

Perspectives of the development of franchising in Russia in the conditions of economic instability

Annotation: This article deals with the problems of a small business operating on a franchise basis. Also the current situations describes in the field of Russian franchising. I suggested: measures of legislative regulation in this area and possible ways to protect the reputation of the brand and ensure the safety of the franchisee from emerging problems in this area.

Key words: franchisee, franchiser, business, entrepreneur, Russia, franchise.

Франчайзинг – это способ ведения бизнеса, при котором компания производитель значительно снижает свои затраты на формирование и популяризацию торговой марки. В России франчайзинг зародился в 90-х гг., из-за того, что появилась необходимость в новом способе ведения бизнеса. Изначально данный бизнес не имел ожидаемого успеха у отечественных предпринимателей. В последние годы количество приобретаемых франшиз значительно возросло, но данный бизнес развивается не достаточно равномерно в условиях нестабильного экономического положения России. Обращаясь к статистике, можно сделать вывод, что на начало 2018 года для данного вида бизнеса наиболее выгодными сферами стали: розничная торговля одеждой, сфера общественного питания, туристический и гостиничный бизнесы.

Как отмечалось ранее, в России на данный момент франчайзинг не достиг нужного уровня, в сравнении с зару-бежными странами. Сегодня лишь немно-

гие российские регионы используют франчайзинг достаточно широко. Как правило, это крупнейшие экономические центры России. Более мелкие города как: Нижний Новгород, Самара, Ульяновск, Екатеринбург и прочие, только начинают осваивать данный способ ведения бизнеса, число их компаний увеличивается с каждым годом. Это связано с тем, что в данных городах отмечается экономический рост, и они имеют большое количество свободных ниш, привлекательных для данной сферы бизнеса.

К январю 2018 года в России уже функционирует около девятистот франчайзинговых моделей. Около 35% из них составляют франшизы отечественного происхождения. По статистике из всех вновь образованных предприятий 78% прекращают свою деятельность в течение первых пяти лет (только за 2015 год число ИП в России сократилось на 74228), а из фирм, созданных в рамках франчайзинга – только 14% [1]. Из этого можно сделать вывод, что франчайзинговые модели вызывают больший интерес у потребителя, поэтому они лучше приживаются на рынке. Отмечается тенденция того, что люди стремятся не только приобретать франшизу, но и развивать свой бизнес по данной модели.

Рассмотрим преимущества франчайзинговой системы:

1. Минимальные затраты на рекламу и маркетинг;
2. Проверенный рынок потребителей и наличие ценной репутации;
3. Доступ к базе данных франчайзера. Гарантированное обучение ведения бизнеса.

Подготовленная к поставке продукция [4].

Главным является тот факт, что есть возможность убедиться в жизнеспособности бизнеса на рынке.

Франчайзинговая модель способна разрешить многие проблемы и задачи страны. Она способствует развитию малого и среднего бизнеса, но, к сожалению, государство не дает необходимых условий для развития данной сферы бизнеса. Еще одним препятствием для открытия данной модели являются достаточно крупные вложения, необходимые для паушального взноса, то есть платы за вступление в ряды франчайзи. На рынке возникают предложения, где начальный капитал составляет около 200-300 тыс. руб., но такие ситуации редкость. Чаще всего, чтобы дело оказалось прибыльным, для открытия предпринимателю необходимо иметь от 3 млн. руб. и более. Накопить достаточную сумму для такого паушального взноса оказывается очень сложной задачей. Таким образом, большое количество амбициозных и способных людей, желающих попробовать себя в новом направлении бизнеса просто отсекается из-за неспособности накопить достаточную сумму для открытия своего дела, а получение кредита на запуск франшизы имеет достаточно сложностей, несмотря на незначительную поддержку государства.

Основой заработка франчайзера является паушальный взнос и роялти, то есть процент от прибыли или оборота партнеров. Туристические, риэлтерские и иные услуги подразумевают первый тип вознаграждения – паушальный взнос. Так как данная система франчайзинга самая слабо зависимая от франчайзи,

контролировать партнера становится сложной задачей, отсюда крупные паушальные взносы, чтобы покрыть риски [5].

Что касается роялти, то возникают ситуации, когда очень сложно определить реальный процент от фактической выручки, в связи с сокрытием неофициальных сумм. Данная проблема актуальна, например, для риэлтерских услуг, где партнеры могут договориться и скрыть реальную сумму вознаграждения от сделки. Таким образом, размер роялти на российском рынке составляет примерно 5-9%. Эта система начисления роялти применяется в самых развивающихся направлениях: розничной торговле и общественном питании, занимающих больше половины рынка франшиз [2]. Так как российское законодательство не имеет понятия франчайзингового договора, система франчайзинговых отношений не имеет подкрепления правовой базой. Глава 54 Гражданского кодекса РФ не может применяться к понятию франчайзинга, к тому же отношения между сторонами прописаны в очень строгой форме, что мешает полноценному развитию данного бизнеса. Так же способ ведения российского бизнеса отличается своей скрытностью, что является существенным различием от франчайзинговой системы зарубежных стран, таких как Канада, Франция, США, Испания т.д. Законодательство представленных стран предоставляет субъектом франчайзинга полную информацию о своем бизнесе, и за нарушение данных положений о построении партнерских отношений между сторонами франчайзинга предусматривает жесткие санкции и уголовную ответственность. Для того чтобы решить большинство проблем российского франчайзинга, в том числе связанных с замкнутостью российского бизнеса нужно внести изменения в проекты законов РФ в области франчайзинга, чтобы бизнес имел твердую правовую основу и возможности для своего дальнейшего развития. В противном случае, Россия будет вынуждена столкнуться с такой проблемой как наличие большого числа компаний франчайзеров, которые осуществляют сбор роялти, но не предоставляют значительного количества услуг взамен, то есть стоящими на пороге своего развития [6]. Решения остальных проблем можно добиться с развитием рынка, банковских систем, повышением грамотности предпринимателей в сфере бизнеса. В России необходимо уделить особое внимание различным программам поддержки франчайзинга и улучшению условий для предпринимательства. Для этих целей в 1997 году в России была создана некоммерческая организация - Российская ассоциация франчайзинга [3]. На данный момент РАФ активно осуществляет свою деятельность в Москве и других регионах. Благодаря внесенным изменениям РАФ в приказ Минэкономразвития о поддержке малого и среднего бизнеса, франчайзи могут получать ряд государственных субсидий. Следует уделить большое внимание проблеме связанной с санкциями из-за внешнеэкономического напряжения между Россией и странами Евросоюза и США. Данная ситуация значительно отразилась на бизнес – сфере и франчайзинговой системе России, несмотря на то, что страна ищет новые пути и варианты замены санкционных продуктов и товаров. Но не стоит забывать о вариантах франчайзинговых моделей, которые поддерживают отечественного производителя, на чьих поставках санкции не отражаются, поэтому в условиях внешнеэкономического кризиса приобретать данные франши-

зы не менее выгодно. В завершение, хотелось бы отметить, что в России франчайзинг развивается в положительной динамике, несмотря на все присутствующие проблемы и препятствия. Как уже было отмечено, государству следует внести изменения в законодательные акты, касающиеся предпринимательской и франчайзинговой деятельности, ориентируясь на мировые стандарты, для того, чтобы дать возможность сравнительно новой системе бизнеса получить достаточный толчок для роста на российском рынке. Таким образом, если франчайзинг будет развиваться в достаточном темпе, то он получит значительное укрепление на российском рынке.

Литература:

1. Перспективы развития франчайзинга в России [Электронный ресурс] // Журнал «Маркетинг в России и за рубежом», 2017
2. Структура рынка франчайзинга [Электронный ресурс] // Торгово-промышленная палата РФ, 2018.
3. Преимущества и недостатки применения франчайзинга для Российских пред-принимателей [Электронный ресурс] // Интернет-библиотека, 2017.
4. Плюсы и минусы франчайзинга [Электронный ресурс] // Стратегия роста.
5. Коммерческая концессия [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал Гарант, 2017.
6. Берлин С.И. Конкурентный потенциал Российской Федерации как драйвер ее социально-экономического развития // Вестник Академии знаний. 2018. № 2 (25). С. 47-54.

УДК 338.242.4

*Шурбаева П.А., Ольховская Е.А., Богданова А.В.,
студенты 2 курса
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: shurbaeva_polina@mail.ru*

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

Экономическая роль государства и формирование рыночного хозяйства

Аннотация: В статье исследуются функции государства в формировании и обеспечении эффективного функционирования рыночной экономики. Целью работы является изучение экономической роли государства и формирования рыночного хозяйства на примере Российской Федерации. Рассмотрены исторические аспекты государственного участия в экономике в различных моделях хозяйствования, а также проведён анализ воздействия государства на экономи-

ку РФ. Сделаны выводы о функциональной роли государственного аппарата в формировании современной рыночной системы.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, монополизация, экономический потенциал, регулирование экономики, конкуренция, государственные методы.

*Shurbaeva P.A., Olkhovskaya E.A., Bogdanova A.V.,
students, 3 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: shurbaeva_polina@mail.ru*

*Scientific adviser:
Berlin SI,
Doctor of Economics, Professor
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: siberlin@fa.ru*

The economic role of the state and the formation of a market economy

Abstract: The article examines the functions of the state in shaping and ensuring the effective functioning of a market economy. The aim of the work is to study the economic role of the state and the formation of a market economy on the example of the Russian Federation. The historical aspects of state participation in the economy in various models of economic management are considered and analysis of the impact of the state on the economy of the Russian Federation. Conclusions about the functional role of the state apparatus in the formation of the modern market system are made.

Keywords: entrepreneurial activity, monopolization, economic potential, regulation of the economy, competition, government methods.

На современном этапе развития в условиях стремительных изменений в экономическом мире просто необходимо находить эффективное равновесие роли государства и рыночных отношений, которое бы способствовало благополучию населения и достижению выгодного положения национальной экономики в мировом экономическом пространстве.

Роль государства в формировании рыночного хозяйствования осуществляется через его функции. В результате исследования, мы выявили, что государственное регулирование является необходимой частью развития экономики, оно в определенной степени должно существовать во всех типах экономических систем, потому что некоторые функции для поддержания стабильного развития хозяйствования, как, например, создание правовой основы и защита конкуренции, не под силу даже рыночному механизму [5]. Действительно, ведь цели большинства субъектов рынка — это извлечение прибыли, цели же государства, как мы видим, абсолютно иные.

Отношение к государственному регулированию экономики было различным на разных этапах ее становления и развития. Это можно рассмотреть, ис-

ходя из различных экономических теорий. Кейнсианская теория предполагает необходимое вмешательство государства в экономику, так как рынок не мог самостоятельно достичь равновесия. Неолиберальная модель – довольно неоднородная совокупность различных теорий и школ. В целом все они сводятся к отказу от государственного вмешательства регулирования экономики. Свободный рынок и неограниченная конкуренция являются основным средством обеспечения прогресса и достижения социальной справедливости.

Государство для выполнения своих функций через регулирование экономики использует методы, которые классифицируются по характеру действия, на экономические и прямые. Среди методов регулирования нельзя однозначно определить максимально эффективные или менее полезные [6]. Самое главное – определить, в каких областях уместно применение тех или иных мер.

За последние 28 лет в России сменились три модели государственного воздействия на экономику. Сначала было командно-административное управление, затем либеральная система регулирования, при которой государство обеспечивает «саморазвитие экономики». Нынешняя либеральная система характеризуется усилением госрегулирования в определённых сферах, как обороноспособность и развитие экспортного потенциала.

Сегодняшняя система характерна: предоставлением госзаказов, созданием благоприятных условий для развития науки, поиском перспективных отраслей экономики, обеспечения государственных гарантий масштабных кредитных и лизинговых сделок при одновременном создании благоприятных условий для развития частного предпринимательства [7].

В экономике России в основном существуют естественные монополии, к главным из которых относятся следующие: «Газпром», РАО «ЕЭС России» и ОАО «РЖД». Также существует еще ряд национальных монополий, близких им по типу, такие как: «Сбербанк», «Транснефть», «Росатом» и другие. Для преодоления степени монополизации в России необходимо проводить антимонопольное регулирование и вводить различные программы для развития конкурентного рынка. План мероприятий по развитию конкуренции и антимонопольного регулирования в РФ представлен на сайте Федеральной антимонопольной службы на период 2013-2024 гг. Свободная конкуренция способствует появлению и развитию новых технологий, поиску эффективных способов производства. Согласно этому, усилия ФАС России направлены на пресечение ограничивающих конкуренцию действий со стороны хозяйствующих субъектов, субъектов естественных монополий и органов власти.

Говоря о перспективных направлениях развития экономики страны, стоит упомянуть национальные цели развития государства, установленные Президентом РФ. основополагающей из них является — «повышение качества жизни и благосостояния граждан». посредством выполнения своих функций государственные органы разрабатывают планы для достижения поставленной задачи. Так, Минфин, разрабатывая план мероприятий по расширению потенциала страны, поставило задачи, направленные на ускорение темпов роста инвестиций в основной капитал и повышение их доли в ВВП до 25%. посредством нового разработанного государством подхода - стратегической приоритизации

расходов бюджета, основой которых являются национальные проекты, происходит качественное налаживание хозяйствования. Одним из таких проектов является «Производительность труда и поддержка занятости», целью которого является увеличение данных показателей на 2 %. Для достижения данной цели и целей остальных проектов, в соответствующем документе Минфина кратко изложены актуальность вопроса, задачи и планируемые мероприятия.

В нынешней сложившейся ситуации в российской экономике существуют несколько проблем государственного регулирования, и они сопряжены с соответствующими аспектами.

Во-первых, в России отсутствуют достаточно развитые институты в сфере экономики, регулирующие абсолютное большинство экономических агентов и их эффективное развитие.

Во-вторых, экономическое регулирование осуществляется на общегосударственном уровне и не в состоянии учитывать функциональные и инфраструктурные институты.

В-третьих, за счет отсутствия существенного влияния крупных структурных единиц хозяйственной системы, которое они могли бы оказывать на реализацию государственной экономической политики в области госрегулирования.

Не стоит забывать и о мотивации к развитию экономики страны, ведь она невозможна без определённых и конкретных гарантий со стороны государства и бизнеса в последующем востребованности специалистов и социальной защищённости.

Приходим к выводу, что первостепенной задачей государственного регулирования является обеспечение стабилизации экономики и экономического роста производства. Её решение в полной мере зависит от способности и компетентности государственных структур осуществлять управление национальной экономической системой страны.

Итак, роль государства на современном этапе развития Российской Федерации нельзя переоценить, так как сегодня государственный аппарат решает массу экономических проблем, затрагивает все стороны хозяйствования, определяя при этом фундаментальные нормы и принципы взаимоотношений между хозяйствующими субъектами.

Литература:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 г. № 145 ФЗ (с изм. от 29.07.2018 г.). – URL: <http://www.consultant.ru>.

2. Федеральный закон от 29.11.2018 N 459-ФЗ «О федеральном бюджете на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов». – URL: <http://www.consultant.ru>.

3. Федеральный закон № 147-ФЗ «О естественных монополиях». – URL: <http://www.consultant.ru>.

4. «Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов» (утв. Минфином России) // Москва. — 2018. — 26 с. — URL: <http://www.consultant.ru>.

5. Кравченко Н.П., Берлин С.И. Управление государственными и муниципальными финансами. Кубанский государственный университет. Краснодар, 2018.

6. Государственное регулирование экономики : учебник / И.С. Цыпин, В.Р. Веснин. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 296 с.

7. Берлин С.И., Кравченко Н.П., Берлина С.Х. Актуальные вопросы формирования конкурентного потенциала в системе социально-экономического развития России // Современная научная мысль. 2018. № 1. С. 130-138.

УДК 811.35

Решетникова Я. В.,

студент 1 курса

Кубанский государственный технологический университет

г. Краснодар, Россия

e-mail: yanita-ta777@mail.ru

Научный руководитель:

Веселова Н.Ю.,

доцент, к.э.н.

Кубанский государственный технологический университет

г. Краснодар, Россия

e-mail: veselova111@inbox.ru

Социально-экономическое проектное управление по разработке мер, направленных на развитие языков и культуры народностей, проживающих на территории муниципального образования

Аннотация. В статье исследуются проблема сохранения и развития национального государственного языка в Кабардино-Балкарской республике в муниципальном образовании г. Нальчик и предлагаются пути решения данной ситуации, исследуя вопрос местного значения от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

Ключевые слова: национальный язык, этноязыковая ситуация, глобализация, популяризация, коммуникативная деятельность.

Reshetnikova Ya. V.,

1st year student

Kuban State Technological University

Krasnodar, Russia

e-mail: yanita-ta777@mail.ru

Supervisor:

Veselova N.Yu.,

Associate Professor, Ph.D.

Kuban State Technological University

Krasnodar, Russia e-mail: veselova111@inbox.ru

Socio-economic project management to develop measures aimed at the development of languages and cultures of ethnic groups living in the municipality

Annotation. The article examines the problem of preserving and developing the national state language in the Kabardino-Balkarian Republic in the municipality of Nalchik and suggests ways to solve this situation by exploring the issue of local importance No. 131-ФЗ dated October 6, 2003 "On the general principles of local self-government in the Russian Federation".

Key words: national language, ethno-linguistic situation, globalization, popularization, communicative activity.

Язык - уникальное явление, которое веками бережно хранит историю своих носителей, отражает их этнические особенности в мировой сокровищнице культуры.

Актуальность исследования заключается в том, чтобы способствовать сохранению национальных языков народов России, которые нужно возрождать на современной основе, потому что каждый год в мире становится все меньше людей знающих свой родной язык. Может случиться так, что в скором времени многие языки исчезнут - и это будет катастрофа.

Предметом изучения является МО г. Нальчик и Министерство образования, науки по делам молодежи Кабардино-Балкарской Республики. Наше исследование предусматривает 5 этапов.

1 этап – изучение вопроса местного значения по Федеральному закону от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

2 этап - создание социального проекта по вопросу местного значения;

3 этап - внедрение социального проекта по вопросу местного значения;

4 этап - анализ эффективности проекта;

5 этап - разработка проекта и подведение итогов.

Кабардинский и балкарский языки отнесены ЮНЕСКО к категории уязвимых языков.

Как и в любом поселении, в Республике Кабардино-Балкарии вопросам культуры и образования населения уделяется большое внимание как со стороны властей, так и со стороны самого народа.

В настоящее время в КБР переживается глубокий кризис, связанный с состоянием национальных языков – кабардинского и балкарского. Он отражает общую подобную тенденцию на Северном Кавказе и России в целом. В результате общественного форума (март 2014 г.) с участием научной, творческой интеллигенции были подведены неутешительные выводы: в республике отмечен глубокий кризис литературного языка. Без литературного языка любой язык обречен на деградацию.

В рамках нашего исследования было проведено анкетирование (опрос) граждан республики и работников Министерства культуры муниципального образования г. Нальчик на тему: «Диалог Народа» по вопросу местного значения (данные на слайде). К сожалению, в результате опроса, мы убедились в

том, что уровень знания родного языка у большинства опрошенных лишь на бытовом уровне.

Исходя из вышесказанного, нами был осуществлен Социальный проект «Диалог Народа» к муниципальной программе «Развитие культуры в городском округе Нальчик», который включал в себя следующие мероприятия:

- были созданы площадки и организовано проведение показа фильмов на кабардинском (балкарском) языке «Язык-кино»;
- был создан сайт с информацией о проведении мероприятий с названием «Поймем родной язык»
- проведены внеклассовые мероприятия по изучению родного языка
- проведены игры «Говорим на родном языке» для молодежи, в последствие можно преобразовать в олимпиаду;
- были организованы ежегодные чтения «Дни национальной культуры кабардинского и балкарского народа»;
- проведен ежегодного конкурса «Лучший учитель родного языка».

Внедренные мероприятия показали высокую эффективность и привлекли внимание общественность, молодёжь и местное население, владеющее родным языком.

Финансирование проекта осуществляется за счет спонсоров.

На основе проведённых исследований предлагаем:

1) Создание мобильного приложения «Родной язык». В данном приложении будет функционировать такая функция как перевод слов с русского на кабардинский (балкарский) и наоборот, также там можно будет посмотреть разные видео, фильмы с субтитрами, пройти несколько обучающих уроков, послушать национальные песни.

2) Внедрение языковых курсов для школьников.

В заключении, хочется еще раз подчеркнуть, что обучение родному языку – дело большой государственной важности. Знания родного языка делает нас настоящими гражданами своего государства. Язык - это не просто средство общения между людьми, это настоящее сокровище, переданное нам предками. Знание родного языка, чтение литературы на нем выдает в нас людей образованных, ценящих культурное наследие своей Родины. Язык делает уникальным нашу богатую культуру, которой необходимо гордиться. От того, как будет владеть, и распоряжаться языковым богатством каждый из нас и все мы вместе, зависит настоящее и будущее нашей национальной культуры.

Литература:

1. "Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993);

2. "Конституция Кабардино-Балкарской Республики" от 01.09.1997 N 28-РЗ (принята Парламентом КБР 01.09.1997);

2. Федеральным законом от 06.10.2003 N 131-ФЗ "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации";

3. ОО « Кабардино – Балкарский региональный правозащитный центр»
http://www.zpravakbr.ru/index.php?option=com_content

Степанова Г.Ю.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г.Краснодар, Россия
e-mail: galinastepanova99@mail.ru

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

Перспективы и проблемы развития малого бизнеса в Краснодарском крае

Аннотация: В данной работе рассматриваются перспективы и проблемы развития малого бизнеса в Краснодарском крае, а также ключевые особенности и распределение малых предприятий по видам экономической деятельности.

Ключевые слова: Краснодарский край, малый бизнес, регион, факторы, инвестиции, МФК.

Stepanova G. Yu.,
1st year student
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: galinastepanova99@mail.ru

Supervisor:
Berlin C. I.
Doctor of Economics, Professor
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: SIBerlin@fa.ru

A feature of the tax audit

Annotation: This paper discusses the prospects and problems of small business development in the Krasnodar region, as well as the key features and distribution of small businesses by economic activity.

Keywords: Krasnodar region, small business, region, factors, investments, small forms of management.

В любой развитой стране присутствует необходимое количество высоко-развитого и эффективного малого бизнеса, который составляет успешное развитие экономики этих стран, включая их выход на новый уровень на международной арене, и Россия не является исключением.

Следовательно, малый бизнес – это важнейший элемент современной экономической системы, увы, без которого как экономика, так и общество не может эффективно развиваться.

Краснодарский край – это не только выгодное географическое положение, высокий ресурсный и кадровый потенциал, это еще и

- 17 млн. туристов,
- это более 7,5 субъектов малого бизнеса,
- 16 тыс. МФХ,
- это 5 место по объему привлекаемых инвестиций.

Субъекты малого бизнеса Краснодарского края сосредоточены в более 16 отраслях экономики: от агропромышленного производства до деятельности в области здравоохранения и социальных услуг.

Рассмотрим основное распределение малого бизнеса по видам экономической деятельности в таблице 1.

Таблица 1 – Распределение малых предприятий по видам экономической деятельности Краснодарского края за 2018 г.

	По видам экономической деятельности		Оборот по видам экономической деятельности		Инвестиции в основной капитал	
	На 31 декабря 2018г.		В 2018г.		В 2018г.	
	Единиц	В % к итогу	Млн. рублей	В % к итогу	Млн. рублей	В % к итогу
Всего	6 888	100	857 854,6	100	14 646,5	100
из них: Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	336	4,9	41 141,1	4,8	4 165,4	28,4
Обрабатывающие производства	864	12,5	107 538,9	12,5	1 281,3	8,7
Строительство	897	13	64 406,1	7,5	1 825,8	12,5
Торговля оптовая и розничная;	2 103	30,5	461 072,3	53,7	3 456	23,6
Транспортировка и хранение	391	5,7	3 3691,4	3,9	1148,6	7,8
Санаторно-курортный комплекс	438	6,4	26 593,7	3,1	71,9	0,5
Образование	9	0,1	410,7	0	-	-

Видим, что большинство субъектов малого предпринимательства с большими оборотами зафиксированы в сферах:

- торговли – 2103 единицы;
- строительства – 897 единиц.

В целом объёмы выполненных работ по региону, согласно данным Краснодарстата [1], за 2018 год составили 287,8 млрд руб. В общей сложности было введено около 1,5 тыс. зданий в эксплуатацию. По сравнению с 2017 годом этот

показатель ниже на 11,5%. что связано с сокращением на 25,5 % объёмов работ по строительству мостов и тоннелей ввиду завершения возведения автомобильной части Крымского моста.;

- обрабатывающего производства – 864 единицы;
- санаторно-курортный комплекс – 438 единиц.

На XV Форуме межрегионального сотрудничества Казахстана и России прошла презентация курортов Краснодарского края, в 2018 году курорты региона приняли более 17 млн. туристов. Однако 60 % малого бизнеса находится в тени. Это: реально функционирующие нелегальные гостиницы, стихийные нелегализованные точки общественного питания, а также передвижная торговля.;

- транспортировки и хранения – 391 единица;
- сельское хозяйство – 336 единиц.

Что на счет сельского хозяйства, то регион занимает ведущее место по изготовлению и переработке сельскохозяйственной продукции в стране. Аграрная зона края занимает 1/10 часть всего ЮФО. В ней преобладают черноземные почвы, так как непосредственно в ней заключается все необходимые свойства для выращивания сельскохозяйственных культур. Но в связи с неблагоприятными погодными условиями в 2018 году в сфере сельского хозяйства объём производства продукции снизился на 4% к уровню 2017 года, в результате недобора осадков и высоких температур, ведущих к засухе.

В структуре инвестиций в основной капитал наибольший удельный вес занимает сфера сельского хозяйства 28,4%, за ней следует сфера торговли 23,6%, научная и техническая деятельность 14, 2% и строительство 12,5%. Наименьший удельный вес занимает сфера образования, так как за 2018г. инвестиций не зафиксировано.

Если рассматривать центр ЮФО г. Краснодар, то большая часть субъектов малого бизнеса за 2017г. зафиксировано в сферах:

1. торговли более чем 117,5 тыс. предприятий, из них 1,5 тыс. малых предприятий, и более 100 тыс. ИП и КФХ;
2. транспортировке и хранения – 29 460 предприятий, малых – 242, и более 26,5 тыс. МФХ (малые формы хозяйствования).
3. строительство – около 19,5 тыс. предприятий, из них малых зафиксировано 273 единицы.
4. аграрный комплекс – в нем зафиксировано более 18 тыс. предприятий, 300 из них это малые предприятия, и свыше 16,5 тыс. МФХ. Общий объём производства МФХ за 2018г. составил: более 1000 тонн мяса, более 7 млн. единиц яиц, а также действуют в общей сложности около 800 теплиц.
5. сама малая часть в санаторно-курортном комплексе. наблюдается и в сфере инвестиций – 48 малых предприятий в Краснодаре (таблица 2) [2].

Таблица 2 – Распределение малых предприятий по видам экономической деятельности г. Краснодар за 2017 г.

	Аграрный комплекс	Строительство	Торговля оптовая и розничная	Обрабатывающее производство	Санаторно-курортный комплекс	Транспортировка и хранение	Инвестиции
Всего	18 428	19 419	117 677	16 603	12 051	29 460	43
Крупное	7	22	118	70	1	27	2
Среднее	40	54	262	75	7	28	2
Малое	300	273	1 583	355	58	242	14
Микро	1 548	6 007	14 385	3 708	2 307	2 580	25
МФХ	16 533	13 063	101 329	12 395	9 678	26 583	-
в т.ч. ЛПХ	16 000	-	-	-	-	-	-
ИП и КФХ	533	13 063	101 329	12 395	9 678	26 583	-

Рассмотрим сферу инвестиций по подробнее.

Согласно данным Краснодарстата в 2017 году в экономику региона было вложено в основной капитал около 480 млрд. руб. инвестиций. По общему объему инвестиций Краснодарский край удерживает лидирующие позиции в ЮФО. В 2018 году регион занимает 6 место (вместо 7 места) в национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в субъектах РФ, в следствие чего можем говорить о росте инвестиционной привлекательности региона.

Ключевым моментов является то, что рост был достигнут благодаря усилиям местных инвесторов, компаний, а также деловыми партнерами региона, являющиеся ими в течение долгового времени [6].

По итогам года наибольшая инвестиционная активность была зафиксирована в таких видах экономической деятельности, как:

- транспортировка и хранение – 50,7 млрд рублей,
- обрабатывающие производства – 34,1 млрд рублей,
- развитие сельского хозяйства – 10,5 млрд рублей,
- обеспечение электрической энергией, газом и паром – 7,1 млрд рублей,

- оптовая и розничная торговля – 6,1 млрд рублей,
- деятельность в области информации и связи – 3,6 млрд рублей.
- санаторно-курортный комплекс – инвестиции в основной капитал организаций за последние 5 лет составили 135,2 млрд.руб.;

Как в России в целом, так и в Краснодарском крае малый бизнес столкнулся с рядом проблем, которые препятствуют его развитию

Одной из ключевых проблем, сдерживающих развитие бизнеса, является общедоступность кредита. В соответствии со статистикой Европейского центрального банка в еврозоне для кредитов малым предприятиям в период до 1 года ставка составляла в феврале 2018 года 1,62% годовых, а для крупных – 1,35% годовых. Для кредитов с сроком больше 1 года ставки составили 1,66% и 1,14% соответственно. Для отечественного малого бизнеса реальная ставка по кредитам сроком больше 1 года на начало 2018 г. составляла не менее 7%, что стремительно сужало возможности заимствований.

Следующий фактор – уровень обязательных платежей в государственные внебюджетные фонды. Малый бизнес платит свыше 34% налога на 1 работника. Но как гласит налоговая теория, что совокупный налог свыше 30% является неэффективным и побуждает налогоплательщика от него уходить [7, 8].

Особую роль играет государственная программа поддержки малого предпринимательства. В соответствии с майскими указами Владимира Владимировича Путина [3]:

1. К 2024 году в области МСП (по данным Минэкономразвития [4] на май 2018 года) должно быть занято 25 млн. человек;
2. Доля малого бизнеса должна увеличиться до 40%;
3. Доля МСП в экспорте должна дойти до 10%.

И в свою очередь обязало госкомпании и бюджетным организациям проводить часть закупок у малого бизнеса; установило льготные налоговые режимы, льготные кредиты; организовало программы обучения предпринимателей; осуществило множество различных развивающих мероприятий и так далее.

Однако на поддержку аграрного комплекса из бюджета Краснодарского края было выделено 1 115 244 тыс. руб., с Федерального бюджета 3 946 058 тыс. руб.

Так программой «Развитие малых форм хозяйствования в агропромышленном комплексе муниципального образования город Краснодар» предусмотрено осуществление поддержки сельскохозяйственного производства в Краснодарском крае в части предоставления субсидий гражданам, ведущим личное подсобное хозяйство, крестьянским (фермерским) хозяйствам, индивидуальным предпринимателям, осуществляющим деятельность в области сельскохозяйственного производства, за счет субвенций, предоставляемых местному бюджету (бюджету муниципального образования город Краснодар) из краевого бюджета.

На поддержку субъектов МФХ было выделено 4 380,4 тыс. рублей (3 000,0 тыс. рублей за счет средств местного бюджета, за счет средств краевого бюджета – 1 380,4 тыс. рублей).

Подводя итог можно сказать, что малый бизнес находится в состоянии стагнации. Все вышеперечисленные факторы в большей степени препятствуют развитию малого бизнеса, кроме аграрного комплекса.

Литература:

1. *krsdstat.gks.ru*
2. <http://www.spark-interfax.ru/ru/statistics/region/03000000000>
3. <http://kremlin.ru/events/president/news/57425>
4. <http://turstat.com>
5. <http://stolypin.institute/wp-content/uploads/2018/07/issledovanie-ier-msp-27.07.18.pdf>
6. Берлин С.И., Берлина С.Х., Петров Д.В. Современные тенденции развития российского предпринимательства // Вестник ИМСИТ, 2015. № 1 (61). С. 27.
7. Игониная Л.Л., Ашхотов В.Ю., Берлин С.И., Болдырева Л.В., Бондаренко В.В., Мамонова И.В., Кравченко Н.П., Радченко М.В., Рощектаев С.А., Солонина С.В., Тимошенко Н.В. Инвестиционно-финансовый потенциал устойчивого социально-экономического развития Краснодарского края / Под редакцией Л.Л. Игониной. М.: Русайнс, 2017.
8. Берлин С.И., Кравченко Н.П. Повышение эффективности бюджетно-налоговых инструментов устойчивого развития экономики и социальной сферы Краснодарского края // Научный вестник Южного института менеджмента, 2017. № 2. С. 4-10.

УДК 023.1

*Степченко А.И.,
студент 1 курса
Кубанский государственный технологический университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: alya.stepchenko17@mail.ru*

*Научный руководитель:
Веселова Н.Ю.,
доцент, к.э.н.
Кубанский государственный технологический университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: veselova111@inbox.ru*

Рекомендации по совершенствованию библиотечного обслуживания муниципального образования «город Горячий Ключ»

Аннотация: В статье исследуются проблемы организации библиотечного обслуживания населения в муниципальном образовании г. Горячий Ключ и предлагаются пути решения этих проблем, исследуя вопрос местного значения от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».

Ключевые слова: библиотечное обслуживание, население, муниципальное образование, культура, анкетирование.

*Stepchenko A. I.,
1st year student
Kuban state technological University
Krasnodar, Russia
e-mail: alya.stepchenko17@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Veselova N. Yu.,
associate Professor, Ph. D.
Kuban state technological University
Krasnodar, Russia
e-mail: veselova111@inbox.ru*

Recommendations for improving library services Municipal Formation the «City of Goryachiy Klyuch»

Abstract: The article investigates the problems of the organization of library services in the municipality of Goryachiy Klyuch and offers solutions to these problems, investigating the issue of local importance from 06.10.2003 № 131-FZ "On the General principles of the organization of local self-government in the Russian Federation".

Keywords: library services, population, municipal education, culture, questionnaire.

Муниципальные библиотеки в городах и сельской местности внесли огромный вклад в развитие местного самоуправления посредством своего взаимодействия с органами местной власти и с местным населением. Актуальность исследования заключается в том, что библиотеки традиционно являются особым сектором культурной и информационной сферы общественной жизни в России, составляя треть всей сети библиотек и обслуживая более 40% населения. Максимальная приближенность к людям и доступность позволяет выполнять им роль социального гаранта для самых широких слоев общества в получении знаний и информации, приобщении к культуре.

Основная цель исследования данного вопроса заключается в том, что деятельность органов местного самоуправления должна быть направлена на совершенствование, развитие и обеспечение выполнения мероприятий по организации библиотечного обслуживания населения на территории муниципального образования.

Для реализации поставленной цели исследования органами местного самоуправления, решаются следующие общеобразовательные задачи, которые направлены на:

– активизацию работы по привлечению к чтению, повышению образовательного, интеллектуального, нравственного уровня всех слоев населения района;

- создание комфортных условий для пользователей библиотек, способствующих привлечению новых читателей в библиотеки;
- проведение мониторинга руководителей, специалистов библиотек, а также посетителей.

Объектом исследования является организация библиотечного обслуживания населения в МО г. Горячий Ключ.

Для наиболее полного изучения вопроса местного значения (Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации») города Горячий Ключ, наше исследование предусматривает 3 этапа:

1 этап – предусматривает анализ развития библиотечного обслуживания в МО г. Горячий Ключ

2 этап - анализ социологического исследования граждан МО г. Горячий Ключ по качеству библиотечных услуг и выявлению основных проблем, влияющих на снижение количества абонентов;

3 этап – это разработка социального проекта «Живая книга», а так же сформулированы предложения и рекомендации по совершенствованию процесса реализации полномочий органов местного самоуправления по организации библиотечного обслуживания населения.

На первом этапе мы провели анализ состояния библиотечного дела в МО г. Горячий Ключ, который выявил ряд проблем, на решение которых и направлен комплекс мероприятий проекта. Необходимо отметить тревожную общекультурную тенденцию, наблюдающуюся в МО в последнее время это снижение у населения интереса к книге и чтению.

На втором этапе мы провели анкетирование, в ходе которого было опрошено 100 респондентов. Нами была подготовлена анкета, состоящая из 15 вопросов. В опросе принимало участие 60% городского населения и 40% сельского населения Из этого можно сделать вывод, что треть населения составляют жители сельской местности, а, следовательно, не все жители МО имеют доступ к библиотекам, так как библиотеки имеются не в каждом населенном пункте.

На третьем этапе мы разработали и предложили администрации проект «Живая книга», который частично решает проблемы по организации библиотечного обслуживания в районе. Данный социальный проект позволит задействовать местное сообщество к работе по привлечению населения и особенно детей и подростков к желанию прийти в библиотеку и ощутить радость прикосновения и чтения книги, ощущения книг «в живую», он будет направлен на достижение устойчивого функционирования библиотек, совершенствование качества обслуживания в библиотеках района, так же на повышение читательской активности населения, мотивации к чтению, прививанию любви к книге.

Таким образом, для решения вопроса местного значения по организации библиотечного обслуживания Администрации МО г. Горячий Ключ предлагаем:

- усилить участие граждан в популяризации библиотек;
- наладить более тесное отношение работников администрации с работниками библиотеки.

- формировать устойчивую потребность в чтении как основу непрерывного образования и самообразования, и тем самым внести свой вклад в создание интеллектуальной элиты общества;
- проводить мониторинг деятельности администрации по вопросу местного значения в сфере организации библиотечного обслуживания населения;
- проводить комплекс мероприятий, направленных на популяризацию чтения книг среди населения, привлекать волонтеров;
- ознакомить население с датами проведения «открытых дверей» библиотек, викторинами, конкурсами, мероприятиями, посвященными изучению творчества различных поэтов, поэтических вечеров;
- обучать руководителей и специалистов библиотек на семинарах краевого и регионального уровня, с целью повышения профессиональных компетенций в сфере библиотечного обслуживания;
- организовать курсы повышения квалификации для служащих муниципалитета, которые занимаются вопросом местного значения в сфере библиотечного обслуживания.

Итак, библиотека – одна из организаций, которая занимается интеллектуальной продукцией, участвует в повышении культурного уровня всех сторон жизни общества.

Предоставление доступа к ценностям культурного наследия означает, что библиотека влияет на формирование потребностей людей, способствует обогащению стиля и стандартов потребления.

При выполнении намеченных в проекте мероприятий будет создана эффективная скоординированная система по популяризации посещения библиотек, которая будет нацелена на рост общей грамотности и образованности населения.

Литература:

1. "Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993);
2. Федеральный закон "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" от 06.10.2003 N 131-ФЗ;
3. Федеральный закон от 29.12.1994 N 78-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "О библиотечном деле"
4. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления Российской Федерации»;
5. Закон Краснодарского края от 02.04.1996 № 818-ПК «О библиотечном деле в Краснодарском крае»;
6. Устав муниципального образования город Горячий Ключ Краснодарского края.

*Шуваева А.А.,
студент 3 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: alena.shuvaeva.1998@mail.ru*

*Научный руководитель:
Мазунина М.В.,
к.э.н., доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»
Финансовый университет при правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: MVMazunina@fa.ru*

Проблемы борьбы с коррупцией в России

Аннотация: в статье поставлена задача поиска путей решения трудностей, связанных с наличием высокого уровня коррупции в крупных организациях и на предприятиях. Рассматриваются необходимые меры для снижения уровня коррупции, а также правила для его дальнейшего контроля.

Ключевые слова: коррупция, организация, государство, правонарушение, принцип.

*Shuvaeva A.A.,
student 3 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation (KF)
Krasnodar, Russia
e-mail: alena.shuvaeva.1998@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Mazunina M.V.,
associate Professor of « Management and marketing»,
Financial University under the Government of the Russian Federation (KF)
Krasnodar, Russia
e-mail: MVMazunina@fa.ru*

Issues of corruption in Russia

Abstract: The article aims to find ways to solve the difficulties associated with the existence of a high level of corruption in large organizations and enterprises. The necessary measures are considered to reduce the level of corruption, as well as the rules for its further control.

Keywords: corruption, organization, state, offenses, principle.

Коррупция известна с глубокой древности. И была она сазана с появлением государства.

В Большом юридическом словаре коррупцию определяют, как «общественно опасное явление в сфере политики или государственного управления, выражающееся в умышленном использовании представителями власти своего служебного статуса для противоправного получения имущественных и неимущественных благ и преимуществ в любой форме, а равно подкуп этих лиц».

Таким образом понимание коррупции включает в себя число коррупционных правонарушений: получение выгоды в связи с занимаемой должностью, (взятки или хищения с использованием служебного положения), незаконного участия в предпринимательской деятельности.

Коррупции может быть подвержен любой человек, который обладает властью над распределением ресурсов, не принадлежащих ему (чиновник, депутат, судья, сотрудник правоохранительных органов, администратор, экзаменатор, врач и т. д.). Главным стимулом к коррупции - возможность получения экономической прибыли, с использованием властных полномочий, а главным сдерживающим фактором является риск разоблачения и наказания.

В любом государстве существует теневая экономика, уровень которой прямо пропорционально связано с уровнем коррупции. Все покупается и все продается: от оценок в школе до принятия закона в Госдуме. Основной ущерб коррупция наносит при реализации крупных проектов в государственных структурах и крупных коммерческих организациях, и как правило это связано с необоснованно завышенной оплатой за выполненные работы и материалы. Менее значимый урон наносит коррупция в тех случаях, когда чиновники получают взятку за предоставление привилегий или за «ускорение» каких-то процедур.

На сегодняшний день по борьбе с коррупцией первое место занимает Дания. Такой успех обусловлен не только хорошо проработанной законодательной базой и рядом мероприятий, позволяющих получать обратную связь от населения по фактам коррупции, но и большой работой связанных с морально-этническим воспитанием населения страны.

Таким образом в ряде стран контроль за необоснованным обогащением осуществляется не по уровню доходов, а по уровню расходов. На мой взгляд это более эффективный способ контроля, так как не позволит чиновникам скрывать свои реальные доходы, оформляя дорогостоящие вещи на своих родственников.

Государство в силу своих возможностей стремиться регулировать и уменьшать коррупционную составляющую. В связи с чем в Российском законодательстве приняли федеральный закон 25 декабря в 2008 году № 273-ФЗ «О противодействии коррупции». Данный федеральный закон является основой для борьбы с коррупцией, но необходимы дополнительные меры, особенно в работе коммерческих структур. Например, при помощи корпоративной культуры у работников организации необходимо развивать ценности, связанные с нетерпимым отношением к взяточничеству, воровству и к другим незаконным действиям с использованием своих должностных полномочий. На уровне государства данные ценности должны прививаться с раннего возраста во всех учебных заведениях.

Данный вопрос так же решается на уровне президента России в частности, как одна из целевых задач была указана в ежегодном обращении президента.

Согласно информации, транслируемой нашими СМИ, в России многое сделано для борьбы с коррупцией. Например, на сегодняшний день чиновники,

судьи, правоохранители, депутаты всех уровней обязаны представлять декларации о доходах и расходах, о наличии недвижимости и активов, в том числе и зарубежных.

Тем не менее, согласно информации, Transparency International (рис. 1, рис. 2) уровень коррупции в нашей стране держится приблизительно на одном уровне.

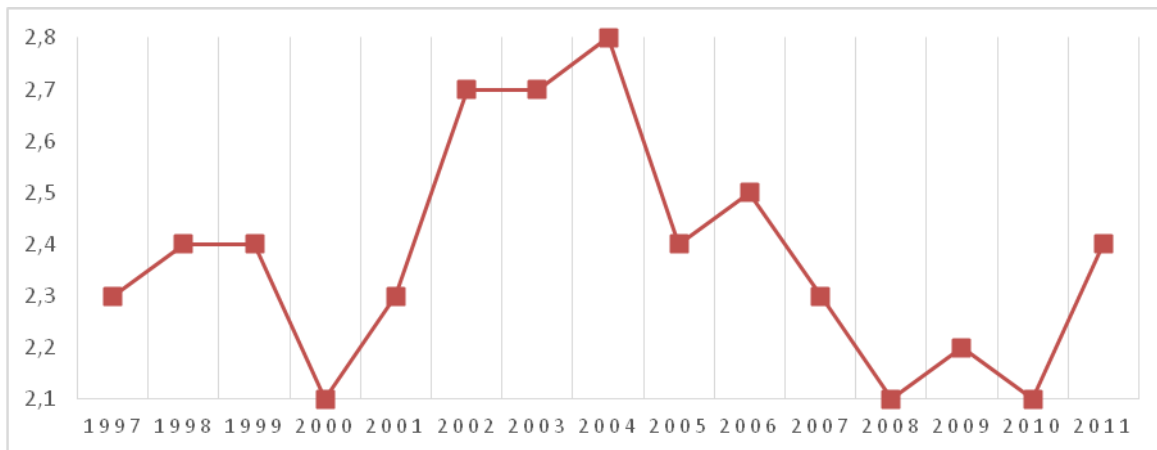


Рисунок 1 - Индекс восприятия коррупции в России по десятибалльной шкале.

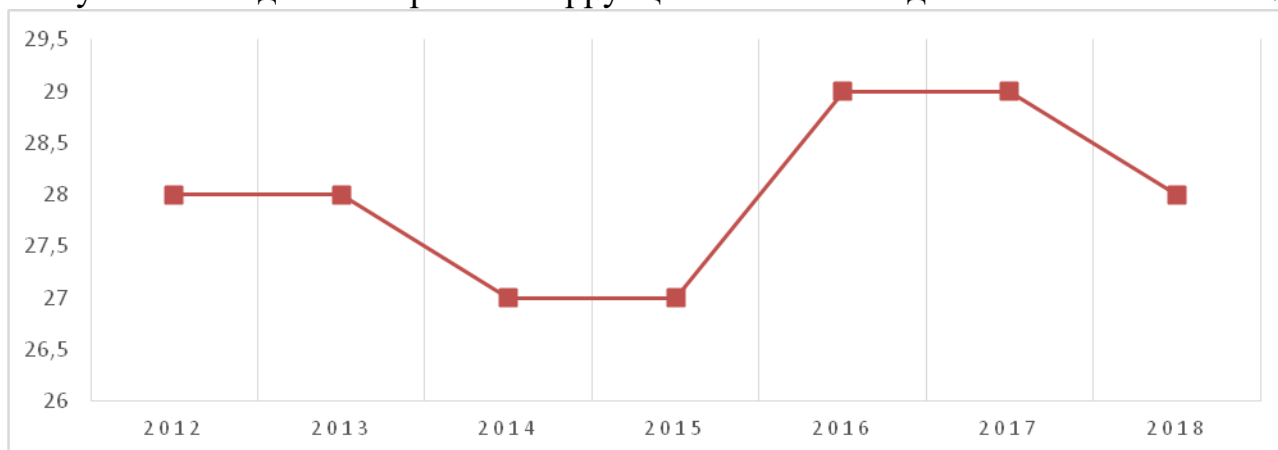


Рисунок 2 - Индекс восприятия коррупции в России по стобалльной шкале.

Из графиков можно сделать вывод, что на данный момент предпринимаемые меры по борьбе с коррупцией либо существуют только на бумаге, либо не эффективны.

Учитывая масштабы государства и то, что любая структура будет активно сопротивляться любым изменениям, данное мероприятие нужно планировать в долгосрочной перспективе и постепенно внедрять на всех уровнях жизнедеятельности государства.

Коммерческие структуры также, как и другие социальные ячейки отражают в себе состояние более высокой социальной структуры, то есть государства. Но в рамках отдельной коммерческой структуры проблему можно решить в гораздо короткие сроки на уровне организационных мероприятий и соответствующей кадровой политике.

На данном этапе коррупция является частью системы государственного управления, чтобы блокировать проявления коррупции в органах власти необ-

ходимо перестроить саму систему управления. Методы борьбы с коррупцией включают в себя несколько подходов:

- 1) принятие законов, ужесточающих наказание;
- 2) увеличение доходов должностных лиц;
- 3) создание честной конкуренции (что уменьшит потенциальную прибыль от данного преступления);
- 4) коллективное принятие решений.

Также борьба с коррупцией осуществляется на внутренних и внешних механизмах надзора. Внутренние механизмы действуют при помощи стимулирования четкого разграничения исполняемых обязанностей. Осуществляется надзор уполномоченных органов за должностными лицами, которые работают автономно. Внешний механизм действует независимо от исполнительных органов власти. Например, такими контролирующими средствами могут выступать судебная система, средства массовой информации, свобода слова, телефоны доверия (обратная связь от сотрудников, клиентов и т.д.).

В коммерческих организациях происходят аналогичные мероприятия, но в более меньшем масштабе. К примеру, вместо принятия законов, создаются внутренние нормативные документы (ВНД) и конкурсные комитеты, ориентированные на решение данной проблемы. Основным документом, как правило, является антикоррупционная политика (регламент, положение) организации, которая включает в себя:

- 1) выполнение организацией требований действующего законодательства РФ в области противодействия коррупции;
- 2) процедуры формирования у работников антикоррупционного корпоративного сознания;
- 3) поддержание эффективности системы внутреннего контроля на уровне, достаточном для управления риском коррупционных правонарушений;
- 4) предупреждение коррупционных проявлений и обеспечение ответственности за коррупционные правонарушения;
- 5) минимизация риска вовлечения организации и работников независимо от занимаемой должности в коррупционную деятельность.

Основные принципы противодействия коммерческому подкупу и коррупции:

- 6) Принцип соответствия политики организации действующему Законодательству РФ и иным нормативным правовым актам;
- 7) Принцип личного примера руководства. Ключевая роль руководства организации в формировании культуры нетерпимости к коррупции и в создании внутриорганизационной системы предупреждения и противодействия коррупции;
- 8) Принцип вовлеченности работников. Информированность работников организации (проведение занятий, проверка уровней знаний) с положениями антикоррупционного законодательства и их активное участие в формировании и реализации антикоррупционных стандартов и процедур;

9) Принцип эффективности антикоррупционных процедур. Применение в организации таких антикоррупционных мероприятий, которые имеют низкую стоимость, обеспечивает простоту реализации и приносят значимый результат;

10) Принцип ответственности и неотвратимости наказания вне зависимости от занимаемой должности;

11) Принцип открытости бизнеса. Информирование контрагентов, партнеров и общественности о принятых в организации антикоррупционных принципов. Использование антикоррупционных оговорок при заключении договоров;

12) Принцип постоянного контроля и регулярного мониторинга.

Также в данных документах описывается возможность получения подарков с соблюдением определенных условий:

1) организация приветствует развитие партнерских отношений с внешними клиентами и контрагентами и допускает обмен корпоративными подарками между партнерскими сторонами;

2) организация допускает получение Работниками подарков, однако обязательно оговаривается максимальная цена;

3) организация с пониманием относится к тому, что отказ от дорогостоящего подарка может привести к негативным последствиям для бизнеса. О решении принять такой подарок Работник сообщает в определенный орган, занимающийся данным вопросом;

4) если получение подарка предполагает предоставление клиенту (контрагенту) каких-либо льгот, преференций и т.п., Работник незамедлительно уведомляет об этом службу организации и своего непосредственного руководителя;

5) работники организации могут делать подарки своим клиентам в соответствии с установленным порядком расходования средств (в том числе представительских расходов), закрепленным внутренними документами организации;

6) не допускаются подарки от имени организации, его Работников и представителей третьим лицам в виде денежных средств, как наличных, так и безналичных, независимо от валюты.

К сожалению, в документах по антикоррупционным мероприятиям, которые мне удалось найти и изучить, я нигде не нашла пунктов связанных с контролем расходов хотя бы ключевых работников организации.

Как и в любых других процессах при реализации антикоррупционных мероприятий часто происходит «сбой», которые связаны с халатностью и желанием упростить свою работу со стороны работников организации и соответственно недостаточным контролем со стороны руководящего состава. Антикоррупционные мероприятия часто воспринимаются, как лишняя ненужная работа, которая значительно увеличивает документооборот и время на принятие решений. Соответственно при отсутствии постоянного контроля данные процессы «оптимизируются» и практически выполняются формально, что приводит к созданию условий для внутреннего мошенничества.

Почему-то принято считать, что в нашей стране не правомерно требовать у работников организации сведения о его движимом и недвижимом имуществе, что не верно, в №152-ФЗ «О персональных данных» предусмотрена процедура получения данной информации. Кроме того, предоставление данной информации может быть оговорена в контракте при заключении трудовых взаимоотношений.

По информации от сотрудников правоохранительных органов наиболее склонны к коррупционным поступкам лица, которые уже имели криминальное прошлое, либо лица, имеющие родственные или дружественные связи, позволяющие рассчитывать на безнаказанность в случае выявления фактов злоупотребления. Таким образом, кадровая политика организации должна учитывать эти особенности при отборе кандидатов на работу.

К сожалению, коррупция становится нормой в наше время. И подвержены ей все сферы управления. Только от руководителей зависит будет ли их организация подвержена к коррупционным проявлениям, а для этого необходим жесткий контроль.

Проведя анализ внутренних нормативных документов по антикоррупционным мероприятиям. Считаю, что кроме тех стандартных мероприятий, предусмотренных организациями, необходимо добавить следующее:

- 1) На плановой основе организовать исполнение требований по антикоррупционной политике организации;
- 2) Внедрить в организации проверку деклараций (по наличию имущества), которые обязаны предоставлять все ключевые сотрудники;
- 3) Организовать кадровую работу по выявлению лиц, склонным к мошенническим действиям.

Исходя из вышесказанного, коррупция является большой проблемой, с которой мы обязаны бороться, так как она является тормозом развития как государственных, так и коммерческих организаций.

Избавиться от коррупции на данном этапе развития России представляется весьма проблематичным можно сказать невозможным. Политика, проводимая руководителями государства направлена на снижение уровня коррупции, но на мой взгляд она слишком мягкая. Ведь по основным преступлениям, связанным с коррупцией (получение и дача взятки, превышение должностных полномочий и т.д.) не превышает по сроку заключения 8 лет, а в большинстве случаев 3-5 лет и штрафных санкций.

Необходимо установить полную прозрачность доходов, расходов и принадлежащего чиновникам и их близким родственникам имущества. Также актуальным является рассмотрение возможности сделать государственных служащих, чья работа не связана с поездками в другие государства, сделать не выездными. Ведь таким образом будет частично решена проблема оттока капитала, полученного не законным способом из России.

Необходимо создать отделы по борьбе с коррупцией, которые будут состоять из молодых специалистов, не успевших погрязнуть в коррупции. Отдел будет осуществлять контроль за деятельностью лиц, работающих в сферах, сопряжённых с риском вовлечения в коррупционную деятельность. Сотрудников

данной организации необходимо обеспечить всеми благами цивилизации, необходимым имуществом и высоким уровнем дохода, чтобы коррупционерам нечего было им предложить в качестве взятки. Уголовная ответственность за должностные преступления сотрудников этой организации должна быть высокой. Это способствует снижению коррупции в рядах самой организации.

Литература:

1. Официальный сайт Информационно-аналитического центра - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://inance.ru/2014/12/corruption/>
2. Официальный сайт NovaInfo - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://novainfo.ru/article/1682>
3. Официальный сайт ВВФ - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bbf.ru/magazine/21/5204/>
4. Официальный сайт Transparency International - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.transparency.org/>

Раздел 3

ИННОВАЦИОННЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ, ФИНАНСОВЫЕ И УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В СИСТЕМЕ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

УДК 336

*Аванесов А.С.,
студент 3 курса
Кубанский государственный технологический университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: iccup.house@mail.ru*

*Колесник А.Е.,
студент 2 курса
Кубанский государственный технологический университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: alinakolesnikalina@yahoo.com*

Научные руководители:
*Мирошниченко М.Б.,
ассистент кафедры
Кубанский государственный технологический университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: marina.mir333@mail.ru*

*Мазуренко Е.А.,
старший преподаватель кафедры
Кубанский государственный технологический университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: mazurenko.evgenie@yandex.ru*

Лизинг как форма кредита

Аннотация: Статья раскрывает понятие лизинговых отношений как важного элемента в развитии и наращивании производственных мощностей предприятия. Подчеркивается практическая необходимость использования лизинговых сделок в различных сферах предпринимательской деятельности. Проведено сравнение классического кредита и лизинга, выявлены главные особенности, а также плюсы и минусы лизинговых сделок.

Ключевые слова: лизинг, лизингополучатель, лизингодатель, продавец, процентная ставка, лизинговый договор, оборудование.

*Avanesov A. S.,
3rd year student
Kuban state technological University
Krasnodar, Russia
e-mail: iccup.house@mail.ru*

*Kolesnik A. E.,
2nd year student*

*Kuban state technological University
Krasnodar, Russia
e-mail: alinakolesnikalina@yahoo.com*

*Scientific adviser:
Miroshnichenko, M. B.,
Assistant Professor
Kuban state technological University
Krasnodar, Russia
e-mail: marina.mir333@mail.ru*

*Mazurenko E. A.,
Senior lecturer of the Department
Kuban state technological University
Krasnodar, Russia
e-mail: mazurenko.evgene@yandex.ru*

Leasing as a form of credit

Abstract: The Article reveals the concept of leasing relations as an important element in the development and increase of production capacity of the enterprise. The practical need for the use of leasing transactions in various areas of business is emphasized. A comparison of classical credit and leasing, identified the main features, as well as the pros and cons of leasing transactions.

Key words: leasing, lessee, lessor, seller, interest rate, leasing contract, equipment.

В связи с переходом к рыночной экономике у промышленных предприятий возник ряд проблем, основными из которых можно считать проблемы, связанные с утверждением в сложных конкурентных условиях, с уменьшением рынка сбыта, в связи с высокой ценой продукции и с неплатежеспособностью, со сложностью в поиске поставщиков сырья и с ограничением в финансовых ресурсах и материалах.

Мировая практика использует как кооперацию внутри страны, так и международную кооперацию для использования машин, промышленного оборудования, новейших технологий, сооружений промышленного назначения с помощью особой формы предпринимательской деятельности – лизинг.

На современном рынке лизинговых услуг осуществляет свою деятельность большое количество лизинговых компаний. Такие компании могут привести в движение высвобождающиеся производственные мощности и заметно удовлетворить потребности промышленных и коммерческих предприятий в использовании оборудования, а при дефиците финансовых ресурсов заложить основы выхода из кризиса и будущего экономического подъема.

Многолетний опыт применения лизингового механизма в предпринимательском опыте большинства стран способствует сделать вывод о его эффективности, в связи с этим разумно применить его потенциал и активнее внедрять его в предпринимательстве.

Быстрое развитие лизинговой деятельности на Западе пришлось на 80-е годы прошлого века. В то время американская компания «Bell» начала сдавать в аренду собственные телефонные аппараты. Это поспособствовало бурному развитию услуг связи. Генри Форд так же использовал лизинг в своей деятельности для расширения сбыта автомобилей.

В США была основана первая лизинговая компания в 1952 году, а спустя 8 лет объем лизинговых операций был уже около 1 миллиарда долларов. К концу 1980-х объем операций составлял уже 110 миллиардов долларов. Такие компании получили название: «финансово-лизинговые общества».

Бурный рост финансово-лизингового общества в Европе началось после правового закрепления статуса лизинговых договоров. Данный период пришелся на 1980-е годы и большое количество инвестиций в сферу лизинга из числа западноевропейских стран осуществляла Ирландия – 46 % и Англия – 35, 8%, а из числа восточноевропейских стран – Чехия.

На данный момент около 25-30% инвестиций в странах «первого мира» выпадает на операции в сфере лизинга. Около 80 % всех новых видов продукции изготавливается на оборудовании, взятом в лизинг [1].

Таблица 1. Доля лизинга в общей сумме капитальных вложений в машины и оборудование в 90-х годах.

Страны	Доля в %
Англия, Франция, Швеция, Испания	13 – 18
Италия, Голландия	11 – 15
Австралия, Дания, Норвегия, Япония	9 – 12
США	26 - 32

В современном развитии лизинга создаются международные лизинговые сообщества. К примеру, «Объединение европейских лизинговых обществ» (17 стран).

Некоторые страны предоставляют лизинговые услуги с целью поддержания МСП.

Трехсторонний характер взаимоотношений носит классический лизинг: лизингополучатель, лизингодатель и продавец имущества [2]. Сама операция лизинга производится по следующей системе. Лизингополучатель, который нуждается в каком-либо имуществе или же оборудовании, для покупки которого он не располагает финансовыми возможностями. В таком случае он обращается в лизинговую компанию с деловым предложением о заключении лизинговой сделки. При реализации этой сделки, лизингополучатель выбирает продавца, у которого есть необходимое оборудование или же имущество, а лизингодатель приобретает его в собственность и по условиям договора передает лизингополучателю на временное использование за определенную сумму. При истечении договора, исходя из его условий, имущество переходит в собственность или же возвращается в лизинговую компанию.

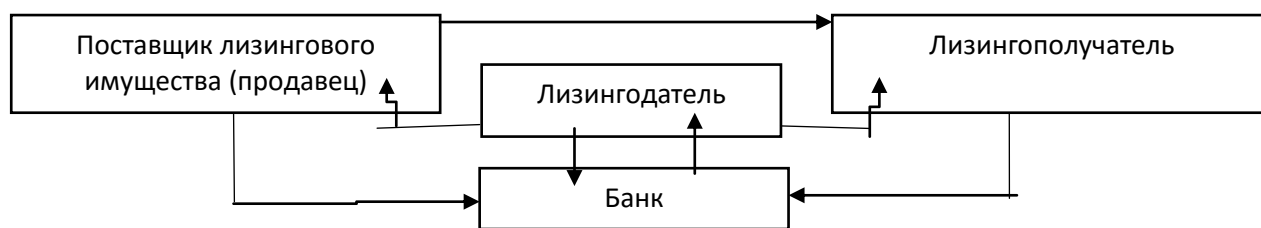


Рисунок 1 - Схема технологии лизинговой сделки.

Движимое или же недвижимое имущество может выступать объектом лизинга, которые относятся согласно действующей классификации к основным средствам, кроме имущества, которое запрещено законодательно к обращению на рынке (военные объекты).

Отсюда выделим и охарактеризуем главные действующие лица в этом процессе:

Субъектами лизинговой операции являются:

1. Собственник имущества (лизингодатель) – лизинговая компания (банк), приобретающая в собственность за счёт своих средств предмет лизинга;
2. Пользователь имущества (лизингополучатель) - физическое или юридическое лицо, которому на некоторое время в пользование передается предмет лизинга;
3. Продавец имущества – сторона, которая обладает и желает продать вышеперечисленное ценное имущество (также физическое или юридическое лицо) [3].

В некоторых случаях возможно появления в процессе заключения лизинга еще одной стороны - страховой компании (по соглашению сторон предмет лизинга может быть застрахован). Чаще всего он страхуется от рисков утраты, гибели, недостачи или повреждения с момента поставки имущества продавцом до момента окончания срока действия договора.

В международной практике различают 2 вида лизинга имущества:

1. С возможностью выкупа предмета в собственность (при условии выплаты лизингополучателем всех лизинговых платежей, будущий владелец выплачивает выкупную стоимость имущества, которая всегда ниже рыночной);
2. Без перехода права собственности (после окончания действия договора лизингополучатель возвращает предмет лизинга лизингодателю); [4]

Выступая как разновидность кредита в основной капитал, лизинг вместе с тем отличается от традиционного кредитования. Обычно лизинг рассматривают как форму кредитования приобретения (пользования) движимого и недвижимого имущества, альтернативную банковскому кредиту.

Особенности лизинговых операций по сравнению с традиционной арендой заключаются в следующем:

1. Весь срок договора лизинга имущество остается собственностью лизинговой компании, а при кредите право собственности переходит к покупателю сразу;

2. При оформлении лизинговых отношений, как правило не нужен залог и поручитель, в отличие от договора кредитования;

3. Поскольку НДС входит в сумму ежемесячной выплаты по договору лизинга, её можно вернуть плательщику;

4. График платежей лизинговая компания может подобрать индивидуально, в зависимости от возможности покупателя, а при кредитовании банк самостоятельно устанавливает периодичность и размер платежей;

5. При завершении действия договора лизингополучатель имеет право на продление аренды по более льготной ставке или же на приобретение арендуемого имущества по остаточной стоимости (в зависимости от вида лизинга);

6. Объект сделки выбирается лизингополучателем, а не лизингодателем, который в свою очередь приобретает имущество за свой счет. В отличие от кредита, где собственник самостоятельно задает предмет сделки и процентную ставку [4].

Из-за большой стоимости, высокого риска и сложности осуществления подготовки лизинга недвижимого имущества, он скорее всего не найдет широкого применения в России. Здесь более актуален лизинг оборудования. Подтверждение этому является опыт зарубежных компаний, ведь на долю лизинга оборудования приходится основная часть всех лизинговых платежей.

Общую сумму лизинговых платежей можно найти по формуле:

$$ЛП=АО+ПК+КВ+ДУ+НДС,$$

где АО – это величина амортизационных отчислений, которые поступают лизингодателю в текущем году;

ПК – оплата кредитных ресурсов, используемых лизингодателем для приобретения имущества;

КВ – комиссионное вознаграждение лизингодателя;

ДУ – плата лизинговой компании за дополнительные услуги, которые предусмотрены договором лизинга;

НДС – налог на добавленную стоимость.

Не существует однозначного ответа на вопрос «Что выгоднее: кредит или лизинг?». Следует производить расчёты в каждом конкретном случае и опираться на цели, которые вы перед собой ставите как покупатель.

Таким образом, если вам необходимо приобрести новое дорогое оборудование и регулярно менять его, то идеальный способ – лизинг без последующего выкупа имущества. Если ваша цель – покупка имущества в собственность, лучше оставить целевой кредит. Выводы сделаны с точки зрения расчёта переплаты по процентам кредитования и выплаты остаточной стоимости.

Литература:

1. Мавренков, Ю. Об инфляции, лизинге, кредите и их воздействии на себестоимость и выручку предприятия / Ю. Мавренков // Белорусский банковский бюллетень. – 1999. -№ 47. – С. 36-47.

2. Синяев, В.А. Лизинг как инструмент развития межрегиональных и межгосударственных кооперационных связей СНГ / В.А. Синяев // Лизинг-ревью. – 2015. – № 1. – С. 2-4.

3. Экономика предприятия / Под ред. Винокурова М.А., Горелова Н.А. СПб.: Питер, 2014. — 655 с.

4. Нестерова, С.М. Финансовый лизинг его выгодно / С.М. Нестерова // Экономика и жизнь. – 2015. – № 28. – С. 10.

5. Ворошилова И.В., Мирошниченко М.Б. Развитие образовательного кредитования в РФ, Сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции. 2016.

УДК 336.226.322

*Артюхова П.Д.,
студент 3 курса
Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
г. Краснодар, Россия
e-mail: alien.claire@mail.ru*

*Научный руководитель:
Мамонова И.В.
доцент, к.э.н.
Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
г. Краснодар, Россия
e-mail: i-mamonova@mail.ru*

Проблемы и перспективы администрирования налога на добавленную стоимость в России

Аннотация: В статье ставится задача поиска путей решения проблем администрирования НДС. Были представлены и перечислены основные перспективы администрирования НДС, в результате чего определены главные меры, которые могут быть направлены на усовершенствование процесса администрирования НДС.

Ключевые слова: налог на добавленную стоимость, «АСК НДС-2», АИС «Налог-3», администрирование НДС, система прослеживаемости импортных товаров.

*Artyukhova P.D.,
student, 3 courses
Krasnodar branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: alien.claire@mail.ru*

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

Problems and prospects of the administration of value added tax in Russia

Abstract: The article sets the task of finding ways to solve VAT administration problems. The main prospects for the administration of VAT were presented and listed, as a result of which the main measures were identified that could be aimed at improving the administration of VAT.

Keywords: value added tax, “ASC VAT-2”, AIS “Tax-3”, VAT administration, traceability system of imported goods.

В России налог на добавленную стоимость (далее – НДС) действует с 1 января 1992 года. Порядок исчисления налога и его уплаты первоначально был определён законом «О налоге на добавленную стоимость», с 2001 года регулируется главой 21 Налогового кодекса РФ.

Отдельные категории налогоплательщиков и отдельные виды операций не подлежат обложению налогом. В целом изъятий и льгот по НДС в НК РФ более 100. В частности, организации и индивидуальные предприниматели имеют право на освобождение от обязанностей плательщика НДС, если сумма выручки от реализации товаров, работ, услуг за три предшествующих последовательных календарных месяца не превысила определённой величины (в соответствии с п. 1 ст. 145 НК РФ — 2 млн руб.), не уплачивают налог, если налогоплательщики перешли на специальные налоговые режимы (УСН, ЕНВД, ЕСХН)

Существует огромное количество противоречивых мнений касательно целесообразности наличия налога на добавленную стоимость. Дискуссии насчет уместности данного налога ведутся с момента его введения в налоговую сферу нашей страны, то есть с 1992 года. Именно этим фактом и объясняется актуальность данной статьи.

Очевидно, что НДС является одним из самых сложных для расчета налогов и одновременно бюджетобразующим фискальным платежом. Опираясь на нижеприведенную статистику Федеральной Налоговой Службы, можно сделать вывод, что НДС занимает 4 место по объему дохода в консолидированный бюджет России (Таблица 1).

Виды налогов	Млрд. руб		
	2017	2018	Темп прироста, %
Налог на добычу полезных ископаемых	4130,4	6127,4	148,3
Налог на прибыль	3290,0	4100,0	124,6
Налог на доходы физических лиц	3251,1	3653,0	112,4
Налог на добавленную стоимость	3069,9	3574,6	116,4
Акцизы	1521,3	1493,2	98,2
Имущественные	1250,3	1396,8	111,7

Данная статистика наглядно демонстрирует, что НДС занимает 3 место по темпу прироста за этот же период.

Также следует отметить, что НДС имеет самую широкую налоговую базу по сравнению с другими налогами и взносами. В перечень базы входит большой спектр товаров, услуг и работ, который определяется 21 главой Налогового Кодекса РФ. Именно отсюда вытекают основные сложности в учете и исчислении налоговой базы, а также вследствие применения различных налоговых ставок, условий вычетов и льгот, как для экономических субъектов, так и для органов контроля.

Сложившаяся ранее система контроля и учета не предоставляла в полной мере налоговым органам контролировать объем поступления НДС в бюджет, так как позволяла налогоплательщикам применять различные схемы ухода от начисления налога и необоснованного возмещения из бюджета. Именно поэтому, наибольшее значение приобретают проблемы, связанные с теоретическим обоснованием и применением на практике методов контроля и учета, которые способствуют полному и своевременному пополнению бюджета страны за счет НДС.

Одной из главных проблем является то, что Налоговым кодексом предусмотрено: налогоплательщики, представляющие декларации в электронной форме по ТКС, обязаны также обеспечить электронное взаимодействие с налоговыми органами. Налоговые органы могут направлять им требование о предоставлении пояснений в электронном виде. Однако, многие налогоплательщики предоставляют декларацию по НДС по доверенности, которая не предусматривает возможность получать от налоговых органов какое-либо требования о предоставлении пояснений. Таким образом, Кодекс устанавливает обязанность обеспечить возможность получения от налоговых органов документов в электронной форме, но при этом не предусматривает ответственность налогоплательщиков за то, что такая возможность не обеспечена. В этой связи налоговому органу приходится все необходимые документы направлять на бумажном носителе, что требует трудовых, материальных и временных затрат. Необходимо предусмотреть ответственность налогоплательщиков за то, что они не обеспечивают получение от налоговых органов документов в электронном виде, учитывая, что такая норма предусмотрена законом. За это правонарушение может быть предусмотрена такая санкция, как приостановление операций по счетам налогоплательщика.

Необходимо отметить, что для повышения уровня эффективности налогового контроля, особенно за обоснованностью возмещения НДС из бюджета, ФНС России с 01.01.2015 г. внедрила в эксплуатацию, не имеющую в мире аналогов, Автоматизированную систему контроля «НДС-2» (АСК «НДС-2»), которая основывается на использовании технологии big-data. Данная система реализует возможности автоматического сопоставления данных контрагентов, выявленных в потоке фактов хозяйственной жизни, и тем самым своевременно пресекает нелегальные схемы ухода от налогообложения, используя принцип зеркального отражения сведений о покупках у клиентов и связанных с ними про-

дажах у поставщиков. Введение данной системы решило массу проблем, связанных с совершенствованием администрирования НДС.

Сложностью в использовании программного комплекса является то, что АСК «НДС-2» устанавливает соответствие между цифрами в счетах-фактурах продавца и покупателя. Но в состав декларации по НДС входят только сведения из книг продаж – общая стоимость товаров по счету-фактуре и сумме НДС. Анализа информации о самых товарах нет. Следовательно, при проверке конкретной организации выстроить цепочку от производителя до проверяемой организации, используя лишь АСК «НДС-2», у налоговых органов сейчас возможности нет.

Решением данной проблемы может стать синхронизация работы АСК «НДС-2» с базой таможенной службы, а также базами Центрального банка РФ и Росфинмониторинга. Синхронизация с последними двумя, поможет налоговым органам в режиме онлайн выстраивать цепочки транзитного движения денежных средств: откуда пришли деньги и куда ушли, вернулись ли они в компанию, были ли они обналичены. Проанализировав такую цепочку целиком, налоговые органы смогут выявить реального выгодоприобретателя и предъявить ему соответствующие санкции.

ФНС неоднократно делала заявления о том, что в скором времени в тестовом режиме будет запущена система «АСК НДС-3». Главная ее особенность заключается в том, что предполагается наличие возможности отслеживания денежных потоков не только организаций, но и физических лиц. Стоит обратить внимание, что данную технологию взяли на вооружение и банковские организации. Для ФНС будет полностью решена проблема поиска взаимозависимых организаций и физических лиц. Открывать фирмы «однодневки» или выстраивать цепочки посредников станет малоэффективным. Стоит отметить, что также с 1 февраля 2018 года упростился порядок возбуждения уголовного или дела об административном правонарушении по неуплате налогов. Так как планируется, что система «АСК НДС-3» будет автоматически формировать отчеты о всевозможных отличиях в налоговой отчетности, если таковые не были устранены в течение 5 дней. Ранее, для возбуждения уголовного дела или же для возбуждения дела об административном правонарушении, требовалось заключение экспертов по документации контрагентов и анализу соответствующих данных.

На данный момент, на заключительной стадии повсеместного ввода находится автоматизированная информационная система АИС «Налог-3». Первое заявление об этой системе было сделано в 2016 году в открытом письме ФНС от 20.10.2016 № ЗН-18-1/1103@. Приоритетные задачи системы заключаются в обеспечении открытости налогового органа налогоплательщику, в создании единого информационного массива данных и в подключении налоговых органов к внешним источникам данных. Также немаловажным фактом является минимизация рисков для налогоплательщиков при вводе в эксплуатацию новых технологий. Итогом полноценного введения АИС «Налог-3» станет нормализация работы всей ФНС, упрощение процесса проведения камеральных и выезд-

ных проверок. Система предоставляет полную информацию об организациях и ИП в режиме реального времени вне зависимости от региона регистрации [6].

Сравнивая «АСК НДС-2» и АИС «Налог-3», можно прийти к выводу, что АИС «Налог-3» обладает большим потенциалом для пресечения, подтверждения и устранения проблем, которые могут быть связаны с учетом НДС. Данная система способна на более обширную концентрацию данных, поступающих не только от юридических лиц, но и от ИП. Другим доказательством преимуществ АИС «Налог-3» над «АСК НДС-2», которая является подсистемой АИС «Налог-3», являются отчеты ФНС по количеству проведенных проверок за 2017 и 2018 год, а так же объему доначисленных средств. (Рисунок 1)

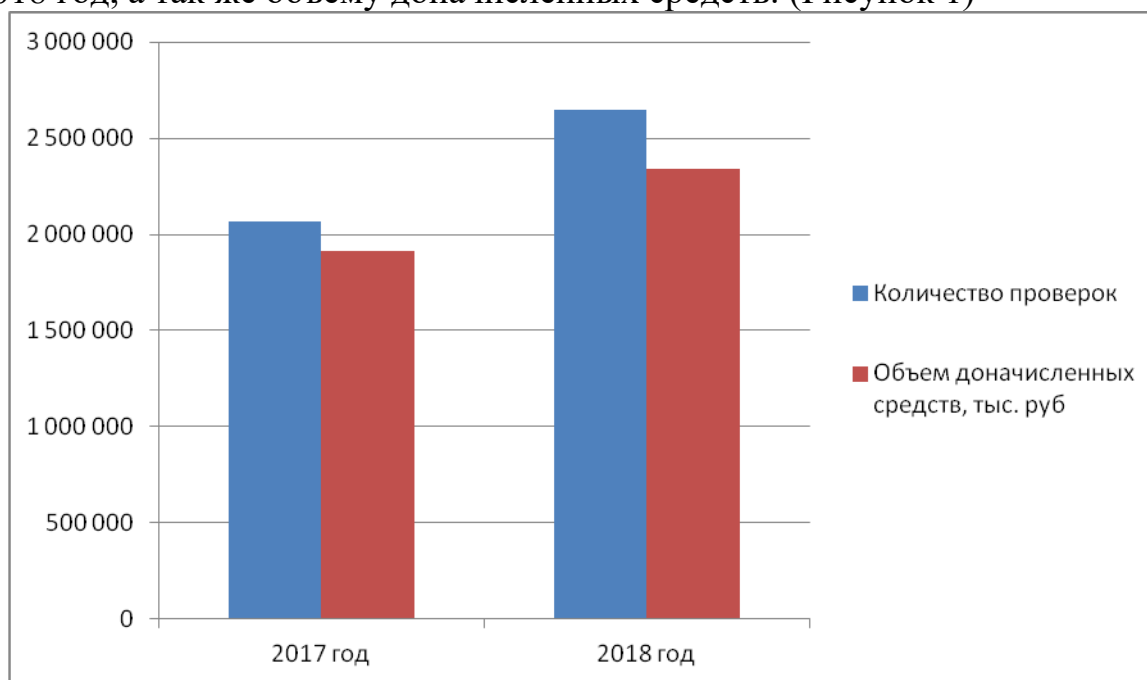


Рисунок 1 – Сравнительный график количества проверок и объема доначисленных средств, тыс. руб за 2017-2018 год.

Из данных отчетливо виден рост объема доначисленных средств на фоне увеличенного количества проверок. Комментируя вышеприведенные данные, можно отметить, что выросло, как и число проверок с 2 069 105 до 2 646 107, так и объем доначисленных средств с 1 914 907 до 2 343 222 (тыс. руб). Связывая приведенную статистику, статистику поступлений налогов в консолидированный бюджет РФ и всю проблематику, касающуюся НДС, можно сделать вывод, что совместное использование АСК «НДС-2» и АИС «Налог-3» привело к более высокому уровню организации налогового администрирования в отношении не только одного конкретно взятого налога, но и всех фискальных платежей в целом.

Еще одно решение проблемы учета и подсчета НДС является экспериментальный проект, который создают ФНС и ФТС под руководством Минфина. Этот проект носит название «система прослеживаемости импортных товаров». Цель проекта на начальном этапе – отработка организационно-технических мер по внедрению в РФ национальной системы прослеживания товаров для противодействия их незаконному ввозу и обороту на территории страны. Первый

этап проекта будет реализован в течение 2019 года, а полный план по реализации проекта и по внедрению его в экономическую деятельность составлен до 2024 года. Предполагается, что в электронной таможенной декларации будет введено новое поле с идентификационным номером каждой товарной партии. Эти данные затем будут загружаться в базу данных ФНС и сопровождать товар по всей цепочке до торговой сети. Так в службах собираются выявлять, насколько легально товар попал на территорию РФ, и даже без физических проверок выявлять разрывы в цепочках поставок для повышения собираемости таможенных платежей и налогов, прежде всего НДС.

Введение вышеупомянутых систем на постоянную основу поможет облегчить контроль за исчислением НДС для налоговых органов и предотвращать различные экономические преступления. Возможно, регулярное раскрытие данных или предоставление данных из систем по частным запросам поможет упростить учет НДС и для организаций (на данный момент единственными пользователями этого софта являются ФНС и подконтрольные ей организации).

В целом, следует отметить, что только комплексный системный подход к налоговому администрированию, выражающийся в интеграции организационных, технологических, профессиональных усилий контролирующих органов на фоне повышения качества налогового законодательства, может радикально повысить собираемость не только налога на добавленную стоимость, но всех обязательных платежей.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть 1) от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (в последней редакции). - [Электронный ресурс - <http://www.consultant.ru> (дата обращения – 15.05.19)]
2. Региональные и муниципальные финансы - Игонина Л.Л., Берлин С.И., Болдырева Л.В., Мамонова И.В., Радченко М.В., Рошкетев С.А., Солонина С.В., Чулков А.С. Учебник и практикум / Москва, 2016. Сер. 61 Бакалавр и магистр. Академический курс (1-е изд.)
3. Справочная правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс - <http://www.consultant.ru> (дата обращения – 15.05.19)]
4. Журнал «Главная книга» [Электронный ресурс - <https://glavkniga.ru> (дата обращения – 15.05.19)]
5. Сайт Федеральной Налоговой Службы [Электронный ресурс - <https://www.nalog.ru> (дата обращения – 15.05.19)]
6. Берлин С.И., Мамонова И.В. Налоговые преференции как инструмент фискального регулирования в условиях нестабильности экономики // Современная научная мысль. 2016. № 2. С. 111-118.

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

*Научный руководитель:
Углова И.А.,
доцент, к.э.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: Uglova.Irina@list.ru*

Основные средства: порядок определения амортизационных групп

Аннотация: В статье приведен анализ изменений порядка принятия к учету основных средств с 2019 года. Классификация основных средств по амортизационным группам - обязательное требование для бухгалтерского и налогового учета. Ошибки в распределении активов по амортизационным группам грозят доначислением налога на прибыль и налога на имущество.

Ключевые слова: амортизационные группы, классификатор основных средств, срок полезного использования.

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

*Scientific Adviser:
Uglova I.A.,
Candidate of economic Sciences, associate Professor
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: Uglova.Irina@list.ru*

Fixed assets: how to correctly determine depreciation groups

Annotation: The article provides an analysis of changes in the order of taking to the accounting of fixed assets. Classification of fixed assets by depreciation groups in 2019 is a mandatory requirement for tax accounting, errors in the distribution of assets by depreciation groups threaten to charge additional income tax and property tax.

Keywords: depreciation groups, classifier of fixed assets, useful life.

Актуальность темы исследования не может исчерпать себя временем, поскольку изменения в области бухгалтерского учёта происходят с завидной периодичностью и, в частности, в бухгалтерский учёт основных средств опять внесены изменения в 2019 году. Объектом исследования являются последние изменения в определении амортизационных групп основных средств.

Основные средства играют важную роль в организации для осуществления её хозяйственной деятельности. Основные средства используются для выпуска продукции, оказания услуг и выполнении работ, а также для управленческих нужд. Основные средства, как правило, составляют большую долю активов предприятия. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что собственные основные средства представляют и основную долю валюты баланса.

Основные средства являются одним из самых трудоемких объектов бухгалтерского учета. К такому выводу приходят из-за сложности их структуры и многообразия учетных задач.

Другая сложность заключается в том, что на сегодняшний день не существует четких правил, когда именно объект нужно переводить в состав основных средств. Исходя из этого, за организацией остаётся право самостоятельно установить такой момент и зафиксировать его в своей учетной политике. На практике чаще всего объект основного средства ставят на баланс на дату ввода в эксплуатацию, либо, когда объект основного средства готов к эксплуатации. [5]

Отражаются основные средства в первом разделе бухгалтерского баланса, так как они способны в течение довольно длительного периода времени осуществлять влияние на величину прибыли организации.

Учет основных средств в Российской Федерации регламентируется Положением по бухгалтерскому учету 6/01 «Учет основных средств» и Международными стандартами финансовой отчетности (IAS) 16 «Основные средства» в международной практике.

«Основные средства - активы, которые используются более 12 месяцев в производстве продукции, при выполнении работ, оказания услуг, для управленческих нужд организации и способны приносить организации экономические выгоды в будущем, но при этом организация не предполагает последующую перепродажу данного объекта». [2]

По своему составу и назначению основные средства довольно разнообразны. Для правильного их учета, необходима классификация: по видам, по характеру участия в производстве, по отраслям народного хозяйства, по степени использования и по принадлежности.

С 12 мая 2018 года бухгалтеры применяют классификацию основных средств после обновления. Для целей налогообложения основные средства относятся к той или иной амортизационной группе в зависимости от срока полезного использования (п. 1 ст. 258 Налогового кодекса Российской Федерации).

Срок полезного использования основного средства организация определяет сама с учетом классификации, утвержденной Постановлением Правительства РФ от 01.01.2002 № 1 (Постановление №1). В 2018 году изменились все амортизационные группы классификации, кроме первой. Изменения действуют на правоотношения, возникшие с 1 января 2018 года.

Больше всего поправок – в подразделе «Сооружения и передаточные устройства» со второй по десятую группу. Расширен перечень основных средств подраздела «Машины и оборудование» второй и девятой групп. Собственно, сейчас классификатор выглядит в соответствии с рисунком 1.

Номер амортизационной группы	Срок полезного использования ОС	Пример ОС, относящихся к группе амортизации
•1	•От 1 до 2 лет включительно	•Машины и оборудование общего назначения
•2	•Свыше 2 лет до 3 лет включительно	•Насосы для перекачки жидкостей
•3	•Свыше 3 лет до 5 лет включительно	•Радиоэлектронные средства связи
•4	•Свыше 5 лет до 7 лет включительно	•Ограды и ограждения железобетонные
•5	•Свыше 7 лет до 10 лет включительно	•Сооружения лесной промышленности
•6	•Свыше 10 лет до 15 лет включительно	•Скважина водозаборная
•7	•Свыше 15 лет до 20 лет включительно	•Канализация
•8	•Свыше 20 лет до 25 лет включительно	•Конденсатопровод и продуктопровод
•9	•Свыше 26 лет до 30 лет включительно	•Здания кроме жилых
•10	•Свыше 30 лет	•Жилые здания и сооружения

Рисунок 1 - Классификатор основных средств по амортизационным группам с примерами основных средств (ОС)

Общероссийский классификатор основных фондов (ОКОФ), по которому определяют амортизационную группу ОС остался без изменений. С 1 января 2017 года действует Общероссийский классификатор основных фондов ОК 013-2014 (СНС 2008), утвержденный Росстандартом от 12.12.2014 № 2018-ст. Этот же классификатор будет действовать и в 2019 году.

Сейчас рассмотрим процесс, дающий нам представление о том, как определить срок полезного использования основного средства.

Этап 1 - установить амортизационную группу основного средства по классификации, утвержденной Постановлением № 1. Классификация основных средств представляет собой таблицу, содержащую наименования входящих в нее основных средств и соответствующие коды Общероссийского классификатора основных фондов для каждой амортизационной группы.

Для налогового учета основных средств определяют:

- амортизационную группу, к которой относится основное средство;
- срок полезного использования должен быть в установленных для каждой амортизационной группы пределах (Письмо Минфина России от 06.07.2016 № 03-05-05-01/39563).

В классификации можно установить целую группу основных средств. Расшифровка группы представлена в общем классификаторе основных фондов, порядок определения амортизационной группы основного средства:

- в первой графе общего классификатора основных фондов определяется вид имущества, к которому относится основное средство (9 цифр);

- проверка в первой графе классификации основного средства кода, указанного в общем классификаторе основных фондов;
- если есть код в классификации основного средства, тогда определяется амортизационная группа.

Если кода в классификации основного средства нет, амортизационную группу находим одним из способов:

Способ 1. По коду подкласса имущества.

Отличие кода подкласса имущества от кода вида имущества состоит в том, что седьмая цифра - всегда ноль. Если этого кода тоже нет в классификации основных средств, нужно воспользоваться вторым способом.

Способ 2. По коду класса имущества.

Класс имущества различен от кода вида имущества тем, что с седьмой по девятую цифры в нем нули.

Этап 2. Обратимся к технической документации.

Если основное средство в классификации и общий классификатор основных фондов не упоминается, следует установить срок полезного использования, исходя из срока эксплуатации основного средства, указанного в техдокументации от производителя (п. 6 ст. 258 Налогового кодекса Российской Федерации, Письмо Министерства Финансов России от 18.06.2018 № 03-03-20/41332).

Этап 3. Фиксируется срок полезного использования в инвентарной карточке учета основного средства (форма № ОС-6). Если налоговый и бухгалтерский срок полезного использования разные, то раздел 2 формы № ОС-6 дополните соответствующей графой.

Проходя описанные выше этапы, следует помнить, что в налоговом учете стоимостной критерий для признания объекта основных средств - 100 000 руб., в бухгалтерском учете - 40 000 руб.

Изменений в бухгалтерском учете основных средств в 2019 году нет: принимается к учету основное средство на дату доведения до состояния готовности к эксплуатации; при продаже основного средства, полученное вознаграждение включается в доходы, а остаточная стоимость основных средств - в расходы.

Таким образом, с 1 января 2019 года необходимо скорректировать учет основных средств, чтобы правильно рассчитать налоги. Основные средства в бухгалтерском и налоговом учете учитываются по разным правилам, в 2019 году стало меньше возможностей сблизить налоговый учет с бухгалтерским, зато есть причина избавиться от лишних субсчетов.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19572 / (дата обращения: 31.03.2019).

2. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» (ПБУ 6/01). Утверждено приказом Минфина РФ от 30.03.2001 г. № 26 н // Справочно-информационная система «Консультант-Плюс» (дата обращения 09.04.2019).

3. Постановление Правительства РФ от 01.01.2002 № 1 (ред. от 28.04.2018) «О Классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы» // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_33721/ (дата обращения: 02.04.2019).

4. Постановление Правительства РФ от 07.07.2016 № 640 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 01.01.2002 г. №1» [Электронный ресурс]. — http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_201354/ (дата обращения: 08.04.2019).

5. Дьякова С. С., Поповская А. С., Шарапова И. С. Особенности бухгалтерского и налогового учета ОС // Молодой ученый. - 2017. - №10. - С. 221-224. - URL <https://moluch.ru/archive/144/40144/> (дата обращения: 09.04.2019).

УДК 338

*Брылёв А.А.,
студент 4 курса
Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве РФ
г. Краснодар, Россия
e-mail: bryliov.andrey@yandex.ru*

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

Комплексные организационно-экономические подходы оценки уровня зрелости предприятия в системе ее управления

Аннотация: В статье рассмотрена характеристика комплексных организационно-экономических подходов оценки уровня зрелости организации в системе ее управления. Раскрыта актуальность применения оценки уровня зрелости для эффективного управления деятельностью компании. В работе анализируется методика формирования корпоративной системы управления бизнес-процессами. Оценка внедрения системы представлена с помощью моделей зрелости - Capability Maturity Model for Software и количественной методики, разработанной автором на основе финансовых показателей. Расчеты позволят компании определить стратегию повышения уровня зрелости. Рассмотренная модель может быть использована для быстрой и эффективной оценки уровня зрелости компаний в сфере управления бизнес-процессами и формирования стратегических планов развития.

Ключевые слова: уровень зрелости организации, показатели эффективности.

*Brylev A.A.,
4th year student
Krasnodar Branch of the Financial University Under the Government of the Russian Federation*

*Krasnodar, Russia
e-mail: bryliov.andrey@yandex.ru*

Scientific adviser:
Mamonova I.V.,
*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Krasnodar Branch of the Financial University Under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: i-mamonova@mail.ru*

Comprehensive organizational and economic approaches to assessing the level of maturity of an enterprise in its management system

Abstract: the article describes the characteristics of integrated organizational and economic approaches to assess the level of maturity of an organization in its management system. Revealed the relevance of the use of assessment of the level of maturity for the effective management of activities in the company. The paper analyzes the methodology for the formation of a corporate business process management system. The assessment of the implementation of the system is presented using maturity models - Capability Maturity Model for Software and a quantitative methodology developed by the author based on financial indicators. The calculations will allow the company to determine a strategy for increasing the level of maturity. The considered model can be used to quickly and effectively assess the level of maturity of companies in the field of business process management and the formation of strategic development plans.

Keywords: level of maturity of the organization, performance indicators.

В современных условиях, экономика характеризуется нестабильным развитием, что не может не отражаться на устойчивости отдельных ее компонентов, в том числе и отдельных предприятий. Нестабильность выражается в отсутствии факторов, характеризующих центр принятия решений и разнонаправленность интересов различных групп. Экономическая нестабильность затрагивает наиболее глобальные направления развития деятельности предприятий, а именно систем, охватывающих многие аспекты деятельности их бизнес-развития. В последнее время отечественные компании используют опыт зарубежных стран, где наиболее актуальными во всем процессе организации менеджмента, являются вопросы, связанные с показателями финансовой эффективности [1].

Для любой компании всегда наступает момент, когда нужно стабилизировать исполнение всех бизнес-процессов, иначе развитие компании будет определяться не передовыми звеньями, а отстающими [3]. Именно поэтому в российских компаниях с иностранным капиталом внедряется система оценки уровня зрелости SW CMM (Capability Maturity Model for Software) [2]. Такой подход характерен для зарубежной практики и его использование предполагает адаптацию к российским реалиям.

Данная модель использует пятиуровневую систему градаций, которая, в свою очередь, детерминирует качественный уровень зрелости. Сводная харак-

характеристика каждого уровня приведена в таблице 1, а градация баллов отражена в таблице 2.

Таблица 1 – Сводная характеристика показателей, применяемых для оценки уровня зрелости организации

Уровень зрелости	Описание уровня
1 – начальный уровень	Отсутствие четко поставленных целей работы для сотрудников, соответственно, отсутствие понимания алгоритма действий для реализации поставленных задач. Бизнес-процессы не документируются, работники не способны применять бизнес-знания вне своей компетенции (позиции). Так как внутренние регулирующие документы отсутствуют, бизнес-процессы не описаны и не подлежат классификации. Как итог, деятельность организации непрозрачна
2 - уровень осознания	Появление описания основных бизнес-процессов организации – внутренних стандартов, которые включают в себя информацию об алгоритме действий (реализация новых проектов базируется на опыте реализации предыдущих)
3 - уровень управляемости	Все существующие в организации бизнес-процессы задокументированы и нашли отражение во внутренних стандартах. Создается, так называемый, Свод законов, которому подчиняется весь персонал организации, включая топ-менеджмент, система управления отделяется от всех сотрудников компании
4 - уровень измеряемости	Появляются следующие системы: количественная система оценки эффективности, протекающих бизнес-процессов, а так же система оценки эффективности деятельности сотрудников. Данные системы стимулируют работников для повышения производительности
5 - уровень совершенствования	Реинжиниринг, существующих бизнес-процессов, базирующийся на анализе количественных показателей оценки эффективности деятельности организации. Данный процесс становится постоянным и приобретает системность

В настоящий момент в организации описываются основные бизнес-процессы, при этом возникает повторяемость: выполнение новых проектов основывается на опыте выполнения предыдущих.

Таблица 2 – Определение качественной оценки уровня зрелости организации

Баллы	Качественная оценка уровня зрелости
от 1 до 3	минимальный уровень
от 3 до 6,5	средний уровень
от 6,5 до 10	максимальный уровень

Количественные параметры для определения уровня зрелости фабрики появляются только на 4 уровне, да и то они не финансовые, и пока компания до него не дойдет, у нее нет оснований и возможности проводить аналитические исследования финансового характера.

По нашему мнению, следует вводить количественные финансовые показатели начиная с самого начального уровня, присвоив каждому из них определенный рейтинг (вес) в соответствии с его значимостью, соотносенной с уров-

нем зрелости и сравнивать их или с нормативными значениями, или с установленными в соответствии с финансовым планом организации, или со среднеотраслевыми. Важно уточнить, что все показатели рассчитываются на основании бухгалтерской (финансовой) отчетности: бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах. Представим рекомендуемые параметры для использования критериев оценки зрелости в совокупности со значимостью показателей в таблице 3.

Таблица 3 – Рекомендуемые параметры для использования критериев оценки зрелости компании

Уровень зрелости	Показатели	Вес (значимость) показателя
Уровень 1. Начальный уровень	Коэффициент текущей ликвидности	25
	Коэффициент финансовой зависимости	25
	Коэффициент общей оборачиваемости капитала	25
	Рентабельность продаж	25
	Итого:	100
Уровень 2. Уровень осознания	Коэффициент текущей ликвидности	25
	Коэффициент финансовой зависимости	20
	Коэффициент общей оборачиваемости капитала	25
	Рентабельность продаж	30
	Итого:	100
Уровень 3. Уровень управляемости	Коэффициент текущей ликвидности	20
	Коэффициент финансовой зависимости	25
	Коэффициент общей оборачиваемости капитала	25
	Рентабельность продаж	30
	Итого:	100
Уровень 4. Уровень измеряемости	Коэффициент текущей ликвидности	20
	Коэффициент финансовой зависимости	20
	Коэффициент общей оборачиваемости капитала	30
	Рентабельность продаж	30
	Итого:	100
Уровень 5. Уровень совершенствования	Коэффициент текущей ликвидности	15
	Коэффициент финансовой зависимости	20
	Коэффициент общей оборачиваемости капитала	30
	Рентабельность продаж	35
	Итого:	100

На следующий уровень перейти можно будет только, если выполнены все показатели: качественные и количественные. Например, пока не оптимизирована численность, не разработаны стандарты или они не внедрены, даже при условии выполнения финансовых показателей, на следующий уровень организация не переходит.

Система будет обладать определённой гибкостью, потому что все ее параметры перенастраиваются в зависимости от ситуации. В результате апробации можно ее совместить с системой премирования персонала. Таким образом, финансовая отчетность будет являться основным базовым информационным

центром уровня зрелости организации, что позволит адекватно его оценивать и одновременно улучшать финансовое состояние. Данную взаимозависимость количественных и качественных показателей иллюстрирует рисунок.

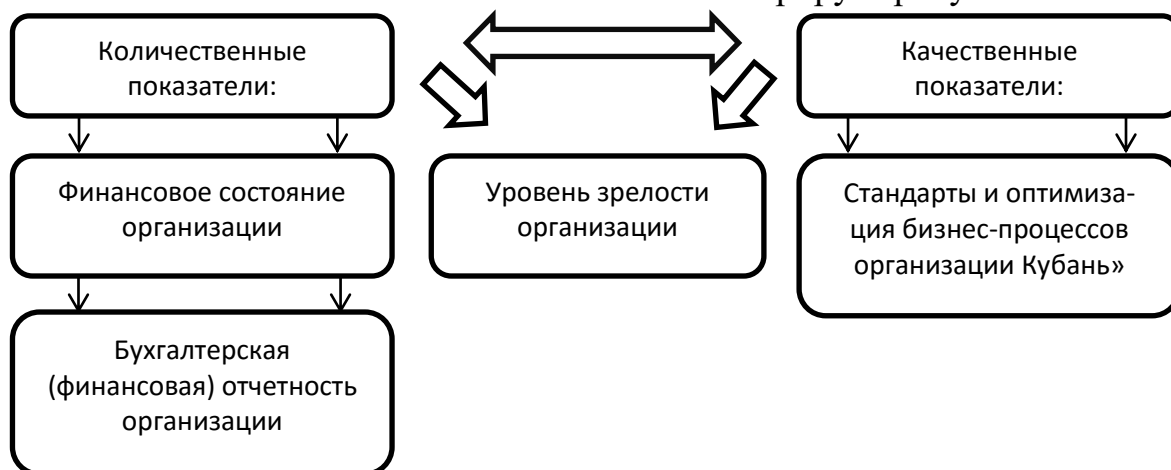


Рисунок 1 – Взаимосвязь количественных и качественных показателей на уровень зрелости организации

Произведенные расчеты показателей для использования критериев оценки уровня зрелости компании за анализируемый период и их сравнение с нормативными значениями представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Оценка показателей уровня зрелости организации с учетом введения предлагаемых коэффициентов финансового состояния.

Показатели	Значение	Норма
Коэффициент текущей ликвидности	0,93	1-2
Коэффициент финансовой зависимости	2,05	$\leq 0,7$
Коэффициент общей оборачиваемости капитала	1,66	> 1,5 (в соответствии с финансовым планом организации)
Рентабельность продаж	10,94%	> 18,4 (среднее значение по отрасли)

Из сравнительных расчетов можно сделать вывод, что, коэффициент текущей ликвидности близок к нормативному значению, но все же еще его не достиг и составляет 0,93, коэффициент же финансовой зависимости ниже нормативного порогового значения на 1,35, рентабельность продаж тоже ниже среднего нормативного значения по отрасли примерно на 8%. Принимая во внимание, что стандарты находятся в стадии разработки или внедрения, можно сделать вывод, что сейчас организация находится на первом уровне зрелости [3].

В зависимости от качественных показателей организации, рекомендуется предпринять следующие действия, представленные в таблице 5.

Таблица 5 – Рекомендуемые изменения в систему оценки уровня зрелости организации

Уровень зрелости	Рекомендуемые действия
Минимальный	Оптимизация количества сотрудников фабрики. Документирование и внедрение стандартов по их исполнению. Разработка и наличие собственных методических материалов для обучения сотрудников
Средний	Использование инструментария финансово-экономического анализа, обязательное включение таких показателей как: рентабельность продаж, чистая прибыль, коэффициент финансовой независимости, коэффициент деловой активности
Максимальный	Адаптация западной терминологии к российским реалиям в области оценки уровня зрелости фабрики

Авторский подход к повышению уровня эффективности на основе формирования внутренних бизнес-стандартов организации был реализован путем создания фабричных видео материалов по программе Power BI, которые включают в себя обучение следующим темам:

- 1 ролик: «Знакомство с программой и загрузка данных из Excel»;
- 2 ролик: «Загрузка данных из SAP»;
- 3 ролик: «Настройка связей данных в Power BI из различных источников данных»;
- 4 ролик: «Формулы в Power BI»;
- 5 ролик: «Создание визуализаций».

Создание данных материалов, на наш взгляд, следует рассматривать в качестве необходимых комплексных качественных элементов, которые в совокупности с финансовыми показателями более полно отражают потенциальную готовность предприятия соответствовать более высокому уровню зрелости и дают возможность максимально эффективно управлять хозяйствующим субъектом [4].

Каждая компания в определенный момент времени проходит этапы, которые характеризуются стратегией, целью, задачами, технологией работы и другими показателями. Переход на новый уровень делает организацию гибко реагирующей на требования рынка и оптимально использующую свои внутренние ресурсы. Разработанные рекомендации позволят компании пересмотреть стратегию управления бизнес-процессами, определить новые цели и задачи и оценить эффективность их реализации.

Литература:

1 Аксенов А.А., Колобова О.Л. Модели зрелости управления проектами // Материалы VIII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум», 2015. - №2. – С.18.

2 Региональные и муниципальные финансы. Игонина Л.Л., Берлин С.И., Болдырева Л.В., Мамонова И.В., Радченко М.В., Роцектаев С.А., Солонина С.В., Чулков А.С. Учебник и практикум. Москва, 2016. Сер. 61 Бакалавр и магистр. Академический курс (1-е изд.)

3 Роль мотивации в поведении организации (на примере ООО «Макдональдс») Воргунова В.Р., Артющкова А.Ю. В сборнике: Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России: императивы устойчивости Материалы региональной научно-практической конференции студентов и молодых учёных,. 2018. С. 131-138.

4 Русякова М. С. Обзор современных моделей оценки зрелости управления проектами // Молодой ученый. — 2014. — №11. — С. 230-236.

5 <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-urovnya-zrelosti-dlya-it-kompanii> (Дата обращения: 19.05.2019).

УДК 338.24

*Гави Ринди Мурезки,
студент 2 курса
Кубанский государственный технологический университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: rindymurezki@gmail.com*

*Научный руководитель:
Антошкина А.В.,
доцент, канд. экон. наук
Кубанский государственный технологический университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: annaant@yandex.ru*

Оценка стратегии развития в системе управления компанией (на примере ООО «Газпром бурение»)

Аннотация: Целью исследования является оценка текущего этапа развития компании ООО «Газпром бурение», определение ее ключевых сторон, конкурентных преимуществ, проблем и перспектив развития. Результатом оценки стратегий развития компании выступает заключение о том, что организация переживает период стратегического роста, увеличивающего ее конкурентные преимущества, как на отечественном, так и на зарубежных рынках.

Ключевые слова: компания, стратегии развития, стратегическое управление, стратегический анализ, нефтегазовый сектор.

*Gavi Rindy Murezki,
2nd year student
Kuban State Technological University
Krasnodar, Russia
e-mail: rindymurezki@gmail.com*

*Scientific adviser:
Antoshkina A.V.,
Associate Professor, Candidate of Science (Economics)
Kuban State Technological University
Krasnodar, Russia
e-mail: annaant@yandex.ru*

Evaluation development strategy in the company management system of Gazprom Drilling LLC

Annotation: The purpose of the study is to assess the current stage of development of the company Gazprom Drilling LLC, identifying its key parties, competitive advantages, problems and development prospects. In the course of the theoretical part of the research, the key groups of the types of enterprise development strategies are considered. The result of the evaluation of the development strategy of Gazprom Drilling LLC is the conclusion that the organization is undergoing a period of strategic growth, increasing its competitive advantages in both domestic and foreign markets.

Keywords: company, development strategies, strategic management, strategic analysis, oil and gas sector.

Современный этап развития нефтегазовой отрасли России предполагает формирование стратегического плана развития с учетом влияния внешних негативных фундаментальных факторов и положительного сценария продолжения интеграции с глобальными и зарубежными рынками [1].

В связи с этим, актуальным является разработка стратегии развития в системе управления компаний, функционирующих в рамках энергетической сферы страны. В частности, важной задачей является оценка текущей стратегии развития и формирование плана на будущие временные периоды.

На сегодняшний день, стратегии развития любой организации можно классифицировать на 3 ключевые группы:

- стратегии развития по типу экономического роста (концентрированного, диверсифицированного и интегрированного роста);
- стратегии развития в зависимости от этапа жизненного цикла компании (ускоренного и ограниченного роста);
- стратегии развития по направлению развития экономического потенциала (ограниченного роста и интеграции) [2].

На сегодняшний день, наиболее экономически целесообразной может выступать интеграционная стратегия развития организации, которая включает в себя следующие процессы:

- горизонтальная интеграция;
- смешанная интеграция;
- вертикальная интеграция (прямая и обратная интеграция, квазиинтеграция) [3].

С целью анализа и оценки стратегии развития в системе управления компании рассмотрим предприятие ООО «Газпром бурение», которое функционирует на российском энергетическом рынке, начиная с мая 1997 года [4]. За время своей деятельности компания «Газпром бурение» продемонстрировала устойчивый стратегический рост своих активов и финансовых результатов. Однако, немалую роль в таком сценарии развития играет и девальвация российского

рубля, которая сделала оценку экспортной выручки компании в разы выше, чем ранее.

Для стратегического анализа деятельности компании применим SWOT-анализ, сущность которого заключается в анализе внутренних и внешних факторов объекта исследования, оценке рисков и конкурентоспособности (таблица 1).

Таблица 1 – SWOT-анализ стратегического развития компании ООО «Газпром бурение».

	Положительные факторы	Негативные факторы
	Сильные стороны (внутренний потенциал)	Слабые стороны (внутренние недостатки)
Внутренняя среда	<ul style="list-style-type: none"> - наличие больших производственных мощностей, включая буровые установки; - наличие финансовой устойчивости и благоприятной тенденции наращивания показателей и финансовых результатов деятельности компании; - государство лоббирует интересы и способствует развитию бизнеса. 	<ul style="list-style-type: none"> - высокий уровень зависимости от государственного контроля; - компания не отличается высоким уровнем контроля над расходами; - новые проекты и месторождения сопровождаются высокими капитальными затратами, увеличивая срок окупаемости инвестиций; - наличие ряда непрофильных активов компании, которые не приносят прибыли.
	Потенциальные возможности	Имеющиеся угрозы
Внешняя среда	<ul style="list-style-type: none"> - закрытие ближайших конкурентов; - рост регулируемых цен на газ и нефть, что повысит доходы компании; - строительство новых газопроводных систем, которые увеличивают экспортный потенциал компании; - рост спроса на газ со стороны стран Европы; - различные формы партнерства с западными компаниями, что может привлечь инвестиции. 	<ul style="list-style-type: none"> - нестабильность валютного курса рубля; - изменение в политике поставщиков; - активизация деятельности конкурирующих компаний; - отсутствие квалифицированных кадров на региональном рынке труда; - инфляционные процессы; - изменение курса на рынке энергетические ресурсов.

Благодаря выполненному SWOT-анализу, можно сделать вывод о том, что у компании ООО «Газпром бурение» присутствует большое количество сильных сторон, при этом, слабые стороны в минимальном количестве. Но, несмотря на это, есть наличие значительного числа угроз, которые возникают со стороны внешней среды. По этой причине, руководству организации необходимо проводить коррекцию стратегических планов с учетом возможного ухудшения условий внешней среды, что мало зависит от прямых действий менеджеров.

Для сохранения конкурентных позиций, стратегия дальнейшего развития компании «Газпром бурение» должна включать в себя реализацию следующих задач:

- увеличение доли бизнеса на рынке интегрированного управления проектами;
- активное технологическое развитие производственных мощностей предприятия;
- рост и диверсификация масштабов портфеля заказов за счет расширения географии деятельности;
- продвижение продукции и бренда компании на мировые рынки;
- развитие новых направлений деятельности;
- совершенствование технологий, в частности, по капитальному строительству, реконструкции скважин и бурению боковых стволов.

Таким образом, результатом оценки стратегии развития компании ООО «Газпром бурение» выступает заключение о том, что организация переживает период стратегического роста, увеличивающего ее конкурентные преимущества, как на отечественном, так и на зарубежных рынках. Кроме того, компания ООО «Газпром бурение» обладает финансово устойчивыми результатами, демонстрируя прибыльную деятельность своего профильного бизнеса. При этом, организация обладает большими производственными мощностями, производит реализацию новых месторождений, инвестиционных проектов и увеличивает объемы реализации своей продукции. Ключевыми направлениями стратегии дальнейшего развития компании должны выступать: диверсификация портфеля активов, расширению географии деятельности и обновление технологии производства с использованием современных научных разработок.

Литература:

1. Антошкина А.В. Экономика предприятия нефтегазового комплекса. Практикум. Учебное пособие. – Томск: ТПУ, 2011. – 119 с.
2. Прохорова В.В., Коломыц О.Н., Кобозева Е.М. Менеджмент: учебное пособие. – Краснодар: КубГТУ, 2017. – 419 с.
3. Прохорова В.В., Коломыц О.Н., Шутилов Ф.В. Современные проблемы менеджмента: учебник. – М.: Миракль, 2017. – 352 с.
4. Официальный сайт ООО «Газпром бурение» [Электронный ресурс: <https://burgaz.ru/> (дата обращения: 30.03.2019)].

УДК 33.06

*Иванова К.С.,
студент 3 курса
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: rockrollerin@gmail.com*

*Научный руководитель:
Иголина Л.Л.,
профессор, д. э. н.*

Экономическое обоснование использования аутсорсинговых услуг в сфере кадрового обслуживания на примере ООО ЧОА «Альфа ПЛЮС»

Аннотация: В статье рассматривается возможность внедрение кадрового аутсорсинга на предприятие с целью сокращения издержек. Были представлены результаты научно-исследовательской работы, на основе чего в дальнейшем были предложены мероприятия по оптимизации издержек организации.

Ключевые слова: кадровый аутсорсинг, сокращение издержек, минимизация рисков, отдел кадров.

*Ivanova K.S.,
student, 3 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: rockrollerin@gmail.com*

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

The economic rationale for the use of outsourcing services in the field of personnel services for example Ltd Private Security Agency «Alpha PLUS»

Abstract: The article discusses the possibility of introducing personnel outsourcing to a company in order to reduce costs. The results of the research work were presented, on the basis of which further measures were proposed to optimize the costs of the organization.

Keywords: personnel outsourcing, cost reduction, risk minimization, personnel department.

В бизнесе аутсорсинг определяют, как делегирование определённых функций независимым организациям, специализирующимся на соответствующих видах деятельности. В отношении кадровых функций организация может поручить аутсорсинговой компании выполнение кадрового делопроизводства, оценку персонала и т.д.

Стратегия кадрового аутсорсинга позволяет решить такую проблему, как дефицит на рынке труда специалистов соответствующей квалификации в сфере кадрового обслуживания. Стоит отметить, что в нашей стране крайне мало профессионалов в этой области. Многие руководители недооценивают значимость отдела кадров, однако именно эта структура является промежуточным звеном между работниками, управляющим, а также бухгалтерской службой. Специалист отдела кадров занимается не только приёмом на работу и увольне-

нием сотрудников, но также составляет график отпусков, ведёт военный учет, оформляет приказы о командировках и многое другое. Качественное выполнение этой работы позволяет организации, не только иметь хорошую репутацию в глазах персонала, но также не нарушать трудовое законодательство.

Кадровый аутсорсинг по сравнению с кадровой службой внутри организации имеет ряд преимуществ:

- аутсорсинговые структуры постоянно совершенствуются и используют новые передовые технологии в кадровом менеджменте;
- аутсорсеры работают с проектами различных компаний-клиентов и обладают разносторонним опытом;
- человек со стороны способен беспристрастно оценить ситуацию, в которой находится компания;
- аутсорсеры могут предложить более смелые и эффективные варианты по улучшению в кадровом делопроизводстве.

Для выбора кадровой стратегии необходимо оценить недостатки и достоинства кадрового аутсорсинга для компании.

Недостатками делегирования кадровых функций независимой организации являются следующие аспекты:

- возможна утечка информации;
- аутсорсер не будет вникать во все тонкости специфики фирмы;
- из предыдущего пункта вытекает то, что управляющий будет ограничен в информации и в связи с этим возможность принятия решений, т.е. топ-менеджеру могут быть отчуждены от бизнес-практики;
- сложно осуществить контроль за деятельностью аутсорсера, следовательно, важные функции могут быть переданы в «чужие руки»;
- обучение чужих специалистов.

Однако стоит отметить, что аутсорсинг может приносить компании значительные и многочисленные преимущества:

- сосредоточение на основной деятельности;
- снижение расходов на создание и поддержку рабочих мест;
- отсутствие зависимости от болезней или увольнения работников;
- гибкая реакция на изменения на рынке и внутри компании (реорганизации, реструктуризации, слияния, поглощения);
- повышение прибыльности бизнеса, так как аутсорсинг снижает издержки обслуживания бизнес-процессов;
- эффективное использование «наилучших практик».

Исходя из вышеперечисленных преимуществ, которые дает аутсорсинг компании, проведем анализ затрат на содержание собственной кадровой службы, а затем анализ затрат на внедрение кадрового аутсорсинга.

Для примера используем данные ООО ЧОА «Альфа ПЛЮС». Эта организация занимается предоставлением охранных услуг физическим и юридическим лицам на территории Краснодарского края. На рынке работают уже около 10 лет, количество сотрудников 70 человек.

Для начала необходимо вычислить ежемесячные расходы отдела кадров в данной организации, что показано в таблице 1.

Таблица 1 – Ежемесячные расходы на функционирование кадровой службы организации [2].

Статья затрат	Количество	Стоимость	Всего
1. Штат отдела кадров:			87100
Начальник отдела кадров	1	40000	40000
Специалист отдела кадров	1	25000	25000
Отчисления (34%)			22100
2. Связь:			3600
Интернет (в месяц)		2200	2200
Городской телефон (в месяц)		700	700
Сотовая связь (в месяц)		700	700
3. Канцелярские товары	2	700	1400
4. Обслуживание помещения (в т.ч. электроэнергия, уборка помещения, аренда)	1	7500	7500
Итого:			99600

Также надо произвести расчет и единовременных затрат, которые неизбежны при создании службы, что продемонстрировано в таблице 2.

Таблица 2 – Расходы, производимые единовременно в течение 5 лет, для деятельности отдела кадров [2]

Статья затрат	Количество	Стоимость	Всего
1. Мебель:			41600
Стол	3	2200	6600
Кресло	2	4000	8000
Стул	2	1500	3000
Шкаф	2	6000	12000
Металлический шкаф для документов	1	12000	12000
2. Оргтехника:			85500
Компьютер	2	37000	74000
МФУ лазерный	1	7500	7500
Принтер	1	4000	4000
3. Программные продукты:			8400
Базовые ПО компании Microsoft	2	2200	4400
Антивирус	2	2000	4000
Итого:			135500

Таким образом, единовременные затраты на создание отдела кадров составляют 135500 рублей, а ежемесячные – 99600 рублей.

Для наглядного сравнения в таблице 3 представим данные об аутсорсинговых услугах.

Таблица 3 – Ежемесячные расходы на кадровый аутсорсинг [1]

Статья затрат	Количество	Стоимость	Всего
Стоимость абонентского кадрового обслуживания	До 20 движений по личному составу	18000	18000
Составление и сдача отчетности		1500	1500
Ведение архива		200	200
Итого:			19700

В таблице 4 показаны данные о разовых расходах для использования кадрового аутсорсинга.

Таблица 4 – Единовременные расходы на внедрение кадрового аутсорсинга [1]

Статья затрат	Количество	Стоимость	Всего
1. Составление письменных документов:			17250
Правила внутреннего трудового распорядка	1	1500	1500
Положение об оплате труда	1	1750	1750
Положение о персональных данных	1	1500	1500
Должностные инструкции	7	1500	10500
Положение о коммерческой тайне	1	2000	2000
2. Внесение изменений в локальные акты	2	500	1000
3. Подготовка к аудиторской кадровой проверке	1	23000	23000
Итого:			41250

Таким образом, внедрение кадрового аутсорсинга для ООО ЧОА «Альфа ПЛЮС» будет более выгодным. Если рассматривать ежемесячные расходы, то разница составит 79900 рублей, а в случае единовременных расходов, связанных с внедрением – 94250 рублей.

Однако необходимо обратить внимание на специфику отрасли этой организации. Охранная деятельность является лицензированной, работникам также необходимо получение лицензии, прохождение специального медицинского осмотра, наличие специального образования и т.д. В связи с этим возрастает значимость коммерческой тайны. Конъюнктура на рынке охранных услуг складывается таким образом, что на территории Краснодарского края много малых и средних организаций, предоставляющих подобные услуги, как и ООО ЧОА «Альфа ПЛЮС». Поэтому делегирование кадровых функций сторонней компании может быть просто опасно из-за конкурентной борьбы, так как не исключается возможность утечки информации.

Таким образом, перед руководителем организации стоит выбор между максимизацией прибыли, путем уменьшения издержек, то есть использование кадрового аутсорсинга, либо минимизация рисков утечки информации, путем создания собственной кадровой службы. Максимизация прибыли позволит ор-

ганизации экономить 79900 рублей в месяц. Эти средства можно использовать для приобретения новых основных средств, финансовых инвестиций и т.д. Создание и поддержание собственной кадровой службы будет требовать определенных затрат, однако это дает организации более уверенную позицию на рынке охранных услуг.

Литература:

1. Официальный сайт ООО «Крепкая Башня» [Электронный ресурс: <http://lcstrongtower.com/> (дата обращения 18.05.19)]
2. ООО ЧОА "Альфа ПЛЮС" [Электронный ресурс: <https://www.rusprofile.ru/id/4210342> (дата обращения 18.05.19)]

УДК 657.6

Кваснина П.С.
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: polina.kvasnina@gmail.com

Научный руководитель:
Добрунова М.А.,
доцент,
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: MADobrunova@fa.ru

Аудит и судебно-бухгалтерская экспертиза: сходства и различия

Аннотация: В статье рассмотрены основные сходства и различия аудиторской проверки и судебно-бухгалтерской экспертизы, а также представлены методы, предмет, субъекты, объекты и цели данных видов контроля организаций.

Ключевые слова: аудит, судебно-бухгалтерская экспертиза, финансовая отчетность, бухгалтерский учет.

Kvasnina P.S.,
student, 1 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: polina.kvasnina@gmail.com

Scientific Adviser:
Dobrunova M.A.,
Docent
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: MADobrunova@fa.ru

Audit and forensic accounting: similarities and differences

Annotation: The article discusses the main similarities and differences of the audit and forensic expertise, and also presents the methods, subject, subjects, objects and goals of these types of control organizations.

Keywords: audit, forensic accounting, financial reporting, accounting.

Аудит, как и судебно-бухгалтерская экспертиза - это форма контроля, которая предупреждает случаи первичного или повторного нарушения законодательства организацией, а также эти методы контроля способны выявить незаконную деятельность субъекта хозяйствования. В данной статье выделим сходства и различия судебно-бухгалтерской экспертизы и аудита.

Первое различие заключается в правовой базе. Аудиторская деятельность осуществляется на основании Федерального закона "Об аудиторской деятельности" от 30.12.2008 № 307-ФЗ, а также международных стандартов аудита. В рамках аудиторской организации разрабатываются внутренние правила (стандарты), которые регламентируют деятельность аудиторов данной организации. Нормативно-правовой базой для судебно-бухгалтерской экспертизы служат: Федеральный закон от 31 мая 2001 г. № 73-ФЗ "О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации", Гражданско-процессуальный кодекс РФ, Уголовно-процессуальный кодекс РФ, Кодекс РФ об административных правонарушениях, Таможенный и Налоговый кодексы РФ и другие федеральные законы, а также нормативно-правовые акты федеральных органов исполнительной власти, которые регулируют реализацию судебно-бухгалтерской экспертизы.

Следующее различие было выявлено в целевом признаке. Аудит — это предпринимательская деятельность по независимой проверке финансовой отчетности и бухгалтерского учета организаций и индивидуальных предпринимателей. Основной целью аудита является выражение мнения о соответствии законодательству Российской Федерации порядка ведения бухгалтерского учета и о достоверности финансовой отчетности аудируемых лиц. По окончании проверки аудитор может дать руководству организации лишь рекомендации по исправлению ошибок, если они были выявлены, или по предупреждению нарушения законодательства в будущем.

Судебно-бухгалтерская экспертиза — это действие лица, обладающего определенными экономическими знаниями и компетенциями для разрешения вопросов, поставленных перед ним следователем или судом, по даче эти лицом заключения, имеющего значения для правильного решения по делу. Судебно-бухгалтерская экспертиза не проводится вне гражданского или уголовного судебного разбирательства. Основная цель такой экспертизы — собрать доказательства по конкретному делу, на основании которых в дальнейшем будет сформировано мнение правоохранительных органов относительно существования дела и виновности конкретных лиц.

Также существуют различия по методу организации контроля. Аудиторская проверка носит обязательный или инициативный характер. Обязательная

проверка проходит каждый год. Второй тип проводится по инициативе руководства субъекта хозяйствования и оформляется договором на проведение аудита. Судебно-бухгалтерская экспертиза проводится, как правило, после ревизии, в ходе которой были выявлены конфликтные ситуации. Назначается работником правоохранительных органов (следователем, органом дознания или судом). Инициатором экспертизы может быть любая сторона в гражданском или арбитражном процессе, также такую проверку может назначить суд или следователь, если необходимо произвести более глубокое исследование с использованием судебно-бухгалтерских знаний. Судебно-бухгалтерская экспертиза оформляется постановлением.

Важное различие между аудиторской проверкой и судебно-бухгалтерской экспертизой существует по информационному признаку. Существует несколько видов аудиторской проверки: комплексная, выборочная или же тематическая. Вся сфера деятельности организации (включает в себя анализ правильности ведения бухгалтерского учета, соответствия финансово-хозяйственных операций действующему законодательству и стандартам, достоверности отчетности и состояния системы контроля деятельности организации) исследуется при комплексной аудиторской проверке. Организация бухгалтерского учета во всех существенных аспектах — рассматривается при выборочном аудите, а при тематической определяется тема (область) для проверки, но это не исключает того, что тематическая проверка может быть сплошной или выборочной. На объеме информации, который подвергается проверке, влияет характер аудита. Объем необходимой информации определяет аудиторская организация самостоятельно, исходя из программы аудиторской проверки, которая согласована с собственником и/или руководством хозяйствующего субъекта. Руководство организации обязано предоставлять всю информацию и документацию, необходимую для проверки, однако клиент оставляет за собой право ограничить доступ аудиторов к информации. Данный факт фиксируется в аудиторском заключении. При осуществлении судебно-бухгалтерской экспертизы уполномоченное лицо отвечает на те вопросы, которые были поставлены перед ним следственными или судебными органами. Эксперт вправе выйти за рамки перечня поставленных вопросов, если он установит данные, имеющие значение для дела. Доказательность и конкретность информации — основные принципы, на которые должен опираться эксперт в своем исследовании. Объем материалов для исследования эксперту-бухгалтеру определяет следователь или судья. Если, по мнению эксперта, информации для подготовки заключения оказывается недостаточно, то он вправе отправить запрос следователю (судье) для получения дополнительных материалов. Эксперту может быть отказано в предоставлении требуемых материалов, но при этом следователь (судья) обязан указать причину отказа.

Несмотря на существенные различия, между аудитом и судебно-бухгалтерской экспертизой есть и сходства:

1. Объекты исследования — это первичная документация бухгалтерского учета, регистры учета, финансовая (бухгалтерская) отчетность, а также приемы и способы проверки.

2. И аудиторская проверка, и судебно-бухгалтерская экспертиза исследуют один предмет — финансово-хозяйственную деятельность организации.

3. Заключение исследований обосновываются на документально достоверных доказательствах.

Таким образом, по итогам проведенного исследования, можно сделать вывод о том, что основное сходство аудита и судебно-бухгалтерской экспертизы заключается в выявлении нарушений ведения бухгалтерского учета и финансовой отчетности организаций. А главное отличие в том, что аудиторской проверкой обеспечивается не только выявление нарушений и проверка достоверности финансовых показателей, но и разработка предложений по оптимизации деятельности организации с целью рационализации расходов и увеличения прибыли, так как аудитор выступает еще и в роли консультанта по вопросам ведения учета и налогообложения.

Литература:

1. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 № 307-ФЗ (последняя редакция).- URL: <http://www.consultant.ru>.

2. Федеральный закон «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» от 31.05.01 № 73-ФЗ (последняя редакция).- URL: <http://www.consultant.ru>.

3. Добрунова М.А. Обоснование профессионального суждения при выборочной аудиторской проверке // Новые технологии. - 2015. - № 2. - С. 128-132.

4. Кеворкова Ж.А. Международные стандарты аудита: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Под.ред. Ж.А. Кеворковой. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 458 с.

УДК 336.763.21

*Китаинов А.Б.,
студент 3 курса
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Россия*

*Научный руководитель:
Фошан Г.И.,
доцент, к. э. н.
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: foshan@mail.ru*

Кластерный анализ как способ построения инвестиционного портфеля

Аннотация: В статье рассмотрены возможности диверсификации инвестиционных портфелей на основе кластерного анализа. Были проанализированы взаимосвязи между ценами различных акций через корреляционную матрицу. По значениям коэффициентов парной корреляции все обыкновенные акции были объединены в кластеры от крайне тесной связи до слабой и отсутствующей.

щей. Рассмотрен пример построения по кластерной методике портфеля по признакам доходности и риска.

Ключевые слова: инвестиционный портфель, кластеры, корреляция, корреляционная матрица.

*Kitanov A. B.,
3rd-year student
Kuban state University
Krasnodar, Russia*

*Scientific adviser:
Foshchan G. I.,
Associate Professor, Candidate of Economic Sciences.
Kuban state University
Krasnodar, Russia
e-mail: foshan@mail.ru*

Cluster analysis as a way to build an investment portfolio

Abstract: The article discusses the possibility of diversification of investment portfolios based on cluster analysis. The interconnections between the prices of different stocks through the correlation matrix were analyzed. According to the values of the pair correlation coefficients, all common stocks were combined into clusters from the extremely close connection to the weak and absent. An example of the construction according to the cluster technique of the portfolio is considered in terms of risk and return.

Keywords: investment portfolio, clusters, correlation, correlation matrix.

Рынки финансовых инструментов привлекали и продолжают привлекать многих людей; среди которых много профессиональных участников рынка и рискованных любителей. Привлекательность биржевых операций состоит в потенциальной возможности легкого обогащения. Однако инвестирование всегда сопряжено с риском, величина которого может оказаться неоправданно большой, и это притом, что без предварительного анализа рынка инвестор действует практически вслепую и наудачу. Ответ на вопрос о поведении цен на акцию является "краеугольным камнем", способным объяснить поведение участников рынка и даже предсказывать его. В современных работах рассмотрены различные подходы построения инвестиционных портфелей, например, в статьях [1], [2], [3].

Данная работа появилась из вполне очевидного предположения о существовании статистических форм связи между колебаниями цен акций. При его подтверждении построим диверсифицированный инвестиционный портфель. Целью исследования являлось нахождение алгоритма построения хорошо огражденного от системного риска инвестиционного портфеля на основе предположения о существовании статистической связи между акциями. Задачи исследования:

1. Сбор информации об изменении цен на акции российских компаний;

2. Систематизация данных: сортировка на акции обыкновенные и привилегированные, удаление из рядов данных тех акций, чьи торги велись несистематично, заполнение пропусков дней торгов;

3. Алгоритм построения корреляционной матрицы и первичная кластеризация;

5. Построение нескольких инвестиционных портфелей.

Объектом исследования является российский рынок обыкновенных акций, а предметом – взаимосвязь между последними.

Для оценки силы связи между изменениями цен на пары акций мы будем использовать коэффициент парной корреляции. Чтобы его оценка была наиболее приближена к коэффициенту корреляции для генеральной совокупности, необходимо произвести достаточно большую выборку. Периодами такой выборки стали колебания котировок с 2017 по 2018 г с периодичностью наблюдения в один день (688 наблюдений).

По состоянию на конец 2018 года на российском фондовом рынке обращается 218 видов обыкновенных и 54 вида привилегированных акций.

По критерию активности торгов рассматривались только 176 обыкновенных акций, информации по которым достаточно для построения вполне объективных оценок коэффициентов парной корреляции.

После приведения рядов ценовых колебаний к однородным структурам необходимо разрешить вопрос с курсом акции в дни, когда биржа не работала, например, по праздничным дням или в выходные. Очевидно предположение, что в нерабочие дни также ведется ценообразование в неявном виде. При этом среди факторов только неценовые: новости эмитента, настроения инвесторов, политические события и другие. Их действие непреклонно, однако непредсказуемо, и единственное, за что можно "ухватиться" инвестору, – цена закрытия торгов. Можно предположить, что именно эта цена акции станет отправной точкой в расчетах доходностей или поиска стратегии, поэтому в дни, когда торги не велись, мы принимаем величину котировки за цену на последний день торгов.

Таким образом, мы получили однородные по времени и структуре массивы данных, на их основе можно попытаться ответить за заданный в начале этого параграфа вопрос: есть ли связь между колебаниями цен на акции различных компаний. В этом теперь нам может помочь корреляционная матрица, представляющая собой массив парных коэффициентов корреляции, в ячейке (i, j) которой представлен коэффициент корреляции i -ой и j -ой акции.

Как показывают коэффициенты корреляции, многие акции связаны друг с другом ценовыми колебаниями, причем встречаются такие пары, для которых r_{ij} крайне мал, крайне велик, находится на умеренном уровне и даже отрицателен, то есть существуют обратно-пропорциональные связи между некоторыми акциями.

Это наталкивает на мысль о возможности выделения групп акций, в равной мере реагирующих на колебания цен других акций. Такая группировка в целях данной работы будет называться кластеризацией по критерию силы ста-

статистической связи. При этом не исключено появление высоких коэффициентов корреляции для внешне не связанных компаний.

Для описания принципа кластеризации возьмём корреляционную матрицу для акций, торги по которым велись в 2005 году (рис. 1). Первые столбец и строка – биржевые идентификаторы. Данные матрицы форматированы для наглядности: светло-зеленые показывают высокую связь между парами акций, темно-серые – на умеренную обратную зависимость и серо-зеленые ячейки содержат низкие по абсолютной величине коэффициенты корреляции.

	AFLT	AVAZ	GMKN	IRGZ	IRKT	KMAZ	MFGS	MGTS	MTSS	RTKM	SAGO	SARE	SBER	SIBN	SNGS	TATN	UTAR	LKOH	MSNG
AFLT	1	-0,28	-0,53	-0,68	-0,42	-0,48	-0,68	-0,53	-0,32	-0,41	-0,2	-0,32	-0,51	-0,46	-0,58	-0,66	-0,04	-0,62	-0,56
AVAZ	-0,28	1	0,531	0,462	0,589	0,702	0,494	0,575	0,112	0,226	0,64	0,51	0,541	0,535	0,487	0,49	0,136	0,43	0,742
GMKN	-0,53	0,531	1	0,894	0,816	0,911	0,889	0,939	0,494	0,747	0,328	0,802	0,967	0,863	0,97	0,947	0,077	0,957	0,638
IRGZ	-0,68	0,462	0,894	1	0,774	0,848	0,902	0,852	0,427	0,788	0,34	0,684	0,89	0,738	0,935	0,947	-0,02	0,947	0,699
IRKT	-0,42	0,589	0,816	0,774	1	0,827	0,733	0,841	0,396	0,665	0,399	0,606	0,808	0,746	0,829	0,781	0,149	0,795	0,669
KMAZ	-0,48	0,702	0,911	0,848	0,827	1	0,842	0,882	0,273	0,572	0,557	0,823	0,918	0,777	0,873	0,884	0,081	0,867	0,795
MFGS	-0,68	0,494	0,889	0,902	0,733	0,842	1	0,869	0,349	0,597	0,315	0,705	0,9	0,75	0,893	0,97	-0,04	0,956	0,682
MGTS	-0,53	0,575	0,939	0,852	0,841	0,882	0,869	1	0,51	0,679	0,3	0,681	0,919	0,832	0,918	0,909	0,096	0,918	0,683
MTSS	-0,32	0,112	0,494	0,427	0,396	0,273	0,349	0,51	1	0,709	-0,33	0,031	0,327	0,564	0,572	0,435	0,217	0,466	0,293
RTKM	-0,41	0,226	0,747	0,788	0,665	0,572	0,597	0,679	0,709	1	0,046	0,411	0,681	0,645	0,816	0,706	0,013	0,752	0,379
SAGO	-0,2	0,64	0,328	0,34	0,399	0,557	0,315	0,3	-0,33	0,046	1	0,544	0,432	0,241	0,264	0,323	0,04	0,264	0,456
SARE	-0,32	0,51	0,802	0,684	0,606	0,823	0,705	0,681	0,031	0,411	0,544	1	0,84	0,702	0,723	0,745	0,042	0,733	0,477
SBER	-0,51	0,541	0,967	0,89	0,808	0,918	0,9	0,919	0,327	0,681	0,432	0,84	1	0,813	0,927	0,94	-0,02	0,95	0,608
SIBN	-0,46	0,535	0,863	0,738	0,746	0,777	0,75	0,832	0,564	0,645	0,241	0,702	0,813	1	0,866	0,823	0,178	0,819	0,613
SNGS	-0,58	0,487	0,97	0,935	0,829	0,873	0,893	0,918	0,572	0,816	0,264	0,723	0,927	0,866	1	0,96	0,086	0,971	0,669
TATN	-0,66	0,49	0,947	0,947	0,781	0,884	0,97	0,909	0,435	0,706	0,323	0,745	0,94	0,823	0,96	1	0,003	0,988	0,694
UTAR	-0,04	0,136	0,077	-0,02	0,149	0,081	-0,04	0,096	0,217	0,013	0,04	0,042	-0,02	0,178	0,086	0,003	1	-0,02	0,122
LKOH	-0,62	0,43	0,957	0,947	0,795	0,867	0,956	0,918	0,466	0,752	0,264	0,733	0,95	0,819	0,971	0,988	-0,02	1	0,641
MSNG	-0,56	0,742	0,638	0,699	0,669	0,795	0,682	0,683	0,293	0,379	0,456	0,477	0,608	0,613	0,669	0,694	0,122	0,641	1

Рисунок 1 – Корреляционная матрица обыкновенных акций за 2005 год

Теперь проиллюстрируем наше предположение об отраслевой зависимости между акциями. На рисунке 2 выделены ячейки, в которых коэффициенты корреляции больше 0,95.

	AFLT	AVAZ	GMKN	IRGZ	IRKT	KMAZ	MFGS	MGTS	MTSS	RTKM	SAGO	SARE	SBER	SIBN	SNGS	TATN	UTAR	LKOH	MSNG
AFLT	1	-0,28	-0,53	-0,68	-0,42	-0,48	-0,68	-0,53	-0,32	-0,41	-0,2	-0,32	-0,51	-0,46	-0,58	-0,66	-0,04	-0,62	-0,56
AVAZ	-0,28	1	0,531	0,462	0,589	0,702	0,494	0,575	0,112	0,226	0,64	0,51	0,541	0,535	0,487	0,49	0,136	0,43	0,742
GMKN	-0,53	0,531	1	0,894	0,816	0,911	0,889	0,939	0,494	0,747	0,328	0,802	0,967	0,863	0,97	0,947	0,077	0,957	0,638
IRGZ	-0,68	0,462	0,894	1	0,774	0,848	0,902	0,852	0,427	0,788	0,34	0,684	0,89	0,738	0,935	0,947	-0,02	0,947	0,699
IRKT	-0,42	0,589	0,816	0,774	1	0,827	0,733	0,841	0,396	0,665	0,399	0,606	0,808	0,746	0,829	0,781	0,149	0,795	0,669
KMAZ	-0,48	0,702	0,911	0,848	0,827	1	0,842	0,882	0,273	0,572	0,557	0,823	0,918	0,777	0,873	0,884	0,081	0,867	0,795
MFGS	-0,68	0,494	0,889	0,902	0,733	0,842	1	0,869	0,349	0,597	0,315	0,705	0,9	0,75	0,893	0,97	-0,04	0,956	0,682
MGTS	-0,53	0,575	0,939	0,852	0,841	0,882	0,869	1	0,51	0,679	0,3	0,681	0,919	0,832	0,918	0,909	0,096	0,918	0,683
MTSS	-0,32	0,112	0,494	0,427	0,396	0,273	0,349	0,51	1	0,709	-0,33	0,031	0,327	0,564	0,572	0,435	0,217	0,466	0,293
RTKM	-0,41	0,226	0,747	0,788	0,665	0,572	0,597	0,679	0,709	1	0,046	0,411	0,681	0,645	0,816	0,706	0,013	0,752	0,379
SAGO	-0,2	0,64	0,328	0,34	0,399	0,557	0,315	0,3	-0,33	0,046	1	0,544	0,432	0,241	0,264	0,323	0,04	0,264	0,456
SARE	-0,32	0,51	0,802	0,684	0,606	0,823	0,705	0,681	0,031	0,411	0,544	1	0,84	0,702	0,723	0,745	0,042	0,733	0,477
SBER	-0,51	0,541	0,967	0,89	0,808	0,918	0,9	0,919	0,327	0,681	0,432	0,84	1	0,813	0,927	0,94	-0,02	0,95	0,608
SIBN	-0,46	0,535	0,863	0,738	0,746	0,777	0,75	0,832	0,564	0,645	0,241	0,702	0,813	1	0,866	0,823	0,178	0,819	0,613
SNGS	-0,58	0,487	0,97	0,935	0,829	0,873	0,893	0,918	0,572	0,816	0,264	0,723	0,927	0,866	1	0,96	0,086	0,971	0,669
TATN	-0,66	0,49	0,947	0,947	0,781	0,884	0,97	0,909	0,435	0,706	0,323	0,745	0,94	0,823	0,96	1	0,003	0,988	0,694
UTAR	-0,04	0,136	0,077	-0,02	0,149	0,081	-0,04	0,096	0,217	0,013	0,04	0,042	-0,02	0,178	0,086	0,003	1	-0,02	0,122
LKOH	-0,62	0,43	0,957	0,947	0,795	0,867	0,956	0,918	0,466	0,752	0,264	0,733	0,95	0,819	0,971	0,988	-0,02	1	0,641
MSNG	-0,56	0,742	0,638	0,699	0,669	0,795	0,682	0,683	0,293	0,379	0,456	0,477	0,608	0,613	0,669	0,694	0,122	0,641	1

Рисунок 2 – Статистическая зависимость между различными акциями

Согласно данным корреляционной таблицы, весьма сильная прямая статистическая связь присутствует в парах:

- 1) SBER – GMKN (Сбербанк – Норильский никель);

- 2) SNGS – GMKN(Сургутнефтегаз);
- 3) LKOH – GMKN (Лукойл);
- 4) TATN – MFSGS (Татнефть – Славнефть - Мегионнефтегаз);
- 5) LKOH – MFSGS;
- 6) LKOH – SNGS;
- 7) LKOH – TATN;
- 8) TATN – SNGS.

Совершенно логично, что пары образуют нефтяные компании. Это связано с тем, что они объединены олигополистическими отношениями в вопросах ценообразования, уровня добычи нефти, объемами переработки и так далее. Однако, кроме нефтяной группы, появляется две акции, колебания цены которых также тесно статистически связаны, при этом внешних причин такой зависимости нет. Почему цены на акции Сбербанка менялись в таких же пропорциях, что и цены на акции завода "Норильский никель"? такую связь можно объяснить явлением "мнимой корреляции" – ситуацией, когда между исследуемыми рядами существует статистическая зависимость, но никакими разумными причинами объяснить её нельзя без включения дополнительных переменных, оказывающих влияние на первые два ряда.

Рассмотрев типичное поведение акций с самой высокой статистической зависимостью, мы можем перейти к группам с более слабой связью. Считается, что связь велика, если $|r_{ij}| \geq 0,8$, в данном случае в эту группу входит две подгруппы: крайне тесно связанные акции $|r_{ij}| \geq 0,95$ – и тесно связанные акции $0,95 \geq |r_{ij}| \geq 0,8$. Следующая группа с $|r_{ij}| \geq 0,5$ относится к акциям с умеренной связью, оставшийся интервал относится к слабой связи и статистической независимости. Таким образом, имея критерий меры связи между различными акциями, инвестор может определить, какие активы ему следует добавить в свой портфель. Акции, слабо связанные между собой могут составить ядро диверсифицированного портфеля в соответствии с пожеланиями инвестора относительно ожидаемой доходности и меры риска (модели Марковица и Шарпа). Те же акции, что сильно связаны, могут быть консолидированы по отраслевому признаку, так как ожидается одинаковое поведение компаний одних сегментов экономики (нефтяные, финансовые, торговые и иные группы), и представляться в нескольких портфелях единственном экземпляре (одна компания). Наличие достаточной информации о рыночных кластерах позволяет инвестору достаточно успешно делить риски. Инвестор постарается "набрать" акций из кластера со слабой связью, добавит несколько компаний из кластера умеренной зависимости и буквально одну-две акции из группы с крайне высокой ценовой связью. Такое поведение окажется наиболее логичным, так как потери по одной, хорошо коррелированной с многими другими акциями, составляющими портфель, чреваты масштабными убытками. Определившись со структурой, инвестор в соответствии со своими ожиданиями доходности и рискованностью может применить алгоритм отыскания оптимального распределения средств в портфеле Марковица.

С помощью корреляционной матрицы составим инвестиционный портфель. Сначала необходимо выбрать одну единственную акцию. Если предполагается построение нескольких портфелей, то следует отдать предпочтение той акции, что состоит в крайне тесной связи с другой, с тем, чтобы поместить в один портфель одну из этих акций. Выбрав высоко коррелированную пару, мы формально закончили первый межпортфельный кластер.

На следующем этапе нас будет интересовать всего одна строчка (или столбец) матрицы, компоненты которой отражают степень связи выбранной акции со всеми другими на рынке. Критерием отбора во второй кластер является коэффициент корреляции, не меньший 0,8, поэтому из этой строчки (столбца) отбирается 2-3 акции с соответствующими коэффициентами корреляции.

Далее рассматриваются уже эти 2-3 столбца (строчки), и среди их ячеек отыскиваются акции-кандидаты во второй кластер с коэффициентами корреляции не меньшими 0,5. Точно так же ведется поиск акций четвертого кластера: из строчек (столбцов), полученных на предыдущем этапе.

Однако в процессе отбора акций по критерию тесноты связи важно помнить, что отобранные на определенном этапе акции могут быть связаны между собой нетипичной для своего кластера силой, что нарушает основную предпосылку данного кластерного анализа. Чтобы избежать этого, достаточно отслеживать коэффициенты корреляции для акций одного кластера и допускать те пары, для которых связь не превышает характерной для данной группы.

Таблица 2 – Кластерный отбор акций

Кластер	1	2		3				4							
Акция	AKR N	CLS B	TNS E	ELT Z	MG VM	PLS M	AR MD	ASS B	CHE P	DSK Y	ENR U	IRA O	KCH E	AR- SA	ABR D

Второй кластер наполняется акциями, имеющими с активом первого кластера обратную статистическую связь, в нём коэффициент корреляции с акцией из первой группы находится в пределах от -0,92 до -0,8, что значит, что с большой вероятностью за изменением цены акции первого кластера последует обратное изменение цен акций из второго, что также выступает предохранительной мерой, однако теперь в рамках одного портфеля. Инструменты третьего и четвертого кластеров достаточно слабо связаны между собой, а потому формируют ядро портфеля, при этом ввиду слабой статистической связи неважно, какова связь между этими акциями: прямая или обратная.

Построив структуры портфеля, мы можем приступить к его оцениванию. Критериями оценивания станут средняя доходность и величина риска. Для их расчета воспользуемся теорией Гарри Марковица[4]. Применяя её к подобранному портфелю, мы можем оценить последние и найти величину доходности по допустимому риску. В следующей таблице представлены: $R_{мес}$ – среднемесячная доходность соответствующей акции, σ – риск акции, а W – доля акций в портфеле.

Таблица 3 – Структура портфеля

	AKRN	MGVM	ABRD	ASSB	CHEP	DSKY	IRAO	KCHE
$R_{\text{мес}}$	1,45%	4,56%	1,54%	0,37%	0,64%	0,42%	0,03%	0,35%
σ	4,19%	43,93%	9,73%	5,95%	16,03%	4,98%	5,47%	16,77%
W	48,89%	0,00%	13,03%	12,02%	5,78%	16,03%	0,00%	4,25%

По данным рисунка видно, что не все выделенные ранее акции были включены в портфели к рассмотрению. Были исключены акции с отрицательной доходностью. Таким образом реализовалась первая возможная стратегия инвестора: максимальная доходность, сдерживаемая минимальным риском. При таком распределении среднемесячная доходность всего портфеля составит 1,08 % при уровне риска 2,29 %.

Для инвестиционного портфеля могут быть построены регрессионный модели, связывающие высокоррелированные между собой акции, в целях нахождения структурных сдвигов на рынке. Ухудшение качества моделей может стать индикатором необходимости пересмотра структуры портфеля.

По результатам исследования можно заключить, что была найдена статистическая связь между ценовыми колебаниями различных акций с дальнейшим приложением её на практике. Нами была предложена методика, позволяющая собрать один и более портфелей из акций, принадлежащих различным кластерам, на основе корреляционной таблицы. Далее инвестору следует применить теорию портфеля Марковица, чтобы определить, сколько акций того или иного вида приобретать для заданного уровня риска и доходности портфеля.

В данной теме остается открытым вопрос оптимальности выбранного по корреляционной матрице портфеля. Вероятно, его практическое разрешение будет связано с созданием итерированных программ, самостоятельно определяющими множество возможных портфелей по кластерному алгоритму.

Литература:

1. Новикова М. А., Янчушка З. И., Бахтизин Р. Н. .Формирование оптимального портфеля акций российских эмитентов нефтегазовой отрасли на основе использования кластерного анализа и нейронных сетей. Нефтегазовое дело. 2011 г., Т. 9, 1, стр. 125-130.
2. Зимин В.А. Основные принципы и методы формирования инвестиционного портфеля предприятия. // Теория и практика общественного развития. 2013. №4. С. 227-229.
3. Кох. И.А. Теория и методология портфельного инвестирования на российском рынке ценных бумаг: автореферат диссертации д-ра экон. наук: 08.00.10. Саратов, 2009. 39 с.
4. Markowitz, H.M.PortfolioSelection. The Journal of Finance. 1952, Vol. 7, 1, pp. 77-91.

*Кулинич В.В.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Краснодарский филиал
г. Краснодар, Россия
e-mail: kulinichvlv@yandex.ru*

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

Целеполагание в экономике: стратегия и тактика поведения хозяйствующих субъектов

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы внедрения целеполагания, группы ошибок, которые допускают компании при внедрении систем стратегического планирования, а также результаты влияния целеполагания на предприятие.

Ключевые слова: целеполагание, стратегическое планирование, ключевые показатели эффективности, деятельность, процесс.

*Kulinich V. V.,
student, 1 courses
Financial University under the Government of Russian Federation, Krasnodar branch
Krasnodar, Russia
e-mail: kulinichvlv@yandex.ru*

*Scientific Adviser:
Berlin S. I.,
Doctor of Science (Economics), Professor
Financial University under the Government of Russian Federation, Krasnodar branch
Krasnodar, Russia
e-mail: siberlin@fa.ru*

Goal-setting in the economy: strategy and tactics of economic entities

Abstract: The article deals with the problems of goal-setting implementation, the group of mistakes that companies make in the implementation of strategic planning systems, as well as the results of the impact of goal-setting on the enterprise.

Keywords: goal setting, strategic planning, key performance indicators, activities, process.

Целеполагание – это составление или выбор целей в соответствии с родом деятельности предприятия для контроля над реализацией идеи и управления процессом ее осуществления. Цели имеют некоторые характеристики, такие как: конкретность, измеримость, реальность, ориентация во времени, достижимость. Что касается множественных целей системы, они обязательно

должны быть взаимно поддерживающими, чтобы между подразделениями организации не возникали конфликты. Одной из главных задач в управлении предприятия и обеспечении его экономической деятельности является установление целей, ради достижения которых формируется, функционирует и развивается организация как целостная система.

Процесс целеполагания всегда длительный и сложный. Это связано с необходимостью трансформации неосознаваемых желаний в четко сформулированную цель, которая выстраивается в осознанный алгоритм нужных действий и порядок ресурсов для достижения результата.

На данный момент существуют концепции стратегического управления, которые позволяют переводить стратегические бизнес-идеи в систему достигаемых целей. Наиболее распространенные концепции у иностранных и российских фирм: KPI (Key Performance Indicators – ключевые показатели эффективности) и BSC (Balanced Scorecard – Сбалансированная система показателей).

На этапе внедрения данных систем управленцы часто сталкиваются с рядом проблем, которые можно разделить на 3 типа: 1) отсутствие точной методологии целеполагания и стратегического контроля; 2) отсутствие точной методологии организационного проектирования и развития; 3) отсутствие точной типологии целей и показателей [5].

Первая группа ошибок связана с состоянием развития менеджмента. В силу характерных особенностей российского менеджмента, а именно его стадии развития. Так из-за отсутствия четких рекомендаций по конкретным условиям практики и связи BSC с другими показателями ее стали использовать как общий взгляд на цели организации без четкой привязки к реальной деятельности. Менеджеры, которые не знают или не понимают других подходов, пытаются внедрить BSC на всех уровнях организации, однако это не дает результатов. Аналогично с системой KPI, когда ее пытаются использовать для контроля финансовых потоков, она подменяет систему бюджетных показателей, что недопустимо в управлении организацией.

Вторая группа ошибок связана отсутствием поддержки на предприятиях профессиональной деятельности по организационному проектированию и развитию. В рамках молодой дисциплины – инженерии организации – проведение целенаправленных трансформаций в компании должно выстраиваться по систематизированным методам и моделям. Важно видеть объект преобразований, чтобы правильно распределить цели между исполнителями. Также необходимо различать цели процессов и цели подразделений, так как они слабо или вообще никак не связаны друг с другом [6].

Третья группа ошибок связана с неточными формулировками задач компании и бездумным отношением сотрудников к формированию целей и их показателей. Во-первых, формулировки целей и показателей могут полностью совпадать, быть синонимичными или максимально обобщенными. Во-вторых, формулировки целей и показателей бывают очень размыты, что приводит к множеству субъективных оценок и предположений, так как не обозначаются четкие показатели, к которым надо прийти. В-третьих, часто в качестве целей выступает выполнение функциональных обязанностей. В-четвертых, некоторые

цели отражают процесс, но никак не фиксируют результат, к которому надо стремиться. В-пятых, некоторые формулировки целей заставляют только догадываться, о чем она и что следует по ней достичь, так как нет формулировки показателя.

Следует перейти к результатам влияния системы целеполагания на финальный результат там, где удалось настроить правильную работу стратегического управления. На примере ПАО «Нефтяная компания «ЛУКОЙЛ»» можно наблюдать, какие цели они для себя ставят и какие ключевые показатели эффективности выделяют.

Так на Совете директоров в 2017 году была утверждена Программа стратегического развития Группы «ЛУКОЙЛ» на 2018-2027 годы. Ее основные направления: 1) обеспечение устойчивого роста ключевых показателей; 2) выполнение прогрессивной дивидендной политики при консервативном сценарии цены на нефть; 3) дополнительное развитие бизнеса; 4) распределение средств акционерам в случае более благоприятной конъюнктуры.

Для построения модели развития на будущие годы, необходимо проанализировать результаты ключевых показателей эффективности по прошедшим годам. По системе КРІ «ЛУКОЙЛ» в своей деятельности на период с 2015 по 2017 года выделил 11 показателей: чистая прибыль, свободный денежный поток, доналоговая прибыль (ЕБИТДА), рентабельность задействованного капитала (ROACE), добыча углеводородов, выход светлых нефтепродуктов, чистый долг к ЕБИТДА, капитальные затраты, дивиденд на акцию, утилизация ПНГ, коэффициент частоты несчастных случаев. Эти данные представлены ниже в таблице ключевых показателей эффективности (таблица 2).

Таблица 2 – Ключевые показатели эффективности ПАО «ЛУКОЙЛ»

		2015	2016	2017
Финансовая эффективность	Чистая прибыль, млрд руб	291	207	419
	Свободный денежный поток, млрд руб	248	255	247
	ЕБИТДА, млрд руб	817	731	832
	ROACE, %	8,3	6,0	10,9
Операционная эффективность	Добыча углеводородов, тыс. барр. н.э. /сут	2237	2181	2235
	Выход светлых нефтепродуктов, %	62,6	66,5	71,3
Финансовая устойчивость	Чистый долг к ЕБИТДА	0,7	0,6	0,3
Оптимальный баланс	Капитальные затраты, млрд руб	601	497	511
	Дивиденд на акцию, руб	177	195	215
Корпоративная ответственность	Утилизация ПНГ, %	92,0	92,1	95,4
	Коэффициент частоты несчастных случаев	0,28	0,21	0,19

Анализ приведенной таблицы показателей и экономической ситуации в стране позволяет объяснить данные результаты. Значительный рост прибыли в

основном связан с неденежным эффектом курсовых разниц из-за высокой волатильности валютного курса, а также эффектом от продажи непрофильных активов. Уровень свободного денежного потока также обусловлен сильной внешней волатильностью. Доналоговая прибыль показала максимальный результат за всю историю благодаря росту доли высокомаржинальной добычи и совершенствованию корзины нефтепродуктов на НПЗ. Повышение показателя рентабельности задействованного капитала обусловлено ростом чистой прибыли и снижением долга.

Рост добычи углеводородов произошел благодаря реализации газовых проектов в России и Узбекистане, а рост выхода светлых нефтепродуктов достигнут с запуском новых конверсионных мощностей на НПЗ в 2016-2019 годах.

Снижение долговой нагрузки показывает результаты консервативной финансовой политики и позволяет компании быть финансово устойчивой при изменчивости цен на нефть и валюту. Капитальные затраты идут на развитие новых проектов, и это непрерывное развитие позволяет с каждым годом расти дивидендам.

Уровень утилизации нефтяного газа имеет зависимость от его объемов, места проведения работ и развития оборудования. Снижение частоты несчастных случаев показывает нам повышение уровня контроля и качества условий труда.

На основании приведенных данных можно говорить об улучшении финансовой составляющей компании ЛУКОЙЛ благодаря использованию в работе ключевых показателей эффективности. Стратегия рассматриваемой организации заключается в следовании поставленным целям, движение к которым отследить можно с помощью систем целеполагания. Управление по целям помогает контролировать динамику показателя, интересующего компанию.

В результате можно сказать, что целеполагание в экономике занимает важное место, так как оно определяет путь фирмы. На его основании разрабатывается стратегия компании, и формируется тактика поведения на рынке. В борьбе за спрос на свой товар или услугу побеждают лишь конкурентоспособные организации. Помощь в достижении конкурентоспособности оказывают системы целеполагания, такие как KPI, BSC, СМК и др. Важно использовать их по назначению, а для этого необходимо иметь профессиональный персонал, который сможет верно внедрить такую систему на предприятии и правильно настроить сотрудников на новый порядок работы, чтобы избежать протеста из-за непонимания нововведений или естественного отрицания работников. Также главной задачей специалиста в этом вопросе будет поддержание системы в дальнейшем.

Подходя к завершению статьи, я хотела бы выделить перспективы развития целеполагания. На мой взгляд, следующим этапом будет создание платформы, которая сможет обеспечить оценку всей деятельности фирмы. Это позволит уменьшить затраты на обучение персонала, так как на данный момент системы стратегического управления довольно однобоко оценивают деятельность предприятия, и для введения новой системы нужно осваивать несколько

программ или за каждым работником закреплять разные системы. При создании универсальной платформы произойдет сокращение персонала, соответственно сократятся и издержки предприятия.

Литература:

1. Корышев И. И. Проблематика построения и внедрения системы целеполагания // Проблемы современной экономики – 2011. [Электронный ресурс <https://cyberleninka.ru/article/n/problematika-postroeniya-i-vnedreniya-sistemy-tselepolaganiya> (дата обращения 2.05.2019)].

2. <https://psihomed.com/tselepolaganie/>

3. <https://center-yf.ru/data/Menedzheru/Celepolaganie.php>

4. <http://www.lukoil.ru/Company/CorporateProfile>

5. Берлин С.И. Конкурентный потенциал Российской Федерации как драйвер ее социально-экономического развития // Вестник Академии знаний. 2018. № 2 (25). С. 47-54.

6. Проектное управление в коммерческой и публичной сферах. Константиныди Х.А., Берлин С.И., Бугакова Н.П., Воробьева М.А., Грибок Н.Н., Жильцова О.Н., Зинченко Н.В., Кунаковская И.А., Рубин А.Г., Пахомова А.Ю., Померанцев Г.Н.ю, Чернявская С.А., Шулаева В.В. Учебник / Москва, 2018. Сер. Высшее образование: Бакалавриат (ФУ).

УДК 657.35.4

Малтизова А.С.,

студент 1 курса

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

Краснодар, Россия

e-mail: maltizova@bk.ru

Научный руководитель:

Добрунова М.А.

доцент кафедры «Экономика и финансы», к.э.н.

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

Краснодар, Россия

e-mail: MADobrunova@fa.ru

Новые подходы к составлению аудиторского заключения

Аннотация: В статье затрагивается тема составления аудиторского заключения в соответствии с Международными стандартами аудита. С учетом данных изменений, появляется необходимость в новом подходе проведения аудита и составления аудиторского заключения, который носит название риск-ориентированный подход.

Ключевые слова: аудит, аудиторское заключение, аудитор, международные стандарты аудита, риск-ориентированный подход, аудиторская проверка.

Maltizova A.S.,

1st year student

*Scientific Adviser
Dobrunova M.A
Associate Professor of the Department «Economics and Finance», Doctor Economics
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: MADobrunova@fa.ru*

New approaches to the audit report

Abstract: The article touches upon the issue of drawing up an audit report in accordance with International standards of audit. Taking into account these changes, there is a need for a new approach to audit and audit opinion, which is called the risk-based approach.

Keywords: audit, auditor's report, auditor, international standards of audit, risk-oriented approach, auditor check.

Результатом проведенной аудиторской проверки является представление руководству аудируемой организации аудиторского заключения.

Аудиторское заключение - официальный документ, предназначенный для пользователей бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемых лиц, содержащий выраженное в установленной форме мнение аудиторской организации, индивидуального аудитора о достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица[1].

Свою историю аудиторское заключение начинало с того, что состояло всего из нескольких предложений. На сегодняшний момент аудиторское заключение носит расширенный характер. В настоящее время повышается важность аудиторского заключения, оно стало ценным инструментом в обсуждении тех или иных моментов в совете директоров. Практика проведения аудиторских проверок показывает, что инвесторы и акционеры стали чаще проявлять интерес к информации, которая содержится в аудиторском заключении, что в свою очередь позволяет говорить о повышении степени доверия акционеров к аудиту.

Аудиторское заключение составляется в соответствии с правилами и нормами, установленными законодательством Российской Федерации, а именно на основании Международных стандартов аудита (МСА).

С 12 февраля 2019 года вступил в силу Приказ Минфина России от 09.01.2019 N 2н, которым введены в действие новые международные стандарты аудита на территории Российской Федерации. Данные изменения коснулись и стандартов, отражающих составление аудиторского заключения, так в существенной степени изменилось содержание и форма аудиторского заключения, а также предоставление более подробной информации по финансовой отчетности предприятия, по ценным бумагам, которые допущены к организационным торгам.

В соответствии с вышеперечисленными изменениями, введенными на законодательном уровне, необходимо искать новые подходы к проведению аудита, а, следовательно, и к составлению аудиторского заключения.

Аудиторские заключения могут быть различных видов:

1. положительные;
2. с оговоркой;
3. отрицательные;
4. отказ аудитора от выражения мнения

Руководитель аудиторской проверки указывает в аудиторском заключении детали проведенного аудита, а также подробно детализирует работу, размеры нисхождения и т.д.

Главное качество аудиторского заключения это принцип «достоверности», то есть точность информации о бухгалтерской финансовой отчетности предприятия, о его финансовом и имущественном положении, а также о результативности деятельности всего предприятия в целом [3].

Понятность и объективность, также является одним из требований, предъявляемых к аудиторскому заключению, так как на основании его дается реальная оценка действительного экономического положение бухгалтерских дел и появляется возможность улучшить результативность работы предприятия.

Для того чтобы соответствовать международным требованиям, сложным экономическим условиям в нашей стране, у аудиторских организациях образовалась потребность в постоянном усовершенствовании подходов к проведению аудита и как результата, этого аудита – аудиторского заключения.

В современном экономическом обществе выделяется несколько ключевых подходов к проведению аудита, а, следовательно, и составления аудиторского заключения:

1. Операционный подход;
2. Бухгалтерский подход;
3. Compliance- подход;
4. Ревизионный подход;
5. Риск-ориентированный подход.

Первые четыре подхода наиболее классические, так как обладают тематической и методологической предопределенностью, что с одной стороны является положительным моментом, так как позволяют повысить качество проверки. А с другой стороны обладают ограниченностью, то есть не способны выполнять другие не менее важные задачи, если не находятся в поле деятельности аудиторской проверки, а следовательно и не находили отражение в аудиторском заключении.

Риск – ориентированный подход был разработан в связи с новыми изменениями в системе Международных стандартов аудита.

Развитие экономики в современном обществе, в том числе и аудиторской деятельности, привело к появлению новых подходов в аудите и составлении аудиторского заключения, так как новые требования акционеров просто вынуждают аудиторов менять свои методы и приспосабливаться к развитию. Тем самым выводят современные предприятия, особенно крупные, на международ-

ный уровень, следовательно, необходимость в применении риск-ориентированного подхода является обоснованным.

При проведении риск-ориентированного аудита вся деятельность аудируемого предприятия рассматривается с точки зрения рисков и возможностей. Как только риск обретает определенные параметры (в результате сочетания риск-образующих факторов), ключевым из которых является способность препятствовать достижению целей предприятия, он включается в тематику работы аудита. При проведении риск-ориентированного аудита предъявляются повышенные требования к квалификации и составу аудиторов.

Положительным моментом проведения риск-ориентированного аудита является то, что правильное использование методологии анализа и оценки бизнес-процессов и систем внутреннего контроля способно существенно нивелировать ключевое ограничение риск-ориентированного подхода.

Мнение аудитора учитывает ограничения, влияющие на саму возможность обнаружения или необнаружения существенных искажений в предоставленной финансовой отчетности. То есть при проведении аудита, аудитор не обладает абсолютной уверенностью в достоверности проверяемой финансовой отчетности.

На это влияют следующие факторы:

1. Используется выборочная проверка финансовой отчетности;
2. Ограничения присущие системе бухгалтерского учета и внутреннего контроля;
3. Рекомендательный либо убеждающий характер большей части аудиторского заключения.

Тем самым, введение в действие новых международных стандартов аудита на территории Российской Федерации, несомненно, являются главным фактором повышения качества аудиторской проверки. А так как результатом аудиторской проверки является – аудиторское заключение, то и качество аудиторского заключения тоже повышается, и становится более привлекательным для привлечения иностранных инвесторов, особенно из тех стран, которые уже перешли на новые требования к аудиторским проверкам.

Исходя из всего выше перечисленного, можно сделать вывод, что аудиторское заключение, составленное по результатам проведенного риск-ориентированного подхода к аудиту является достоверным, актуальным и наиболее востребованным на международном уровне. А в связи с тем, что на территории Российской Федерации введены в действие МСА, то аудиторские организации и индивидуальные аудиторы должны составлять аудиторские заключения с учетом требований, которые представлены в них.

Литература:

1. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 № 307-ФЗ (последняя редакция).- URL: <http://www.consultant.ru>.
2. Постановление Правительства РФ от 11 июня 2015 г. N 576 "Об утверждении Положения о признании международных стандартов аудита подлежащими применению на территории Российской Федерации" (с изменениями и

дополнениями).

-

Система

ГАРАНТ:

<http://base.garant.ru/71079302/#ixzz5o9qeXaOz>

3. Кеворкова Ж.А. Международные стандарты аудита: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Под.ред. Ж.А. Кеворковой. - М.: Издательство Юрайт, 2017 - 458 с.

4. Добрунова М.А. Обоснование профессионального суждения при выборочной аудиторской проверке // Новые технологии. - 2015. - № 2. - С. 128-132.

5. Добрунова М.А. Выбор метода построения аудиторской выборки в условиях неопределенности // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2015. № 8 (80). С. 12.

УДК 657.631

*Минкина Д.А.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ
г. Краснодар, Россия
e-mail: darya.minkina@inbox.ru*

*Научный руководитель:
Добрунова М.А.,
доцент, к.э.н
Финансовый университет при Правительстве РФ
г. Краснодар, Россия
e-mail: MADobrunova@fa.ru*

Обоснование необходимости проведения аудиторской проверки экономических субъектов

Аннотация: в статье рассматривается роль аудиторской проверки для экономических субъектов в современных условиях, а также её основные цели.

Ключевые слова: аудит, аудиторская деятельность, аудитор, роль аудита, аудиторская организация.

*Minkina D.A.,
student, 1 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: darya.minkina@inbox.ru*

*Academic director:
Dobrunova M.A.,
Doctor of Science (Economics),
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: MADobrunova@fa.ru*

Rationale for the need of an audit of economic entities

Abstract: The article presents the role of audit control for economic entities in modern conditions and its main objectives

Keywords: audit, auditing, auditor, role of auditing, auditing organization

Быстрые темпы развития рыночной экономики в России определяют растущую популярность аудита. Что же такое аудит?

Аудит - независимый контроль, который предоставляет пользователям финансовой отчетности хозяйствующих субъектов информацию о достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Основной целью аудита является установление достоверности финансовой и бухгалтерской отчетности коммерческих организаций и соответствие их финансово-хозяйственной деятельности действующему законодательству Российской Федерации.

Как внутренние (учредители, акционеры, руководство, сотрудники компании), так и внешние (поставщики, покупатели, кредиторы, страховщики, государственные органы, потенциальные инвесторы) пользователи бухгалтерской (финансовой) отчетности заинтересованы в получении достоверной информации о финансовом положении компании. Однако, поскольку их интересы не всегда совпадают, необходимо провести независимую оценку финансовой информации специалистами, которые имеют подготовку, квалификацию, опыт, такими специалистами и являются аудиторы.

Согласно Федеральному закону № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности», аудитор - физическое лицо, получившее квалификационный аттестат аудитора и являющееся членом одной из саморегулируемых организаций аудиторов [1].

В России звание аудиторов введено Петром 1 - их называли присяжными бухгалтерами. Присяжный бухгалтер не мог быть признан таковым, не принеся специальной присяги. В современном мире аудиторы уже не дают такой присяги, тем не менее, они должны ответственно и добросовестно выполнять свою работу.

Аудиторы выявляют ошибки в бухгалтерской отчетности. К примеру, все компании платят налоги, чем выше доход компании, тем больше налогов она должна заплатить в бюджет. Эта ситуация, конечно, не выгодна для владельцев компании.

В этом случае возникает соблазн подделать документы путем уменьшения полученного дохода или, наоборот, путем увеличения предположительно существующих расходов. С целью получения достоверной информации, содержащейся в бухгалтерской (финансовой) отчетности, и необходимо приглашать независимых экспертов, а именно аудиторов.

Практика проведения аудиторских проверок показывает, что аудитор не преследует цели уличить главного бухгалтера в некомпетентности, а наоборот, пытается помочь найти решение в сложных ситуациях, вместе исправить выявленные ошибки и неточности и в дальнейшем не совершать их.

Следует отметить, что с 2017 года на территории Российской Федерации введены в действие Международные стандарты аудита, так в соответствии с МСА 200 «Основные цели независимого аудитора» аудитору необходимо получить разумную уверенность в том, что финансовая отчетность, не содержит

существенных ошибок, будь то в результате мошенничества или ошибки.

Разумная уверенность — это концепция, связанная со сбором аудиторских доказательств, необходимых для того, чтобы аудитор пришел к выводу, что финансовые отчеты, взятые в целом, не содержат существенных ошибок. Термин «разумная уверенность» относится к сбору доказательств, который приводит к выводу об отсутствии существенных ошибок в финансовой отчетности, которая рассматривается в целом.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что международные стандарты аудита предназначены для регулирования единства организации, порядка и процедур проектирования, а также результатов аудиторской деятельности во всем мире.

Аудиторская проверка может быть как внешней, так и внутренней. Внешняя аудиторская проверка осуществляется на договорной основе аудиторскими организациями или отдельным аудитором для объективной оценки достоверности бухгалтерской и финансовой информации компании, где проводится аудиторская проверка. Внутренний аудит — это внутренний контроль за расходами, которые несет компания.

Кроме того, аудиторская проверка может быть инициативной (проводится по запросу коммерческой организации) или обязательной (проводится в случаях, предусмотренных законодательством).

Федеральный закон от 30 декабря 2008 г. № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» является основным нормативным документом, регламентирующим проведение обязательных проверок в Российской Федерации.

Обязательный аудит проводится если:

- 1) организация имеет организационно-правовую форму акционерного общества;
- 2) ценные бумаги организации допущены к организованным торгам;
- 3) организация является кредитной организацией, страховой организацией, обществом взаимного страхования и т.д.;
- 4) если объем выручки от продажи продукции организации за предшествовавший отчетному год превышает 400 миллионов рублей или сумма активов бухгалтерского баланса по состоянию на конец предшествовавшего отчетному года превышает 60 миллионов рублей;

Инициативный аудит не сильно отличается от обязательного, но проводится исключительно по воле руководства организации или ее владельцев. Это позволяет убедиться в правильном введении бухгалтерской и налоговой документации.

Существует также деление аудиторских проверок и по профилю деятельности - общая, банковская, налоговая, страховая деятельность, аудит внебюджетных фондов и т.д.

Основные мероприятия, проводимые в ходе аудиторской проверки, включают в себя:

- 1) планирование аудиторской проверки экономического субъекта;
- 2) получение достаточно надлежащих аудиторских доказательств;
- 3) использование работы других лиц и контактов с администрацией ком-

мерческой организации третьими лицами;

4) составление рабочих документов аудитора в ходе аудиторской проверки;

5) обобщение результатов, формирование и выражение мнения аудитора относительно достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Благодаря этим действиям аудиторская организация может провести полноценную аудиторскую проверку.

По результатам проведения аудиторской проверки руководство экономического субъекта получает различные рекомендации, которые позволяют своевременно предотвратить ошибки в бухгалтерском учете, оценить эффективность сотрудников компании т.д.

Проведя анализ аудиторского заключения, главный бухгалтер может провести такие мероприятия как:

- усилить контроль над определенным участком бухгалтерского учета;
- усилить меры внутреннего контроля;
- повысить квалификацию сотрудников бухгалтерии.

Необходимость проведения аудиторской проверки заключается в том, что привлекая аудиторов на проверку своей отчетности, экономические субъекты смогут минимизировать налоговые риски или вообще их избежать, а также смогут избежать финансовых последствий как крупных, так и мелких сделок.

Проведенное исследование позволяет говорить о том, что аудит является необходимым инструментом контроля над финансовой и хозяйственной деятельностью компании.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что аудит сейчас является приоритетом в сфере финансового контроля, так как он выявляет слабые места как в бухгалтерском, так и в налоговом учете. Аудиторская проверка позволяет директору и главному бухгалтеру чувствовать уверенность и защищенность от всевозможных рисков, снижается личная ответственность главного бухгалтера за бухгалтерскую отчетность компании. Также проверка необходима для получения аудиторского заключения о состоянии финансово-хозяйственной деятельности компании и передачи его в налоговую инспекцию.

Литература:

1. Федеральный закон "Об аудиторской деятельности" от 30.12.2008 N 307-ФЗ—<https://base.garant.ru/12164283/> (Дата обращения от 23.04.2019)

2. Бубновская Т.В. Проблемы аудита финансово-хозяйственной деятельности коммерческих предприятий / Т.В. Бубновская // Владивостокский государственный университет экономики и сервиса. 2018 - № 4. С.

3. Кеворкова Ж.А. Международные стандарты аудита: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Под. ред. Ж.А. Кеворковой. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 458 с.

4. Маничкина М.В., Купина В.В. Современный финансовый учет. Учебное пособие / Курск, 2018.

5. Шешукова, Т. Г. Аудит. Теория и практика применения международных стандартов: моногр. / Т.Г. Шешукова, М.А. Городилов. - М.: Финансы и статистика, 2017. - 184 с.

УДК 657

*Мозжухина М.А.,
студент 3 курса
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (филиал)
г.Краснодар, Россия
e-mail: m.a_mozzhukhina@mail.ru*

*Научный руководитель:
Рощектаева У.Ю.,
доцент, к.э.н
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (филиал)
г.Краснодар, Россия
e-mail: ul_rosh@mail.ru*

Учёт и анализ движения денежных потоков организации, как один из факторов, влияющих на её рентабельность

Аннотация: В статье исследуется учёт и анализ движения денежных потоков организации, как один из факторов её рентабельности. Предложено уточненное определение денежного потока, отражающее его значение в процессе учета и анализа денежных средств, представлены признаки классификации денежных потоков, дающие наиболее полную информацию, обосновано влияние учёта и анализа движения денежных средств на рентабельность компании.

Ключевые слова: денежные потоки, учёт денежных потоков, анализ денежных потоков, рентабельность, отчёт о движении денежных средств.

*Mozzhukhina M.A.,
student, 3 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation (subsidiary)
Krasnodar, Russia
e-mail: m.a_mozzhukhina@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Roshektaeva U.Yu.,
Candidate of Science (Economics), Docent
Financial University under the Government of the Russian Federation (subsidiary)
Krasnodar, Russia
e-mail: ul_rosh@mail.ru*

Accounting and analysis of cash flow of the organization, as one of the factors affecting its profitability

Abstract: The article examines the accounting and analysis of cash flow of the organization, as one of the factors of its profitability. A refined definition of cash flow, reflecting its value in the process of accounting and analysis of cash, is proposed. Signs of classification of cash flows that provide the most complete infor-

mation are presented. The effect of accounting and analysis of cash flow on the company's profitability is substantiated.

Keywords: cash flows, cash flow accounting, cash flow analysis, profitability, cash flow statement.

В современном мире каждый третий человек мечтает о собственном деле, каждый десятый планирует, чем бы он хотел заниматься в бизнес сфере, а каждый двадцатый уже точно знает чего, он хочет, и, стремится к достижению этой цели. Однако, в девяноста пяти процентах случаев из сотни, люди прогорают. Причин этому масса, одними из которых являются: недостаточное информирование о движении денежных средств, в собственной организации, и непонимание как грамотно и эффективно ими распорядится. В связи с изложенным, очевидно, что особую актуальность приобретают учёт и анализ движения денежных потоков организации.

Денежный поток – объём денежных средств, который получает или выплачивает организация в течение отчётного или планируемого периода.

Для подробного ознакомления приведём классификационную таблицу 1 денежных потоков.

Таблица 1 – Классификация денежных потоков

№	Классификация	Содержание
1	По направленности движения	- положительный денежный поток (приток); - отрицательный денежный поток (отток);
2	По уровням управления	- денежный поток компании в целом; -денежный поток отдельных структурных подразделений; - денежный поток по отдельным операциям;
3	По видам деятельности	- денежный поток по текущей деятельности; - денежный поток по инвестиционной деятельности; - денежный поток по финансовой деятельности;
4	По отношению к компании	- внутренний денежный поток; - внешний денежный поток;
5	По методу исчисления	- совокупный денежный поток; - чистый денежный поток
6	По уровню достаточности	- избыточный денежный поток; - дефицитный денежный поток;
7	По времени	- краткосрочные/долгосрочные денежные потоки;
8	По уровню сбалансированности	- сбалансированный денежный поток; - несбалансированный денежный поток;
9	По значимости формирования финансовых результатов деятельности	- приоритетный денежный поток; - второстепенный денежный поток;

10	По методу оценки во времени	- текущий денежный поток; - будущий денежный поток;
11	В соответствии с международными стандартами учёта	- денежный поток по операционной деятельности; - денежный поток по инвестиционной деятельности; - денежный поток по финансовой деятельности;

Учёт движения денежных средств должен и осуществляется в соответствии с ПБУ 23/2011 «Отчёт о движении денежных средств». Данный отчёт представляет собой обобщение данных о денежных средствах, а также высоколиквидных финансовых вложениях, которые могут быть легко обращены в заранее известную сумму денежных средств и которые подвержены незначительному риску изменения стоимости.

Наименование показателя	Код	За <u>год</u> 20 <u>18</u> г. ¹	За <u>год</u> 20 <u>17</u> г. ²
Денежные потоки от текущих операций			
Поступления - всего	4110	794934	624719
в том числе:			
от продажи продукции, товаров, работ и услуг	4111	794934	624719
арендных платежей, лицензионных платежей, роялти, комиссионных и иных аналогичных платежей	4112	-	-
от перепродажи финансовых вложений	4113	-	-
прочие поступления	4119	-	-
Платежи - всего	4120	(830663)	(576535)
в том числе:			
поставщикам (подрядчикам) за сырье, материалы, работы, услуги	4121	(760510)	(529757)
в связи с оплатой труда работников	4122	(19848)	(15539)
процентов по долговым обязательствам	4123	(726)	(318)
налога на прибыль организаций	4124	(19011)	(12302)
прочие платежи	4129	(30568)	(18619)
Сальдо денежных потоков от текущих операций	4100	(35729)	48184

Рисунок 1 – ОДДС в части текущих операций

В нём отражаются платежи, поступления и остатки денежных средств от текущих, инвестиционных и финансовых операций. На рисунке 1 был представлен пример заполненного ОДДС в части текущих операций.

Помимо отчёта о движении денежных средств информацию о данных активах в организации содержат иные формы бухгалтерской отчётности такие как:

- бухгалтерский баланс (ОКУД 0710001);
- отчёт о финансовых результатах (ОКУД 0710002);
- отчёт об изменениях капитала (ОКУД 0710003);
- упрощённая бухгалтерская (финансовая) отчётность;

Все эти обобщённые сведения должны соответствовать регламентирующим требованиям федерального закона «О бухгалтерском учёте» и приложением по бухгалтерскому учёту «Бухгалтерская отчётность организации». Требования: понятность информации, нейтральность информации, существенность показателей отчётности, сопоставимость, достоверность и полнота отчётности.

Это необходимо для того, чтобы пользователи данной информации смогли составить правдивую и объективную картину о деятельности организации, а также для внутреннего контроля и анализа этой деятельности.

Для анализа рентабельности организации – прибыльности в процентах к затратам или ресурсам, необходимы достоверные данные бухгалтерской отчетности, что лишний раз подчёркивает важность учёта для финансового благополучия предприятия.

Для расчёта данного показателя можно использовать формулу:

$$P = \text{БП} / \text{СА} * 100\%, \quad (1)$$

где P – рентабельность;

БП – балансовая прибыль (выручка – себестоимость продукции – организационные и управленческие расходы). Необходимая величина находится в отчёте о прибылях и убытках по форме № 2, код строки 2300 «прибыль до налогообложения»;

СА – стоимость активов в сумме (производственные фонды + оборотные и внеоборотные активы), данные указаны в бухгалтерском балансе;

Так же по данным учёта можно провести следующий анализ.

Таблица 2 – Исходные данные для анализа рентабельности активов

Показатели	По плану	Фактически (по данным учёта)	Отклонения
Прибыль, оставшаяся в распоряжении организации	2 200	2 700	+ 500
Средняя стоимость основных производственных фондов	13 000	13 338	+ 338
Средняя стоимость внеоборотных активов	-	100	+ 100
Средняя стоимость оборотных активов	5 539	5 926	+ 387
Итого по активам	20 739	22 064	+ 1325
Уровень рентабельности активов, %	10,6	12,2	+ 1,6

$$\text{Уровень рентабельности активов} = \text{прибыль} / \text{итого по активам} * 100\% \quad (2)$$

По плану: $2\,200 / 20\,739 * 100\% = 10,6\%$

По факту: $2\,700 / 22\,064 * 100\% = 12,2\%$

На основе полученных данных следует вывод, что фактический уровень рентабельности активов превысил планируемый на 1,6%. На это оказали влияние два фактора: увеличение чистой прибыли на сумму 500 тыс., руб. и увеличение активов предприятия на сумму 1 325 тыс., руб.

В аналитических целях любая организация по данным учёта может определить показатели рентабельности основных средств и рентабельность оборотных средств.

$$\text{Фондорентабельность} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{средняя стоимость основных производственных фондов}} * 100\% \quad (3)$$

По плану: $2\,200 / 13\,000 * 100\% = 16,9\%$

По факту: $2\,700 / 13\,338 * 100\% = 20,2\%$

Наблюдается рост по данным динамики на 3,3 %, что говорит об улучшении использования основных фондов.

$$\text{Рентабельность мобильных активов} = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{средняя величина оборотных активов}} * 100\% \quad (4)$$

По плану: $2\,200 / 5\,539 * 100\% = 39,7\%$

По факту: $2\,700 / 5\,926 * 100\% = 45,6\%$

Из данных расчёта следует, что коэффициент превысил ожидаемый результат на 5,9 %. Это говорит о более полном использовании оборотных средств.

Таблица 3 – Обобщённая информация о рентабельности

Показатели	Уровень рентабельности активов	Фондорентабельность	Рентабельность мобильных активов
По плану, %	10,6	16,9	39,7
По факту, %	12,2	20,2	45,6

На рисунке 2 представлена диаграмма по данным таблицы 3.

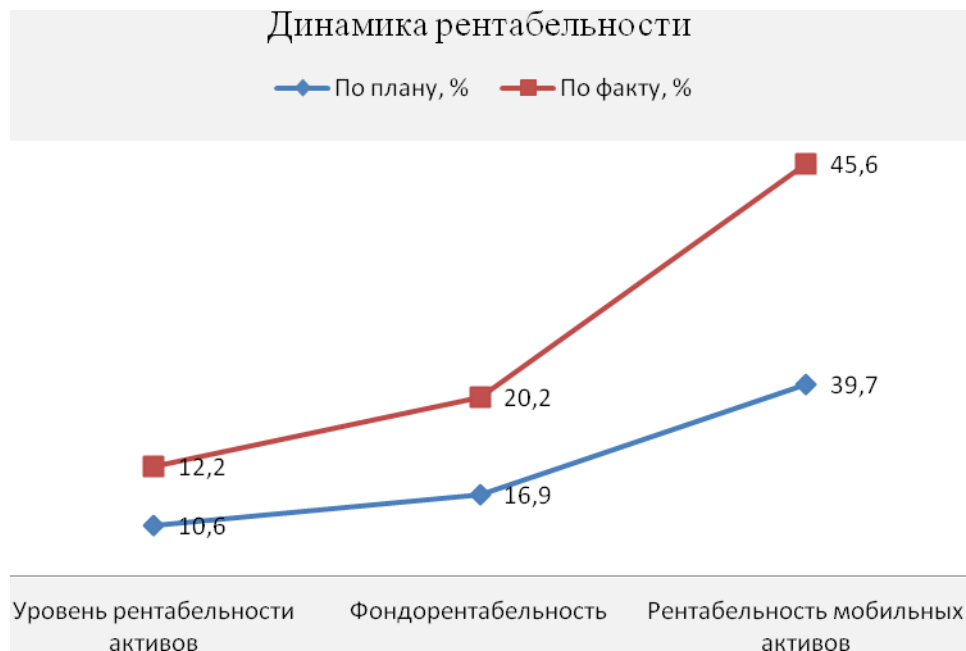


Рисунок 2 – Динамика рентабельности по обобщённым данным

Благодаря учёту движения денежных средств (потоков), на основе которых проводился анализ, можем наблюдать наглядно положительную динамику рентабельности.

Данные учёта позволяют проводить внутренний контроль и анализ организации. От того насколько полно и достоверно его ведут, зависит точность и правдивость полученных результатов. Также учёт и анализ денежных средств позволяет не только наглядно увидеть эффективность результатов деятельности организации, но и способствовать принятию управленческих решений руководством направленных на поиск путей повышения рентабельности и выявление резервов её роста.

Литература:

1. Васильчук, О. И. Бухгалтерский учет и анализ: учебное пособие под ред. Л. И. Ерохиной. — М.: ФОРУМ, 2017
2. Зонова А.В. Бухгалтерский учёт и анализ: Учебное пособие / А.В. Зонова : Инфра – М. Магистр.2016. 276 с
3. Классификация денежных потоков и их виды - <https://www.1cashflow.ru/vidy-denezhnyh-potokov>
4. ПБУ 23/2011 «Отчёт о движении денежных средств» — http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_112417/69886d3288a1055ad551d51b448ea69bb56b7a45/
5. ПБУ 23/2011 «Отчёт о движении денежных средств» — http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_112417/69886d3288a1055ad551d51b448ea69bb56b7a45/
6. Проблема учёта и контроля денежных средств - <https://cyberleninka.ru/article/v/problema-ucheta-i-kontrolya-audita-denezhnyh-sredstv>

УДК 338

*Новгородская В.Б.,
студент 2 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ, Краснодарский филиал
г. Краснодар, Россия
e-mail: novgorodskaya_vika@mail.ru*

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

Национальная платежная карта «МИР» как инструмент развития безналичных расчетов Краснодарского края

Аннотация: В статье проанализирован рынок карт национальной платежной системы «Мир» в Краснодарском крае. Исследуется динамика экстенсивных и интенсивных показателей развития. Особое внимание акцентируется на проблемах совершенствования безналичных расчетов с помощью карт «Мир» в особенностях сельскохозяйственной и туристической специфики региона Краснодарского края.

Ключевые слова: национальная платежная система, платежная карта «Мир», платежный терминал, безналичный расчёт, банковская система, платежно-финансовая инфраструктура.

*Novgorodskaya V.B.,
student, 2 courses*

*Financial University under the Government of the Russian Federation Krasnodar branch
Krasnodar, Russia
e-mail: novgorodskaya_vika@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Berlin. S.I.,*

*Doctor of Science (Economics), Professor
Financial University under the Government of the Russian Federation Krasnodar branch
Krasnodar, Russia
e-mail: siberlin@fa.ru*

National payment card "MIR" as a tool for the development of non-cash payments of Krasnodar region

Abstract: The article analyzes the card market of the national payment system "Mir" in the Krasnodar region. The dynamics of extensive and intensive indicators of development is investigated. Special attention is paid to the problems of improving non-cash payments with the help of "Mir" cards in the features of agricultural and tourist specifics of the Krasnodar region.

Keywords: national payment system, payment card "Mir", payment terminal, non-cash payment, banking system, payment and financial infrastructure.

Доступность и популярность глобальных платежных систем, имеющих объемный набор платежных отношений, получили широкое распространение на территории многих стран. Экономическое состояние рынка Российской Федерации характеризуется тенденциями интеграции и глобализации, а также усилением международной конкуренции. Для этого определена необходимость развития деятельности национальной платежной системы России в соответствии с международными и мировыми практиками. В этом и заключается актуальность данной проблемы. Несмотря на популяризацию и известность мировых платежных систем, для экономики России необходимо на отечественном рынке создание собственной самостоятельной платежной системы.

Национальная система платежных карт (НСПК) – это российский проект, клиринговый центр, обеспечивающий операции банковских карт, безналичный расчет платежей, а также являющийся оператором платежной системы карты «Мир». Этот проект создан в противовес санкциям, когда мировые платежные системы MasterCard и Visa прекратили обслуживание карт нескольких коммерческих банков России [4]. Главная цель национальной системы платежных карт – это формирование инфраструктурно и информационно замкнутого процесса, осуществляющего денежные переводы внутри страны [3].

Краснодарский край является наиболее экономически развитым регионом Южного федерального округа. Вызванный быстро развивающимся экономиче-

ским ростом, притоком инвестиций, увеличением доли промышленного производства и предоставления услуг уровень платежной системы Краснодарского Края и ситуация на рынке платежных карт в целом развивается достаточно динамичными темпами.

Показатели платежной инфраструктуры Краснодарского края совершенствуются по всем параметрам. Динамика показателей с 2014 по 2018 год показана в таблице 1 [1].

Таблица 1 – Динамика показателей платежно-финансовой инфраструктуры

Год	Общее количество учреждений банковской системы, ед.	Количество платежных карт на конец периода (физ. и юр. лиц), ед.	Всего операций (включая операции за рубежом), ед.	В том числе:		Количество банкоматов, ед.	Количество электронных терминалов, ед.	Количество импринтеров, ед.
				по получению наличных денег, ед.	по оплате товаров и услуг, ед.			
2014	1 829	6 743 804	225 700 000	124 200 000	101 500 000	8 722	491 347	60
2015	1 645	7 569 460	288 500 000	131 000 000	157 500 000	7 340	49 730	26
2016	1 530	8 160 515	366 300 000	141 100 000	225 300 000	7 227	67 313	299
2017	1 408	8 873 666	491 100 000	140 300 000	350 800 000	6 800	86 757	421
2018	1 327	9 000 705	472 500 000	105 000 000	367 500 000	6 857	109 485	407

Согласно таблице 1 с 2014 года в Краснодарском крае произошли серьезные изменения в численности платежных карт, а именно увеличение количества примерно в полтора раза. Также наблюдается рост числа операций, включая операции за рубежом по безналичному платежу с помощью карт. При этом в числе этих операций снизилось количество действий по получению, снятию денежных средств, что связано с уменьшением потребности в наличных финансовых средствах и увеличению востребованности оплаты банковской платежной картой. Именно оплата картой вызвала рост количества электронных терминалов, банкоматов и импринтеров. Кроме того, увеличение платежных карт связано с проектом «Карта жителя Краснодарского края» и «Транспортная кар-

та»[6]. Федеральное казначейство сыграло для этого немалую роль, так как получатели средств федерального бюджета обеспечиваются с помощью банковских карт. Прогрессивный рост количества платежных карт в южном регионе связан с увеличением карт, выданных кредитными организациями, а именно с реализацией «социальных», «зарплатных» проектов и с помощью предоставления инновационных сервисных услуг и передовых технологий кредитными учреждениями для владельцев карт.

Национальная платежная система карт «Мир» все более быстрыми темпами набирает популярность среди жителей Кубани. Население почти в 3 раза стало больше расплачиваться картой «Мир». Роль национальной платежной системы в Краснодарском крае усиливается. Это показывает статистика. Так система безналичных расчетов «Мир» в 2018 году определила пятерку регионов, где карта поддерживается активным использованием населения. Краснодарский край в этом рейтинге занимает 4 место, то есть на Кубани совершилось около 15,6 млн межбанковских операций [5]. По количеству транзакций с использованием «Мира» южный регион занял 2 место после Московской области. Число банковских и межбанковских операций составляет 4% от общего числа в России. Этот показатель растет с каждым годом [5].

На увеличение роли национальной платежной системы «Мир» в Краснодарском крае оказал влияние закон о переходе работников бюджетной сферы и пенсионеров и военных на обслуживание при помощи платежных карт «Мир» с 2018 года [1]. Этот обязательный процесс повлек за собой увеличение эмиссии банковских карт по всей стране. Также была затронута платежной системой «Мир» социальная сфера. С 2018 года держатели карты могут расплачиваться наземным транспортом южной столицы.

Несмотря на динамичное развитие национальной системы платежных карт, продуктовая линейка и функционирование безналичных карт этой системы ввиду объективных причин неспособны в полной мере конкурировать с глобальными платежными системами как MasterCard и Visa, имеющими международную репутацию на протяжении 10-15 лет [2]. Все особенности и характерные черты независимо от того, как они представлены, имеют свои недостатки.

- 1) Затруднение в границах использования;
- 2) Проблема процесса внедрения в обращение;
- 3) Проблема недоверия населения.

Несмотря на молодой возраст платежной системы «Мир», продвижение карт проходит недостаточно быстрыми темпами. Но с каждым месяцем эта проблема перестает быть менее важной. Как показано на рисунке 1, многие банки с 2016 года быстрыми темпами начинают переходить на национальную систему «Мир» и запускают эмиссию платежных карт [7]. Закон об обеспечении приема платежных карт «Мир» всеми платежными устройствами, включая банкоматы с начала 2017, подписанный Президентом РФ, оказал на этот динамичный рост большое влияние [1].

Также можно проанализировать выпуск платежных карт, который увеличивается ежемесячно. Эмиссия карт «Мир» показана на графике рисунка 2, со-

ставлена на основе данных, взятых с официального сайта Национальной системы платежных карт [4].

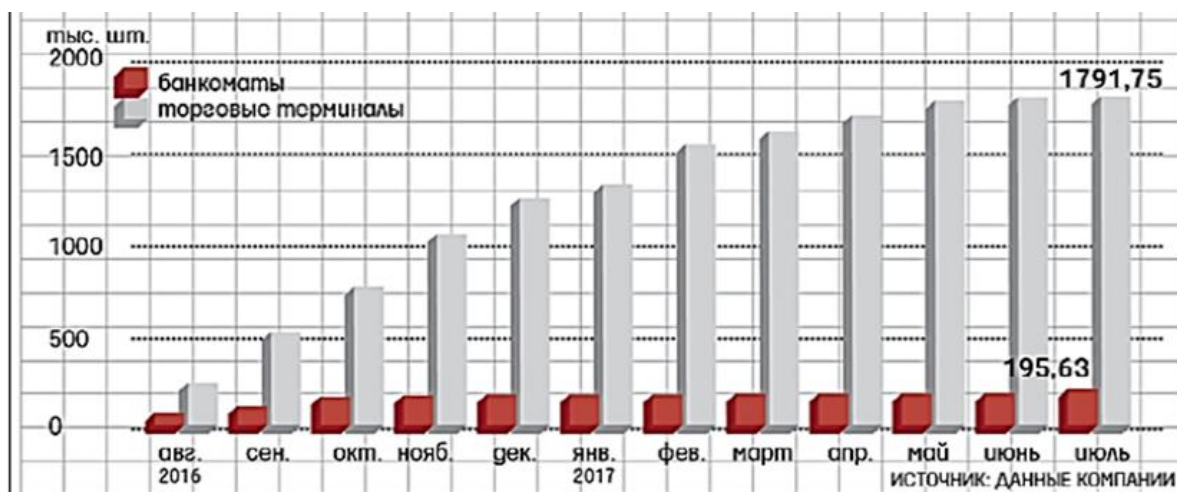


Рисунок 1 - Количество устройств, принимающих платежные карты «Мир»



Рисунок 2 – Выпуск платежных карт «Мир» 2016-2018 гг.

Современное состояние развития национальных платежных карт требует качественных преобразований в многофункциональную систему. А именно объединение кампусных, медицинских, транспортных карт «Мир». Такие перспективы развития платежных карт рассматривались в 2018 году на региональном совещании «Развитие национальной платежной системы на территории Краснодарского края». Уровень технологий позволит упростить жизнь граждан, в том числе через переход от большого количества банковских карт в кошельке к одной, совмещающей множество функций. Социальные проекты на базе платежной системы «Мир» позволяют получать оперативную информацию о фактически предоставленных жителям края льготах и услугах, усилить контроль использования бюджетных средств, выделяемых на социальные нужды. Также есть возможность повысить эффективность социальной поддержки населения края [6].

Что касается предложений по совершенствованию платежной системы «Мир» в Краснодарском крае, то его экономику народного хозяйства и занятость населения во многом определяет сельскохозяйственный сектор, представленный различным аграрными предприятиями. В регионе производится около 80% продовольственных товаров, потребляемых населением [7]. Возможно, это специфика определит политику национальной платежной системы на Кубани. Более половины трудоспособного населения заняты в области сельского хозяйства. Именно поэтому переход аналогичный закону об использовании бюджетниками и пенсионерами карты «Мир», примирителен и в Краснодарском крае, но по отношению к работникам аграрного сектора. Развитие Краснодарского края неразрывно связано и с туристическим сектором экономики. Поэтому регион в рамках своих полномочий должен внедрить различные льготы и преимущества для туристов, использующих «Мир». Таким образом, карта «Мир» - динамично развивающийся элемент безналичных расчетов. Она обеспечивает суверенитет, национального платежного пространства, эффективность применения, как регионов, так и страны в целом.

Краснодарский край активно развивается, что обуславливается ростом многих финансовых показателей. Это значит, что новый уровень обеспечит хорошие условия для внедрения различных изменений, реформ, преобразований в области совершенствования платежной системы «Мир». Таким образом, карта «Мир» - динамично развивающийся элемент безналичных расчетов. Она обеспечивает суверенитет, национального платежного пространства, эффективность применения, как регионов, так и страны в целом.

Литература:

1. Федеральный закон от 01.05.2017 N 88-ФЗ "О внесении изменений в статью 16.1 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей" и Федеральный закон "О национальной платежной системе"
2. Конвисарова Е.В. Проблемы и перспективы развития рынка пластиковых карт / Е.В. Конвисарова, В.В. Жукова // Научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации». 2014. № 11-2 (43). С. 39-44.
3. Петегирич А.В., Бондаренко Т.Н. Роль национальной платежной системы в развитии безналичных расчетов в РФ // Современные научные исследования и инновации. 2015. № 7-2 (51). С. 115-119.
4. Официальный сайт Национальной платежной системы [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: <http://www.nspk.ru> (дата обращения 16.04.2019 г.).
5. Официальный сайт Национальной платежной карты «МИР» [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: <http://mironline.ru> (дата обращения 14.04.2019 г.).
6. Официальный сайт Министерства экономики Краснодарского края [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: <http://economy.krasnodar.ru> (дата обращения 19.04.2019 г.).

7. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. - Режим доступа URL: <https://www.cbr.ru> (дата обращения: 14.04.2019)

УДК 657

*Шалемова М.А.,
студент 3 курса
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Краснодарский филиал)
г.Краснодар, Россия
e-mail: shalemova-1998@mail.ru*

*Научный руководитель:
Рошкетаяева У.Ю.,
доцент, к.э.н
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Краснодарский филиал)
г.Краснодар, Россия
e-mail: ul_rosh@mail.ru*

Современное состояние рынка аудиторских услуг в Российской Федерации

Аннотация: В настоящее время аудиторские компании сталкиваются с большим количеством серьезных проблем в области регулирования и развития аудита. Из результатов проведенного анализа можно сказать, что рынок аудиторских услуг пошел на спад, однако, не смотря, на явное снижение количества аудиторских организаций доходы аудиторских организаций в целом возросли, также в стране разрабатываются методы по выходу из сложившегося состояния рынка аудиторских услуг.

Ключевые слова: аудит, аудитор, аудиторские заключения, аудиторские услуги, аудиторские организации, аудиторская деятельность.

*Shalemova M.A.,
student, 3 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: shalemova-1998@mail.ru*

*Scientific adviser:
Roschektaeva U.Yu.,
candidate of Science (Economics), Docent
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: ul_rosh@mail.ru*

Modern condition of the market of auditing services in the russian federation

Annotation: Currently, audit companies face a large number of serious problems in the field of regulation and development of auditing. From the results of the analysis we can say that the market for audit services has declined, however, despite the apparent decrease in the number of audit organizations, revenues of audit organi-

zations have generally increased, and methods are being developed in the country to overcome the current state of the audit services .

Keywords: audit, auditor, audit reports, audit services, audit organizations, auditing activities.

Аудит – это имманентная часть системы управления. Его цель заключается в выражении мнения о достоверности финансовой отчетности аудируемых лиц и соответствия порядка ведения бухгалтерского учета законодательству РФ.

Основной характеристикой рынка аудиторских услуг в России за три последних года необходимо признать стагнацию. После нескольких лет устойчивого развития по всем показателям, именно в год перехода на механизмы саморегулирования возник постоянный спад. Стоит отметить, влияние общемирового экономического кризиса, сильно ударившего по всем отраслям экономики и значительно сократившего финансовые возможности заказчиков аудиторских услуг. Потому как аудиторы зависимы от своих клиентов, возникла необходимость идти на уступки по ценовым предложениям, учиться механизмам выживания в условиях усиливающейся конкуренции.

Актуальность рассматриваемой темы обусловлена тем, что развитие рынка аудиторских услуг РФ идет стремительными темпами. С каждым годом число компаний, которым необходимо качественное оказание аудиторских услуг растет, при этом количество аудиторских организаций значительно сокращается. На данный момент государство совершенствует политику и нормативно-правовое регулирование в данной сфере, ведет реестр саморегулируемых организаций аудиторов, проводит анализ состояния рынка аудиторских услуг в стране. Внешний контроль качества работы аудиторских организаций, осуществляют СРО в отношении своих членов, а также уполномоченным федеральным органом по контролю и надзору.

В таблице 1 отражена динамика количества аудиторских организаций и аудиторов в России. Данные предоставлены из официальных источников, а именно с сайта Министерства Финансов (Минфин) и с сайта Единой Аттестационной Комиссии (ЕАК) [6,7]. Как видно из таблицы 1, на 2017 г. в России количество аудиторских организаций и аудиторов составило 5 тыс., что ниже, чем в 2015 г. на 300 тыс. или на 5,5 %. При этом занятыми аудиторской деятельностью оказались 19 600 чел., что ниже, чем в 2013 г. на 2600 чел. или на 10,8 %. Тем не менее, количество аудиторов, сдавших квалификационный экзамен на получение единого аттестата, ежегодно увеличивается. На конец 2017 г. в России насчитывалось 4 тыс. чел. аттестованных аудиторов, что составляет 15,2 [4].

Количество аудиторов, сдавших экзамен, с каждым годом растет. Следовательно, можно ожидать, что к концу нынешнего года данное значение будет также увеличиваться. Несомненно, просматривается положительная тенденция.

Таблица 1 – Количество аудиторских организаций и аудиторов в РФ (составлено авторами по данным Минфина)

	На 01.01.15 г.	На 01.01.16 г.	На 01.01.17 г.	На 01.01.18 г.
Имеют право на осуществление аудиторской деятельности - всего, тыс.	5,3	5,1	5,0	4,8
В том числе:				
Аудиторские организации	4,5	4,4	4,4	4,2
Индивидуальные аудиторы	0,8	0,7	0,6	0,6
Аудиторы – всего, тыс.	22,2	21,5	19,6	19,6
Из них:				
Сдавшие квалификационный экзамен на получение единого аттестата	3,4	3,5	3,6	4,0

Министерство финансов в начале 2017 года обновил государственный реестр саморегулируемых организаций аудиторов, в который теперь включены только две из пяти ранее действовавших СРО. В числе оставшихся: «Российский Союз аудиторов» (Ассоциация) и Ассоциация аудиторов «Содружество».

Консолидация саморегулируемых организаций аудиторов связана с изменениями, внесенными 1 декабря 2014 года в закон от 30.12.2008 г. «Об аудиторской деятельности» № 307-ФЗ. Согласно новым требованиям, саморегулируемые организации аудиторов с 1 января 2017 года должны иметь в своем составе не менее 10 000 физ. лиц или не менее 2 000 коммерческих организаций [2].

По состоянию на апрель 2019 года (Рисунок 1), по данным сайта СРО «Содружество» в реестре состояло 9099 аудиторов и 2108 организаций. Всего 11 207 участников. На апрель 2019 по данным СРО «Российский Союз аудиторов» - 10 391 аудиторов и 2013 организаций. Общая численность членов СРО РСА достигла 12 404.

Заметим, что борьба продолжается за выбор еще неопределившихся аудиторов. Каждая оставшаяся организация предлагает свои привилегии для вступления в их СРО.

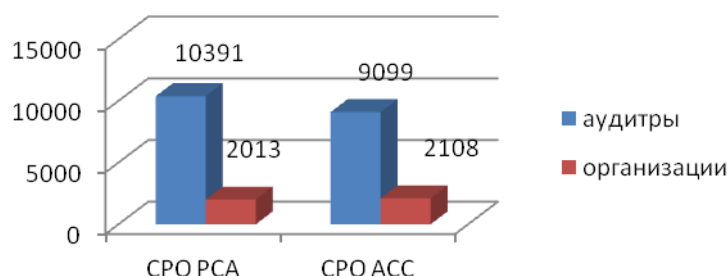


Рисунок 1 - Численность аудиторов и аудиторских организаций в разрезе саморегулируемых организаций аудиторов на апрель 2019 года

Главная цель деятельности аудиторской организации - получение прибыли. Динамика их доходов представлена в таблице 2. По данным таблицы, объем

аудиторских услуг уменьшился в 2017 году и составил 55,4 млрд. руб., что на 1,7 млрд. руб. или 2,7 % меньше, чем в 2016 году. Стоит отметить, что реальные доходы аудиторских компаний снижаются. При этом снижение реальных доходов никак не связано со снижением количества клиентов аудиторских организаций. В 2017 году была проаудирована отчетность 78087 организации, что на 3550 организации или 5 % больше, чем в 2016 году.

Основные факторы, отрицательно влияющие на деятельность участников рынка аудиторских услуг: недостаточный спрос на аудиторские услуги и неплатежеспособность заказчиков. Но стоит обратить внимание на тот факт, что доходы от ведения аудита в аудиторских организациях составляют всего 44,3 % от общей величины доходов. Остальная часть доходов приходится на консультационные, и прочие сопутствующие аудиту услуги.

Таблица 2 - Динамика доходов аудиторской деятельности (составлено авторами по данным Минфина)

	За 2013 г.	За 2014 г.	За 2015 г.	За 2016 г.	За 2017г.
Объем оказанных услуг – всего, млрд. руб.	51,7	53,6	56,1	57,1	55,4
Изменение по сравнению с прошлым годом, %	1,4	3,7	4,7	1,8	-2,9
Изменение объема оказанных услуг (без 4-х аудиторских организаций с наибольшим доходом) по сравнению с прошлым годом,, %	-1,4	-0,4	-0,4	-1,6	0,6
Объем доходов от аудита, приходящийся на 1 млн руб. выручки клиентов, руб.	339	313	318	298	273

При анализе современного состояния рынка аудиторских услуг необходимо сделать акцент на жесткой конкуренции, которая приводит к значительному разрыву в доходности малых и крупных компаний (таблица 3).

Из таблицы 3 видно, что преимущественную часть всех аудиторских организаций составляют малые организации (90,8%), но при этом их доля в общем объеме оказанных услуг всего 22,7 %. В то время как крупные организации, занимающие всего 1,3 % в общем числе аудиторских организаций, при этом оказывают 65,2 % всех оказанных услуг. В основном, это объясняется тем, что крупные компании обладают большими возможностями улучшения предоставляемого сервиса. Малым и средним организациям необходимо прикладывать больше усилий для сохранения своих позиций [1,63-68].

Таблица 3 -Распределение аудиторских организаций по масштабам деятельности (составлено авторами по данным Минфина)

	Малые		Средние		Крупные	
	2016 г.	2017 г.	2016 г.	2017 г.	2016 г.	2017 г.
Доля в общем количестве аудиторских организаций, %	90,8	90,8	7,9	7,9	1,3	1,3

Доля в общем объеме оказанных услуг, в %	23,0	22,7	11,7	12,1	65,3	65,2
--	------	------	------	------	------	------

ЦБ значительно ужесточил требования к аудиторам и подготовил предложения о внесении изменений в закон «Об аудиторской деятельности» в рамках передачи Банку России полномочий по надзору за значительной частью этого рынка. В сферу ответственности Банка России перейдут компании, оказывающие услуги обязательного аудита. Разработанные ЦБ предложения направлены в Минфин. Новый законопроект однозначно вызовет значительные изменения на рынке. Можно предположить, резкое сокращение количества мелких аудиторских компаний и рынка соответственно, так как Центробанк планирует уменьшить количество компаний, подлежащих обязательному аудиту. Также помимо этого, с 1 января 2018 года международные стандарты аудита стали обязательными [3, 4, 5]. Идея заключается в том, чтобы аудиторское заключение стало более информативным и публичным. Предполагается, что вместо привычной формы аудиторского заключения на нескольких листах со стандартным текстом, по всем новым договорам на проведение обязательного аудита, заключенным с 1 января 2017 года, составляется подробное заключение в соответствии с МСА. При этом новая форма будет содержать не только оценку финансовой отчетности компании, но и обращать внимание на наиболее важные моменты ее деятельности. Переход на международные стандарты аудита направлен на реформирование аудиторской деятельности в России, повышения качества отчетности и финансовой информации, представляемой внешнему рынку. Развитие рынка аудиторских услуг в России является одним из важнейших факторов, определяющих развитие страны в целом. Однако, несмотря на динамику сокращения количества аудиторских организаций, и как следствие снижение доходов по аудиторской деятельности, можно сказать, что рынок аудиторских услуг в России является развивающимся рынком и зависит от состояния экономики России в целом.

Литература:

1. Рощектаева У.Ю. Современное состояние рынка аудиторских услуг в России / Рощектаева У.Ю.// Научный вестник Южного института менеджмента-2017. № 2. С. 63-68.
2. Об аудиторской деятельности [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 30.12.2008 № 307-ФЗ (ред. от 01.05.2017). - Режим доступа: Консультант плюс.
3. О введении в действие международных стандартов аудита на территории Российской Федерации [Электронный ресурс]: приказ Минфина России от 09.11.2016 № 207н (ред. от 17.11.2016 № 44354). - Режим доступа: Система Гарант.
4. Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]: [https:// www.minfin.ru/ru/](https://www.minfin.ru/ru/) (Дата обращения 14.05.19).
5. Официальный сайт Единой Аттестационной Комиссии [Электронный ресурс]: <http://eak-rus.ru/> (Дата обращения 14.05.19).

Р а з д е л 4

ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

УДК 658

*Аветян Н.С.,
студент 3 курса
«Финансовый университет при Правительстве РФ» (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: nush105@mail.ru*

*Научный руководитель:
Артюшкова А.Ю.,
старший преподаватель, канд. пед. наук
«Финансовый университет при Правительстве РФ» (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: AYUArtyushkova@fa.ru*

Продвижение проекта «Молекулярная кухня» на выставочных мероприятиях

Аннотация: Обосновать проект продвижения молекулярной кухни на выставочных мероприятиях. Раскрыть все достоинства проекта.

Ключевые слова: инновационный продукт, выставочные мероприятия, ярмарки, предложения, спрос, проект, молекулярная кухня, ресторан.

*Avetyan N.S.,
2nd year student
"Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: nush105@mail.ru*

*Scientific adviser:
Artyushkova A.Y.,
assistant professor
"Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: AYUArtyushkova@fa.ru*

Promotion of the project «molecular cuisine» at exhibitions

Annotation: Justify the project of promotion molecular cuisine at exhibitions. Reveal all advantages of the project.

Keywords: innovation product, exhibitions, fairs, offers, demand, product, molecular cuisine, restaurant.

Исследуя исторические события и этапы развития жизни человечества можно найти много удивительных фактов. Сферы деятельности человека

настолько разнообразны и интересны, что порой вызывают удивление и восхищение. Увидеть и познакомиться с новинками в области технического и технологического развития, заглянуть в будущее человечества посредством инноваций, расширить кругозор и понимание научных достижений, представляется возможным через посещения специализированных выставок.

Выставочные площадки позволяют представить весь спектр инноваций. Через активное межличностное общение, внимание к посетителям и участникам выставочных мероприятий в нашу повседневную жизнь входят современные технологии и продукты.

На сегодняшний день, значение термина «инновационный продукт» понятно не только его разработчикам, но и широкому кругу потребителей. Инновационный продукт несет в себе уникальность, он может не иметь аналогов и стать конкурентоспособным на рынке. Актуальность изучения способов представления инновационных продуктов очевидна, ведь мало создать что-то новое, важнейшим аспектом инновационного процесса является его внедрение в производство и доведение продукта (товара) до потребителя.

В данном исследовании предлагается рассмотреть возможность продвижения такого инновационного продукта как молекулярная кухня, через участие в выставочных мероприятиях различного масштаба и уровня и презентации данного продукта.

Основной целью является изучение уровня заинтересованности и потенциальных возможностей инвестирования в проекты, связанные с молекулярной кухней. Гипотезой исследования является то, что наиболее эффективным способом для достижения поставленной цели является использование выставочных мероприятий.

Эта особенность мероприятий подобного формата позволяет найти и познакомиться с представителями разных научных подходов и специалистами из разных стран, что может привести к новым уникальным решениям и разработке инновационных продуктов на этой базе. Отсюда следует, что задача выставок – увеличить активность предприятий и частных лиц в участии выставочных мероприятий, давая им возможность оптимизировать торговое – экономическое, техническое, научное и инвестиционное сотрудничество. Многие организации и частные лица именно на выставках привлекают своих будущих потенциальных клиентов, расширяют географию торговой сети, увеличивают объемы продаж.

Выставочная деятельность имеет глубокие корни, по мнению ученых, история выставочной деятельности начинается с ярмарок, которые начали проводить в Европе примерно с VII века, в России эта деятельность ассоциируется с таким понятием, как торжище и рынок.

Ярмарки стали результатом разделения труда, необходимости продавать или обменивать излишки производства, а также человеческой потребности в общественном взаимодействии. Ярмарки несли в себе объединяющую функцию, которую оценили европейские государства, полагаясь на ярмарки как на средство коммерции и вели торговые операции.

По мере становления городов с определенными правилами торговли, централизованными транспортными системами и повышением потребности в регулярной поставке товаров, ярмарки уступили свое место ежедневно работающим рынкам.

Международная торговля во время становления индустриализации являлась основой нового индустриального мира. Ярмарки стали главным инструментом, благодаря которому страна демонстрировала свои товары, и услуги расширяющимся рынкам сбыта – и региональным, и национальным, и международным. Ярмарки проводились по принципу определенного места в определенное время года, с целью показать значимость той или иной отрасли.

В настоящее время выставочные мероприятия являются одним из эффективных инструментов современного маркетинга, который позволяет получить полную информацию о состоянии новых товаров или услуг на рынке предложений, а также возможность ознакомления с новыми уникальными и инновационными проектами.

Выставки – это строго регламентированное по срокам и условиям проведения мероприятие, где экспоненты демонстрируют последние достижения своей деятельности. Экспозиция – это мероприятия торгового и просветительно-познавательного характера, обычно к ним относят семинары, презентации, мастер-классы, бизнес-программа. Все мероприятия связанные с выставочной деятельностью проводятся в специально оборудованном выставочном центре. В подобном комплексе должны присутствовать сооружения и техника для проведения совещаний, собраний, тренингов и прочее предназначенное для большого количества людей.

Выставки имеют специфическую характеристику, так как благодаря подобному уровню мероприятию частные лица, организации, фирмы или крупные компании имеют возможность распространить больше информации об их продукциях или услугах среди широкой аудитории. Однако, не просто так, заинтересовать аудиторию, для этого необходимо сконцентрировать внимание на стенде, ведь это главное место коммуникаций. При составлении дизайна стенда необходимо сделать акцент на уникальности продукта.

Преимущества выставки состоят в том, что предприятия повышают свой имидж, выявляют новые способы удержания клиента, и что немаловажно увеличивают потребительский спрос. Если рассматривать влияние выставочных мероприятий на ресторанный бизнес то можно предполагать, что выставки положительно сказываются на увеличение целевой аудитории. Происходит завязывание новых партнерских отношений, укрепление имеющихся связей, обсуждение новых тенденций, идей. Возможен интерес иностранных гостей принимающих участие в выставке. К примеру, во всем мире прославлены лишь пять ресторанов молекулярной кухни из них два в Соединенных штатах Америки, два в Испании и один в Великобритании. Это говорит о том, что зарубежные инвестора предпочитают уникальность продукта и существует возможность привлечь иностранных рестораторов к развитию молекулярной кухни в России.

Детально познакомим с проектом «Молекулярная кухня» представляемым на выставочных мероприятиях, цель которого является привлечение бу-

дущих инвесторов и потенциальных рестораторов для внедрения уникальной технологии приготовления блюд в ресторанный бизнес.

Молекулярная кухня – одно из самых экзотичных и неоднозначных современных направлений кулинарного искусства. На сегодняшний день редкость встретить человека, который пробовал настоящие молекулярные блюда в ресторане.

В 1990-х желание создать нечто новое покорило британского физика Николаса Курти и французского химика Эрве Тиса, их объединило увлечение поварским искусством. Благодаря ним появилось понятие и термин «молекулярная гастрономия». Ученые занялись изучением физических и химических изменений, происходящих во время приготовления пищи и начали изобретать новые методы создания блюд необычных форм, текстур и вкусов.

Также отметим, что термин «молекулярная кухня» не единственный, в литературе можно встретить и иные понятия как «экспериментальная» и «модернистская». Ферран Адриа, много лет работал с Эрве Тисом, и предпочел термин «деконструктивная» или «провокационная», ведь, по его мнению, цель «молекулярной кухни» обнаружение неочевидных связей и контрастирующих между собой вкусов и ароматов, способных удивить и шокировать человека.

Молекулярная кухня – это необыкновенное приготовление блюд с особыми технологиями приготовления и использованием специального оборудования. Чтобы донести до рестораторов о выгоде инвестирования в подобный продукт и о безопасности и качестве продукта потребителям, требуется ярко и подробно показать и описать способы приготовления блюд молекулярной кухни.

Стенд выставки будет акцентировать внимание на уникальности продукта. Прежде всего, главным инструментом привлечения будет эффектный мастер – класс от шеф – повара, где посетители смогут ознакомиться с процессом приготовления, ознакомиться с ингредиентами молекулярной кухни, продегустировать некоторые блюда молекулярной кухни и поучаствовать в процессе приготовления, а также задать интересующиеся вопросы.

Меню, брошюры, содержащиеся основные особенности и интересные факты молекулярной кухни будут отражать информацию о молекулярных блюдах. Например, меню молекулярной кухни, представляемое на выставочном мероприятии составлено следующим образом:

Таблица 1 – Меню молекулярной кухни

Меню Молекулярная кухня	
Блюда	Цена в руб. за порцию
Бородинский хлеб	500
Сырная пена	600
Икра из дыни на ветчине прошутто	1500

	Свекольные сферы с козьим сыром	2100
	Мороженое из сельди	2000
	Холодный борщ с мороженым из сыра «рокфор» и роллами «селедка под шубой»	2100
	Кофе с чесноком	1200
	Морковный эспум и мандариновый песок	1300
	Сабайон с пеной блю-кюрасао	750

Нестандартное воплощение традиционных блюд и есть уникальность данного продукта. Подобной кухней можно удивить посетителей заведений, шоу – программами, мастер классами и прочее. Самое важное, что впечатление от вкуса и подачи блюд подарит море незабываемых эмоций и впечатлений.

Таким образом, используя выставочные мероприятия как инструмент продвижения, владельцам гостиничного и ресторанного бизнеса желающих удивить своих гостей, стоит заняться внедрением молекулярной кухни в собственных заведениях, ведь это отличных вариант привлечь деловых партнеров из – за границы, удивить постоянных клиентов, расширить масштаб аудитории, а также привлечь туристов в город, что поможет улучшить туристический поток региона страны.

Литература:

1. Управление проектами. Основы профессиональных знаний. Национальные требования к компетентности специалистов. Версия 3.0, июнь 2010. М.: ЗАО "Проектная практика", 2010 - 256 с.
2. Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека (статистические материалы) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://rospotrebnadzor.ru/activities/statistical-materials/>
3. История развития выставок в России и за рубежом [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://marketing.wikireading.ru/18590>
4. Выставочные мероприятия в маркетинге [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://znakka4estva.ru/dokumenty/marketing-reklama-torgovlya/vystavochnye-meropriyatiya-v-marketinge/>
5. История молекулярной кухни [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://nenovost.com/kulinariya/istoriya-molekulyarnoj-kuxni.php>

Воргунова В.Р.,
студент 3 курса
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: Vorgunova2013@yandex.ru

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

Промо-маркетинг: как провести эффективную промо-акцию

Аннотация: В данной работе рассматривается самый эффективный способ продвижения товара – проведение промо-акций. Была приведена их классификация, цели и критерии. Также обсуждаются основные ошибки, допущенные при организации промо – мероприятий, а также возможные пути устранения этих ошибок.

Ключевые слова: промо-акция, промо-маркетинг, реклама, бренд, товар, мероприятия, потребитель, эффективность.

Vorgunova V.R.,
student, 3 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: Vorgunova2013@yandex.ru

Scientific Adviser:
Gribok N.N.,
Docent, Candidate of Historical Sciences
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: z-gribok@yandex.ru

Promotional marketing: how to conduct an effective promotional campaign

Abstract: In this paper, the most effective way to promote a product is considered - conducting promotions. Their classification, objectives and criteria were presented. It also discusses the main mistakes made in the organization of promotional activities, as well as possible ways to eliminate these mistakes.

Key words: promotional campaign, promotional marketing, advertising, brand, product, events, consumer, efficiency.

Реклама в настоящее время вносит огромный вклад в развитие бизнеса и играет важную роль на пути к достижению бизнес-целей. Она является главным инструментом коммуникации между клиентом и продавцом. На данный момент креативная нестандартная реклама выступает наиболее производительным методом выразить себя и отдалиться от конкурентов. Также необходимо отметить,

что реклама может не только информировать, но и побуждать клиентов к действию, т.е. приобрести продукт, воспользоваться какой-либо услугой, прийти на мероприятие либо просто принять участие в акции.

Так же следует отметить, что роль промо-маркетинга в системе маркетинговых активностей производителей и ритейлеров существенно возросла с началом кризиса. Потребители перешли к новой модели поведения, стремясь сохранить объем потребления, не увеличивая затрат и наращивая потребительскую ценность приобретаемых товаров и услуг. Несмотря на ослабевание кризисного влияния, эта модель прочно закрепилась на рынке, существенно снижая доходность ведения бизнеса. В некоторых товарных категориях до 80% оборота делается сегодня только за счет скидок и акций. Наиболее подверженными влиянию промо-акций являются рынки кондитерских изделий, бытовой химии, консервов и бакалеи. Потребители уже привыкли, что за них ведется постоянная борьба и не готовы отказываться от возможности тратить деньги с выгодой. На сегодняшний день более 20% населения являются «охотниками за скидками» [3].

Промо-маркетинг – это один из элементов трейд-маркетинга, целью которого является формирование и стимулирование спроса конечных потребителей и посредников на продукцию производителя. Наиболее активно трейд-маркетинг реализуется на рынках продуктов питания, бытовой химии, алкоголя, косметики и парфюмерии, бытовой техники и электроники, товаров для дома и одежды. В случае, если производитель имеет свою розничную сеть, через которую реализуется основной объем продукции, он может ограничиваться только промо-маркетингом. Например, по такой схеме работают производители одежды, регулярно проводящие распродажи, приуроченные к окончанию сезона или конкретным датам [1].

Под промо-акцией понимается набор действий, которые продвигают бренд, продукт или услугу. Информацию о товаре потребитель получает не только из средств массовой информации и телевидения, но и лично, он может визуально ознакомиться с товаром, протестировать его. Обычная реклама не так впечатляет потребителя, но к рекламным акциям люди часто проявляют любопытный интерес.

В зависимости от целей организации используют определенные виды промо-акций: семплинг, флеш-игры, лотереи, накопительная система, моментальный приз при покупке, творческие конкурсы, флешмоб.

Промо-маркетинг осуществляется производителями для достижения двух целей:

- в первую очередь стимулировать желание приобрести товар «здесь и сейчас», стимулировать приобретение большего количества товара, с помощью подарков, скидок, демонстрации товара;
- проинформировать новых и существующих потребителей о товаре, познакомить с ним и рассказать о его свойствах и характеристиках, а в некоторых случаях предоставить возможность его протестировать или продегустировать;

Основной ошибкой промо-маркетинга является отсутствие глобальной цели и системной работы. В этом случае промо-маркетинг существует сам по

себе, а промо-акции превращаются в аналог «ямочного ремонта». К ним прибегают, когда нужно срочно реализовать товар или отразить удар конкурентов.

Правильное выстраивание управления промо-маркетингом – это наличие годового промо-плана, составленного в разрезе товарных категорий и брендов, а при необходимости в детализации до SKU. Каждая промо-акция в промо-плане реализуется в соответствии с маркетинговыми целями компании и в рамках поддержания или стимулирования продаж в конкретном регионе, у конкретного посредника или групп посредников. Например, отдельно планируются активности по федеральным и региональным сетям и по ключевым дистрибьюторам по поддержанию на рынок нового бренда. На основе промо-плана формируется трейд-маркетинговый бюджет [2].

Иными словами, должна соблюдаться следующая цепочка:

1. Постановка целей компании на 2019 год. Например, выйти в топ-5 бакалейных компаний России.

2. Постановка маркетинговых целей. Вывести на рынок 5 новых SKU в рамках существующих брендов и два новых бренда по 3 SKU. Повысить узнаваемость существующих брендов до 60% по России в целом.

3. Постановка целей в сфере продаж. Увеличить долю рынка до 18%, отгрузив за 2019 год 100 тыс. тонн продукции (условные данные). Увеличить количественную дистрибуцию в ЮФО, ПФО и ЦФО до 70%, в остальных регионах – до 85%. Выйти в 12 региональных сетей (конкретные названия в конкретных регионах).

4. Постановка целей промо-маркетинга. Обеспечить поддержку достижения маркетинговых целей и целей в сфере продаж за счет ежемесячной реализации промо-мероприятий.

Зачастую промо-акции поддерживаются рекламными активностями. Например, телевизионная реклама информирует о проведении акции с гарантированными призами. В этом случае компания одновременно реализует две цели – и привлекает внимание к конкретному товару или бренду, и стимулирует его покупку, обещая за это определенные выгоды. Как разносить такие затраты в бюджете, каждая компания решает самостоятельно в зависимости от выбранной иерархии планирования. Может быть разнесение затрат по статьям «промо-акции» и «реклама», а может быть полное отнесение суммы на одну из статей [2].

Гораздо более важным вопросом является предварительная и фактическая оценка эффективности проведенных мероприятий. С точки зрения оценки эффективности промо-акции являются наиболее простыми маркетинговыми инструментами. Особенно, если они проводятся «изолированно», т.е. без параллельного действия других маркетинговых активностей. Трейд-маркетинг, как правило, реализуется немного раньше, поскольку позволяет обеспечить увеличенный по сравнению с обычными периодами запас продукции в торговых точках. Если при этом не проводится рекламная кампания, весь прирост продаж в этом случае может быть отнесен на влияние промо-маркетинга на потребительский спрос.

Необходимо сказать о том, что существует определённый план проведения промо-акции, но не стоит забывать о том, что она носит и индивидуальный характер, т.е. разрабатывается отдельно под каждый продукт [1].

Во-первых, следует определить цели промо-акции. Они должны быть весьма четкими, другими словами они должны быть конкретными, актуальными, достижимыми, измеримыми и запланированными во времени.

Во-вторых, необходимо разработать план с целью проведения этой акции, который должен содержать в себе:

- сроки проведения;
- местоположение и территориальный охват;
- элементы промо-акции;
- план (сценарий) завершения и выхода из акции;
- список ресурсов (человеческих, финансовых, временных), которые требуются для проведения промо-акции, с оценкой их адекватности [3].

В-третьих, следует дать оценку стоимости промо-акции, объёму продукции, который надо продать, и спрогнозировать воздействие и влияние данной акции на продажи.

Следующим этапом является проведение промо-акции и подведение итогов [4].

Существующий детальный план операций по проведению промо-акций не гарантирует результативность мероприятия. Ошибки, допущенные в период проведения акции, можно разделить на 2 типа:

1. Недостаточно налажена система по организации рекламных акций.
2. Недостаточно обучен и подготовлен персонал.

Существует ряд причин, по которым промо-акции организованы не должным образом:

- Начальство не предоставляет полные сведения и данные о товаре, собственном предприятии, и именно поэтому цели компании - продавца в основном остаются непонятыми промоутерами. Данная ситуация не только не приводит к увеличению продаж, но и усугубляет отношение потребителей к бренду.

- Спонтанность промо – акции является негативным феноменом, так как отсутствует определенная согласованность и договоренность между организацией и отдельными торговыми центрами. И в данных случаях, уходит огромное количество времени и затрат не на само проведение, а на координацию с розницей. Магазин может являться неготовым к проведению подобных акций, так как продукция предоставленной торговой марки может не хватать, или выкладка продукции будет недостаточно оптимальной.

- Кражи материалов, которые в последующем могут повлиять на отношение с администрацией торговых точек, а в частности ухудшить их. Большая часть кампаний оказалась неэффективной, так как наибольшее количество продукции, предназначенной для дегустаций, было продано на рынках.

- Недостаточная информированность о промо-акциях, проводимых конкурентами. Суть промо-акции, как средства стимулирования сбыта, состоит в том, чтобы донести и показать потребителю все плюсы своего продукта перед продукцией конкурентов. Проведение приобретает менее значимый смысл то-

гда, когда, приходя в магазин, допускается возможность встретить двух промоутеров фирм – конкурентов.

Промо – акции должны быть четко запланированы по времени. Руководство обязано устанавливать и регулировать контакты с розничными торговыми точками, заранее указав правила и требования проведения промо-акции. Условия должны удовлетворять как компанию-заказчика, так и администрацию торговой точки. Торговый представитель должен контролировать наличие продукции данной компании в магазине на момент начала проведения рекламной деятельности [4].

Чтобы проводить эффективные рекламные акции, необходимо изучить опыт других компаний в проведении промо-мероприятий. И необходимо помнить, что, несмотря на то, что существуют стандартные положения, им необходимо подстраиваться под специфику своей продукции.

Литература:

1. Исследование особенностей конкуренции на рынке трудовых ресурсов Краснодарского края //Зинченко Н.В., Лобанова В.В. Экономика и предпринимательство. 2013. №2(31). -С. 296-301.

2. Повышение конкурентоспособности управленческих решений предприятия// Яхимович А.А., Пахомова А.Ю. В книге: Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства. Материалы II Международно-практической конференции. 2016. - С.502-503.

3. Становление и развитие индустрии рекламы в России, Бородай А.Д., Грибок Н.Н. - Москва, 2012.

4. Трансформация инструментов маркетинга в среде – интернет, Попова А.С., Грибок Н.Н., в сборнике: Новая наука: новые вызовы Сборник научных трудов II Всероссийской научно-практической конференции, 2017. С. 45-55.

УДК 39.138

*Воргунова В.Р.,
студент 3курса
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: Vorgunova2013@yandex.ru*

*Научный руководитель:
Артюшкова А.Ю.,
кандидат педагогических наук, старший преподаватель
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: ayuartyushkova@fa.ru*

Контекстная реклама как неотъемлемая часть продвижения товарных предложений

Аннотация: На данный момент одной из самых больших проблем для

большинства производителей является привлечение внимания пользователей. Самым эффективным способом привлечения внимания является контекстная реклама. Поэтому в данной работе были раскрыты перспективы внедрения данного вида рекламы для продвижения товарных предложений, которые показали её эффективность.

Ключевые слова: маркетинг, контекстная реклама, интернет, продвижение, предложения, товар, информационные технологии.

*Vorgunova V.R.,
student, 3 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: Vorgunova2013@yandex.ru*

*Scientific Adviser:
Artyushkova A.Yu.
Candidate of Pedagogical Sciences,
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: ayuaryushkova@fa.ru*

Contextual advertising as an integral part of product offerings promotion

Abstract: At the moment, one of the biggest problems for most manufacturers is to attract the attention of users. The most effective way to attract attention is contextual advertising. Therefore, in this paper, the prospects were revealed for the introduction of this type of advertising to promote product offers, which showed its effectiveness.

Key words: marketing, contextual advertising, Internet, promotion, offers, goods, information technologies.

В настоящий период времени существует немалое количество путей привлечения потребителей к своим товарам. Все больший процент предпринимателей отдадут предпочтение рекламе своего бизнеса и услуг в интернете. Это обусловлено высокой эффективностью и доступностью использования даже для малого бизнеса [3].

Одним из наиболее эффективных видов интернет - рекламы считается контекстная реклама, которая дает предпринимателям возможность обращаться именно к представителям своей целевой аудитории.

За счет рекламы можно обеспечить сразу же две функции – проинформировать потенциальных клиентов о компании, услуге и товаре, а также побудить их к употреблению этого товара, а в перспективе – к осуществлению повторной покупки.

Целью данной работы является раскрытие перспективы внедрения контекстной рекламы для продвижения товарных предложений.

Хотелось бы отметить, что данная тема является достаточно актуальной для современного общества, так как мы живем в век информационных техноло-

гий и современные виды интернет - рекламы модернизируются с высокой скоростью.

Научная новизна статьи заключается в обособлении контекстной рекламы, как отдельного научного - маркетингового инструмента для продвижения. Интернет-реклама меняется очень быстро и представляет собой особый научный интерес как нечто новое, способное эффективно продать необходимые товары и услуги [1].

По своей сути контекстная реклама - это эффективный способ доставки рекламы, которая напрямую связана с контентом, которым наслаждается потребитель. Контекстная реклама более персонализирована, чем традиционная реклама, поскольку реклама напрямую связана с контентом, с которым взаимодействует потребитель. Таким образом, исключается возможность навязывания не нужной рекламы. Раздражительность от спама сокращается, а, следовательно, и потребитель и предприниматель находят друг друга, чтобы заключить взаимовыгодную сделку.

Современная контекстная реклама - это текстовые объявления, графические баннеры, текст с картинкой и в результатах поиска, и на сайтах партнеров, и на текстовых страницах, и на фотографиях, и на видео, и в соответствии с поисковым запросом, и в соответствии с используемым поисковым запросом, и на основе перехода на поисковый запрос, и на основе содержания ранее посещенных сайтов, и с учетом пола и возраста.

Управление контекстной рекламой требует определенного уровня профессионализма и знания информационных технологий, следовательно большая часть фирм заключает соглашения о продвижении сайтов и размещении рекламы в поисковых сетях со специализированными рекламными организациями, в штате которых есть SEO-специалисты, выполняющие внутреннюю и внешнюю оптимизацию сайтов с целью улучшения позиций сайта в списке страниц, найденных поисковыми системами согласно определенным запросам [2].

Для того чтобы понять, знают ли окружающие, что такое контекстная реклама и как они к ней относятся было проведено исследование, которое содержало 3 вопроса. В данном опросе участвовали разные возрастные категории, начиная от 16 лет и заканчивая 35, а также приняли участие студенты 1-3 курсов Краснодарского филиала при Правительстве РФ.

1. Ответы на вопрос: "Какой вид рекламы Вы считаете самым эффективным?" ответы распределились следующим образом:

Наружная реклама - 28.6%

Реклама в печатных СМИ - 7.2%

Реклама на телевидении - 36.7%

Реклама в Интернете - 16.1%

Реклама на радио - 5.3%

Реклама на флаерах и листовках - 6.1%

2. На вопрос: "Знаете ли Вы, что такое контекстная поисковая реклама?" 71% ответил утвердительно, 29% - отрицательно.

3. В третьем вопросе было приведено определение понятия «поисковая реклама», и был задан следующий вопрос: "Как вы относитесь к контекстной

поисковой рекламе?". Имеются следующие итоги:

Я никогда не видел(а) такого - 0.0%

Я видел(а) такую рекламу, но не придавал(а) ей значения - 15.8%

Я видел (а) такую рекламу, и она помогала мне найти нужное - 38.6%

Такая реклама не эффективна, а только раздражает - 28.5%

Негативно отношусь ко всем видам рекламы - 17.1%

Также стоит отметить, что согласно исследованию Ассоциации Коммуникационных Агентств России, примерно 95% интернет-пользователей ищут необходимую им информацию с помощью поисковых систем. Около 65% пользователей делают это каждый день. А количество коммерческих запросов на сегодняшний день составляет более 35% от общего числа обращений в поисковые системы [3].

По оценке АКАР и агентства MindshareInteraction на первое полугодие 2018, 85% рынка интернет-рекламы занимает контекстная реклама. Остальные 15% приходятся на медийную.

Опираясь на результаты проведенного исследования и изученную научную литературу можно сделать следующие выводы:

1. Всеобщей тенденцией маркетингового рынка является увеличение доли рекламы в сети интернет и снижение доли иных типов рекламы. Интернет-реклама приобретает немалое признание из числа тех, кто поставляет и потребляет товары и услуги, благодаря развитию информационных технологий и электронной коммерции.

2. Большая часть участников данного опроса имеют представление о контекстно-поисковой рекламе, а люди, никогда не встречавшиеся с данным видом рекламы, полностью отсутствуют, что соответствует мировым тенденциям.

3. Поисковая реклама содержит некоторые минусы, которые снижают её эффективность и результативность: одержимость и невозможность быстро менять рекламу, отвечающую наиболее часто запрашиваемым критериям поиска. Другими словами, объявления, которые отображаются на сторонних сайтах, долгое время выбираются на основе ранее устаревших критериев поискового запроса.

4. Эффективность контекстной поисковой рекламы значительно выше, чем у других видов, что дает возможность продвигать товары и услуги на рынок с минимальными расходами и стремиться к повышению конкурентоспособности компании.

Учитывая недавние проблемы, связанные с ориентацией аудитории на несоответствующее содержание и ненадлежащее содержание, а также ужесточение правил конфиденциальности данных, ожидается, что контекстная реклама станет еще более распространенным движением вперед. Вот несколько причин, почему.

В то время как дебаты о блокировке рекламы давно были сосредоточены на борьбе между издателями и блокировщиками рекламы за возможность показа рекламы, меньше внимания уделялось тому, следует ли вообще показывать эти объявления. Большинство потребителей, которые просматривают Интернет

без блокировщиков, но редко или никогда не нажимают на рекламу, и, возможно, даже больше не «видят» их в по-настоящему сознательном смысле [2].

В конце концов, маркетологи хотят результатов, и становится ясно, что персонализация, а не масштабирование, - лучший способ добиться этого. Независимо от того, блокируют ли потребители рекламу или корпорации ее не покупают, конечным результатом является меньшее количество рекламы в экосистеме. Поскольку спрос на рекламу продолжает падать как со стороны потребителей, так и со стороны рекламы, пара идей, о которых маркетологи уже давно обсуждают, приближаются к тому, чтобы стать реальностью.

1. Брендированный контент будет расти.

Для рекламодателей наиболее важной частью любой успешной рекламной кампании является обеспечение эффективного взаимодействия с потребителем. Чем более релевантным и полезным является объявление для потребителя, тем больше вероятность того, что оно привлечет его, и, следовательно, повысит возможность окупаемости инвестиций для рекламодателя и, в конечном счете, для издателя. Тем не менее, последовательное предоставление эффективного потребительского опыта в масштабе сложно. Фирменный контент становится все более эффективной тактикой для преодоления разрыва в обеспечении потребительской полезности, однако также изо всех сил пытался обеспечить органическое масштабирование. В 2019 году издатели и бренды продолжают развиваться, и мы увидим, что брендовый контент все больше и больше согласуется с контекстным таргетингом.

Масштабировать фирменную, контекстно-релевантную рекламу органично непросто. В то время как неорганическое распространение через платные социальные и спонсируемые контентные платформы обеспечило рекламодателям усиление, затраты были низкими для потребителя, благодаря кликбайту и нерелевантному контексту. Естественно, потребители предпочитают полезность в своей рекламе и, скорее всего, получают положительный отклик на рекламу с релевантным и контекстным брендированным контентом. На самом деле, 93 процента потребителей предпочитают бренды, которые делятся контентом, который включает в себя новую информацию. Они не только более восприимчивы к брендовому контенту, но и вдвое запоминаются для потребителя по сравнению с традиционной медийной рекламой.

2. Цифровое повествование в «реальном контекстуальном времени».

В открытой сети потребительский опыт, как правило, представляет собой либо контент, либо рекламу, а не то и другое вместе. Хотя фирменный контент может быть эффективным методом предоставления как релевантного, так и полезного контента в цифровом интерфейсе потребителя, его было трудно масштабировать органически. Кроме того, производство и доставка фирменного контента традиционно осуществляется вручную. Тем не менее, сегодня существует исключительная возможность использовать имеющиеся технологии для решения задач, связанных с фирменным контентом. С помощью искусственного интеллекта и машинного обучения издатели и рекламодатели теперь могут создавать релевантный, интересный контент в режиме реального времени и в масштабе Интернета. Здесь читатель может наслаждаться релевантным и увле-

кательным опытом, издатель наслаждается автоматическим созданием интерактивного контента, а рекламодатель - органично участвовать - и все это в «реальном контекстуальном времени» [1].

Издатели и бренды, которые сегодня используют доступные технологии для создания актуального, интерактивного брендированного контента в 2019-2020 годах, увидят рост вовлеченности потребителей с органическим масштабом, что в результате может привести к значимой окупаемости инвестиций.

Литература:

1. Повышение конкурентоспособности управленческих решений предприятия// Яхимович А.А., Пахомова А.Ю. В книге: Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства. Материалы II Международно-практической конференции. 2016. - С.502-503.

2. Становление и развитие индустрии рекламы в России, Бородай А.Д., Грибок Н.Н. - Москва, 2012.

3. Трансформация инструментов маркетинга в среде – интернет, Попова А.С., Грибок Н.Н., в сборнике: Новая наука: новые вызовы Сборник научных трудов II Всероссийской научно-практической конференции, 2017. С. 45-55.

УДК 338.332

*Зеков Р.Ф., Циклаури Э.А.,
студенты 2 курса
Финансовый университет при правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: rustamzekov@mail.ru
edyard0899@yandex.ru*

*Научный руководитель:
Воробьева М.А.,
доцент, к.полит.н.
Финансовый университет при правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: MAVorobeva@fa.ru*

Противоречия экономических интересов и научно-технического процесса: теория и практика

Аннотация: В данной статье с помощью практики теории игр будут рассмотрены противоречия, возникающие между экономическими интересами производителей и общественным научно-техническим прогрессом.

Ключевые слова: экономика, научно-технический прогресс, теория игр, равновесие по Нэшу, искусственный интеллект.

*Zekov R.F., Tsiklauri E.A.,
students of 2 rate
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia*

Research supervisor:
*Vorobieva M.A.,
Docent, Candidate of Political Sciences
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: MAVorobeva@fa.ru*

Contradictions of economic interests and scientific and technical processes: theory and practice

Annotation: In this article, with the help of the game theory practice, the contradictions arising between the economic interests of manufacturers and social scientific and technical progress will be considered.

Keywords: economics, technological change, game theory, Nash equilibrium, artificial intelligence.

Мы живем в эпоху высоких технологий и больших объемов информации. Должно быть очевидным наличие высокой динамики научно-технического прогресса. Но что в действительности мы видим? Если рассмотреть данный вопрос объективно, можно сделать вывод, что устои духовной, социальной и политической сферы общества сформированы под влиянием экономических интересов «сильных мира всего» (подразумеваются крупнейшие корпорации и личности). Культура потребления, лоббирование интересов, религиозный фанатизм и терроризм – все это давно испытанные инструменты и рычаги воздействия. С незапамятных времен человечество стремилось создать эффективную систему распределения ресурсов в обществе. В каком-то смысле прогресс наблюдается, ведь от выживания мы перешли к стабильному существованию и потенциалу развития.

XX век показал нам, что человечество помимо эффективного самоуничтожения способно на покорение космоса, создание системы наилучшего анализа, хранение и обмена информации. Приведенное выше свидетельствует о том, что динамика развития научно-технического прогресса, во-первых, сохранит свой темп, а во-вторых, приведет нас действительно к чему-то великому. Но как и было уже сказано ранее, все общественные процессы протекают ограниченно под эгидой максимизации прибыли обладающих властью и ресурсами лиц. Все это является частью нашей гипотезы о замедлении научно-технического прогресса основанной на экономической концепции теории игр.

Целью данной работы является не утрирование фактов и повторение очевидного, а выявление истинной проблематики и оптимального пути развития в неподвластных нам условиях.

Экономические интересы определяют пути развития науки и техники. В таком случае должен существовать некий механизм регулирования, благодаря которому рынок не находился бы в состоянии стагнации, и наблюдался прогресс. Согласно Адаму Смиту его роль принадлежит конкуренции. Именно она

мотивирует производителей развивать свой продукт, делать его индивидуальным, привносить инновации.

Основоположник классической школы экономики полагал, что личный, эгоистический интерес в итоге идёт на благо обществу (в данном случае следует по пути развития). Но Смит был прав лишь для своего времени. Его точка зрения потеряла актуальность, поскольку с развитием промышленности и появлением корпораций «невидимая рука» перестала быть справедливым механизмом саморегуляции рыночной среды. Для менеджмента организаций стало очевидным, что производство полностью инновационного продукта не означает достижение точки максимума на графике прибыли. Первым, кто оспорил, А. Смита стал Джон Нэш, написавший в 1950 году свою знаменитую статью «Равновесие в играх с N участниками». Но признание он получил лишь в 1994 году, когда был удостоен Нобелевской премии в области экономики. Его положения являются краеугольным камнем инструментария нашей гипотезы. Для рассмотрения на примере будет взят рыночный сегмент смартфонов, как наиболее показательный.

Таблица 1 - Самые успешные компании в сфере производства смартфонов

Наименование компании	Выручка, млрд долл.	Прибыль, млрд долл.	Капитал, млрд долл.	Разработки	Объём продаж
Apple	265,6	59,53	107,15	Iphone X	9 млн/мес
Samsung	218,3	39,7	218,3	Galaxy S9	~10 млн/мес

Мы выбрали две компании, которые занимают лидирующие позиции в сфере производства мобильных устройств. У них достаточно высокая конкурентоспособность в сегменте. На основе приведенной ниже таблицы можно сделать вывод, что и APPLE, и SAMSUNG имеют достаточные производственные мощности для внедрения сразу нескольких инновационных продуктов, но при этом их товары (смартфоны) не отличаются техническими и дизайнерскими характеристиками, которые бы позволили определить их как нечто совершенно новое.

В таблице 2 мы указали две компании, которые на наш взгляд являются новаторами в сегменте смартфонов. Их продукция отличается от той, что находится на рынке в настоящее время. Компания RED D.C., которая занимается кинематографической техникой, разработала смартфон, отличающийся голографическим дисплеем и интересным дизайном. Но данный продукт не снискал своей популярности в обществе потребления и не принес должного объема продаж. Касательно Chong Hong стоит сказать, что они разработали молекулярный датчик, анализирующий химический состав любого вещества. Но проблема заключалась в том, что в 21 веке еще не придумали ИИ, который смог бы отличить M&M's от таблетки аспирина. Данную технологию они решили воплотить в своем смартфоне H2, который не дожидаясь до стадии релиза.

Таблица 2 - Компании, внедрявшие инновационные проекты в сфере смартфонов, но впоследствии отказавшиеся от них либо в случае провала продаж, либо по причине переоценки целесообразности разработки

Наименование компании	Объем продаж	Проект
Red Digital Cinema Camera Company	~1,5 млн/мес	Red Hydrogen One
ChongHong	0	ChongHong H2

Данная выборка компаний и сложившаяся рыночная конъюнктура свидетельствуют о том, что новаторство и конкурентоспособность коррелирует не на 100%. Крупные игроки занимают высокие позиции за счет того, что придерживаются равновесной по Нэшу стратегии.

Из теории игр мы знаем, что равновесие достигается тогда, когда ни один из участников за счет изменения своей стратегии не может увеличить выигрыш, если другие участники своей стратегии не меняют. Нам известно, что успешные компании в сегменте смартфонов совершают небольшие рывки в развитии своего продукта, но при этом не привносят инноваций.

Таблица 3 - Матрица равновесия по Нэшу

		Компания А				
		1	2	3	4	5
Компания Б (другие)	1	1/1	1/2	1/3	1/4	1/5
	2	2/1	2/2	2/3	2/4	2/5
	3	3/1	3/2	Равновесие Нэша	3/4	3/5
	4	4/1	4/2	4/3	4/4	4/5
	5	5/1	5/2	5/3	5/4	5/5

1,2,3,4,5 – коэффициент инновации.

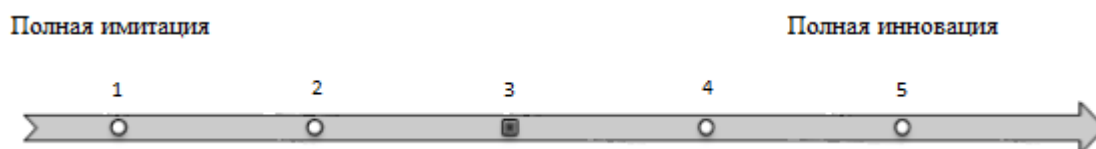


Рисунок 1 - Шкала инновации

Для определения уровня инновации мы вводим шкалу от 1 до 5 (см. схему 1), в которой 1 – это полная имитация, а 5 - полная инновация. На ее основе была образована матрица равновесия, которое достигается в значении 3.

Если стратегия компании изменится в меньшую сторону по шкале (т.е. займет значение 1 или 2), то возможно не попадет в тренд и потерпит неудачу, так как выпустит продукцию, которая не удовлетворит потребительский спрос.

Так и произошло с компанией Яндекс на этапе реализации их смартфона, который являлся полной имитацией. В случае изменения стратегии в большую сторону по шкале (т.е. значение 4 или 5) компания рискует увеличить срок разработки продукта, что грозит либо недополучением прибыли, либо крахом на фоне эфемерного рыночного спроса.

Наша гипотеза свидетельствует о том, что рынок смартфонов находится в состоянии стагнации. Свободная конкуренция существующая в данном сегменте не определяет новаторский настрой как среди тех, кто уже давно находится в этой отрасли, так и среди новичков, претендующих на лидерство (вроде компаний Huawei и Xiaomi). Ситуация, сложившаяся в данном сегменте, отражает научно-технический прогресс в целом, а точнее его торможение.

Перспективы для данной отрасли мы видим лишь при установленной на рынке олигополии. Согласно гипотезе Шумпетера – Гэлбрейта это идеальная среда для НТП. Крупные фирмы в условиях олигополии не будут беспокоиться о конкуренции, а потому станут вести научно-исследовательскую деятельность и выпускать продукт находящийся классом выше по шкале инновации. Для них новаторство станет основным фактором конкурентоспособности. Простым людям остается лишь принять решение: выбирать ценности или оставаться в культуре потребления.

Литература:

1. Васин А. А., Морозов В. В. Теория игр и модели математической экономики. — М.: МГУ, 2005, 272 с.
2. Интернет-ресурс: <http://modern-econ.ru/micro/typy/oligopoliya/effectivnost.html>.
3. Интернет-ресурс: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Смартфоны_\(мировой_рынок\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Смартфоны_(мировой_рынок)).

УДК 65.013

*Исхакова А.А.,
студент 3 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: Iskhakova-Lika97@mail.ru*

*Научный руководитель:
Артюшкова А.Ю.,
канд. пед. наук, старший преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг»
Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: AYUArtyushkova@fa.ru*

Аутплейсмент как способ избавления от неэффективных сотрудников

Аннотация: В статье рассматриваются понятие и теоретические аспекты аутплейсмента. Рассмотрены преимущества и сложности применения данного инструмента в современном бизнес-сообществе.

Ключевые слова: аутплейсмент, менеджмент, эффективность, увольнение.

*Iskhakova A.A.,
student, 3d courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: Iskhakova-Lika97@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Artyushkova A.Yu.,
Candidate of Pedagogical Sciences, Senior Lecturer of the Department "Management and Marketing"
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: AYUArtyushkova@fa.ru*

Outplacement as a method of elimination from ineffective employees

Annotation: The concept and theoretical aspects of outplacement are discussed in the article. Advantages and difficulties of using this tool in the modern business community are considered.

Keywords: outplacement, management, efficiency, dismissal.

В современном деловом мире общеизвестным является тот факт, что процедура увольнения сотрудника с его места работы всегда неприятна и времязатратна как для самого работника, так и для отдела кадров, занимающегося оформлением соответствующих документов. Особенно сложной и обострённой ситуация становится во время массовых сокращений, либо, когда приходится расставаться с действительно толковыми и высококвалифицированными специалистами. Совсем другой представляется ситуация, когда работники в силу их неэффективности, демотивации или халатности не позволяют организации развиваться, выходить на качественно новый уровень, когда по их вине предприятие терпит убытки или переживает кризисные времена.

Именно эти аспекты представляют актуальность и полезность для использования такого инструмента как аутплейсмент. Целью исследования выбранной темы является поиск путей решения проблем, связанных с увольнением неэффективных сотрудников и поддержанием репутации предприятия, и разработка типовой методологии для применения методов аутплейсмента в различных организациях.

Новизну обозначенной темы обуславливают недостаточная осведомлённость руководителей российских предприятий о таком инструменте как аутплейсмент, а также пренебрежение его применением. Обозначенное направление популярно в Западных странах, но в России ещё не прижилось. Таким образом, разработка типовой методологии гуманного увольнения неэффективных сотрудников, приносящих вред собственной организации, является принципиально новой и в какой-то мере уникальной.

Для достижения цели исследования представляется необходимым решение таких задач, как изучение теоретических аспектов аутплейсмента, анализ сложившейся ситуации на рынке труда, создание такой методологии увольнения сотрудников, которая не противоречила бы Трудовому Кодексу Российской Федерации, организационному Уставу и не портила бы репутацию фирмы.

Итак, аутплейсмент персонала – это определение на новую работу или должность. Иными словами, работодатель помогает своему сотруднику найти новое место работы. Для этого проводится беседа, в ходе которой работник получает полезную информацию, касающуюся поиска нового места работы. Также фирма, увольняющая сотрудника, применяя данный инструмент, оказывает помощь в поиске нового места работы, в создании резюме и в поиске подходящих вакансий. Зачастую руководители организаций связываются с коллегами, партнерами, поставщиками, конкурентами и другими потенциальными работодателями для своего сотрудника, рекомендуя его. Наименее распространённым в силу своей нечестности является момент, когда неэффективного сотрудника рекомендуют конкурентам, понимая, к каким губительным результатам приведёт его деятельность в новой компании.

Изначально аутплейсмент был разработан с благими намерениями, он появился в США после окончания Второй Мировой Войны. С фронта возвращались солдаты, которые совершенно не предполагали, где и как зарабатывать. Тогда государство приняло решение профинансировать создание новых рабочих мест в частном секторе, чтобы помочь людям с работой. Во многом своим появлением аутплейсмент обязан давлению на крупные компании со стороны государства и профсоюзов, которые были заинтересованы в снижении безработицы.

Но почему бы не использовать аутплейсмент в качестве инструмента для избавления от неэффективных сотрудников? Суть процедуры не меняется, компания также помогает сотруднику найти новое место работы, а не просто увольняет его. В данном случае не возникает противоречий Трудовому кодексу РФ, согласно которому нельзя уволить сотрудника «просто так» или из-за того, что у руководителя к нему личная неприязнь. Так компания избегает проблем с Трудовой инспекцией, сохраняет свою репутацию и прощается с неэффективным сотрудником? достигается сразу несколько важных задач.

Тем не менее, у данного направления есть и свои недостатки. Например, отделу кадров некогда заниматься поиском новой работы для сотрудника из-за высокой загруженности, в этом случае приходится прибегать к услугам сторонней консалтинговой организации, что достаточно затратно. Либо поиск нового места работы затягивается на слишком длительный срок, в то время как потребность в увольнении сотрудника нарастает. Самым высоким риском является то, что сотрудник откажется добровольно покидать компанию и устраиваться на работу в другое место, так как у него могут быть действительно весомые аргументы в свою пользу (например, близость расположения работы, удобные для него условия, налаженные отношения в коллективе).

Основываясь на вышеприведённой информации о технологии аутплейсмента, руководство организации должно заранее готовить своих сотрудников к

подобным мероприятиям. Нужно заранее проводить беседы, обозначать сотруднику намерение устроить его в другую компанию. При сопротивлении изменениям со стороны работника, руководство должно грамотно продумать, как именно объяснить подчинённому необходимость и значимость данного предложения, здесь возможно применение психологических методов внушения и убеждения. В случаях, когда применение аутплейсмента не представляется возможным, руководство должно искать другие пути увольнения неэффективных сотрудников.

Необходимо объединить всю полученную информацию в пошаговое руководство для применения аутплейсмента:

- 1) заранее информировать сотрудника о намерении перевести его в другую компанию;
- 2) провести информативную беседу, касающуюся нового места работы;
- 3) оказать помощь в составлении резюме;
- 4) заняться поиском подходящих вакансий;
- 5) передать полученную информацию сотруднику.

Таким образом, в статье были изложены основные теоретические аспекты такого понятия как аутплейсмент, описаны его преимущества и недостатки в контексте увольнения неэффективных сотрудников. Была предложена типовая методология для применения технологии аутплейсмента, которая может быть достаточно результативной и полезной в современном бизнес сообществе, поскольку она не противоречит законодательству Российской Федерации. Успех компании во многом зависит от её сотрудников, именно поэтому нужно уделять внимание качественному составу рабочих и их лояльности в отношении компании.

Литература:

1. Аутплейсмент как оптимальный вариант расставания с сотрудниками [Электронный ресурс: <https://science-economy.ru/ru/article/view?id=875> (дата обращения: 10.05.2019)]

2. Что такое аутплейсмент персонала в России [Электронный ресурс: <https://kakzarabativat.ru/nachinayushhim-predprinimateliam/autplejsment/> (дата обращения: 7.05.2019)]

УДК 005.42

*Качанова Д.С.,
студент 2 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ - Краснодарский филиал
г. Краснодар, Россия
e-mail: darya_kachanova@bk.ru*

*Рубин А.Г.,
к.э.н., доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ - Краснодарский филиал
г. Краснодар, Россия
e-mail: AGRubin@fa.ru*

GR-менеджмент как эффективный инструмент взаимодействия компании и государства

Аннотация: В статье описывается относительно новая разновидность современного менеджмента, которая способствует развитию деятельности компании с помощью политических связей – GR-менеджмент. В работы отражены результаты исследования, касающиеся развития и сравнительных характеристик GR-менеджмента в России и за рубежом, обозначены основные проблемы и перспективы.

Ключевые слова: GR-менеджмент, органы власти, лоббизм, государство, коммуникации, гражданское общество.

*Kachanova D.S.,
student, 2 courses*

*Financial University under the Government of the Russian Federation Krasnodar branch
Krasnodar, Russia
e-mail: darya_kachanova@bk.ru*

Rubin A.G.,

*Financial University under the Government of the Russian Federation Krasnodar branch
Krasnodar, Russia
e-mail: AGRubin@fa.ru*

GR-management as a tool for managing the organization's interaction with the state

Abstract: The article describes a relatively new kind of modern management, which contributes to the development of the company through political connections - GR-management. The work reflects the results of a study on the development and comparative characteristics of GR-management in Russia and abroad, identifies the main problems and prospects.

Keywords: Government Relations Management, authorities, lobbyism, state, communication, civil society.

Современные экономические условия таковы, что предприятие в своей деятельности в той или иной степени обязательно сталкивается с необходимостью взаимодействия с органами власти различных уровней. В России данная тенденция выражена более сильно, чем в других ведущих странах, поскольку в нашей стране в большей степени проявляются механизмы государственного регулирования корпоративного управления.

Именно поэтому стабильность бизнеса в России во многом зависит от наличия деловых контактов с представителями органов государственной власти, причём, чем крупнее бизнес, тем больше он нуждается в близких взаимоотношениях с государством. Но стоит подчеркнуть, что органов государственного и муниципального управления в Российской Федерации настолько много, что иметь своего человека в каждом из них невозможно. Для осуществления коммуникаций с государственными органами и существует GR-менеджер, ко-

торый в режиме «постоянного присутствия» осуществляет диалог фирмы с властью.

Попросту говоря, GR-менеджер – это сотрудник компании, отвечающий за связи с органами власти на различных уровнях, отстаивание интересов фирмы, проведение переговоров и деловых встреч, заключение договоров [1].

Первоначально эта профессия появилась в США в 70-е годы XX века, позже в Западной Европе 80–90-е годы. Появление этого вида деятельности было обусловлено тем, что в мире существенно увеличилось влияние гражданского общества на процесс принятия управленческих решений властью. GR-менеджмент стал отражением новой реальности – появления информационного общества, в котором СМИ превратились в основной инструмент влияния на властные структуры.

Сейчас на Западе GR-менеджмент активно используют компании разной величины. Особенностью GR в Европе является то, что он направлен не только на органы государственной власти внутри страны, но и на внешние органы власти в виде органов управления Евросоюза. Основной площадкой общения государства и GR-менеджеров являются многочисленные консультативные комиссии и комитеты, которые действуют как при внешних исполнительных органах власти, так и при внутренних.

Другой особенностью западного Government Relations является наличие крупных предпринимательских ассоциаций, которые накапливают запросы бизнеса, становятся механизмом взаимодействия государства с предпринимателями (к примеру, Европейский круглый стол промышленников, Американская торговая палата в Бельгии и т. д.).

Также на Западе подразделения по связям с общественностью и подразделения по работе с государственными органами объединены в один департамент (GPA или GPR – департамент). Почему? Это способствует комплексному взаимодействию с основными группами, оказывающими влияние на организацию – государством, гражданским обществом, профсоюзами и т. д. Повышается эффективность осуществления GR за счет использования методов и инструментов PR.

Так это выглядит на Западе. А что же происходит в России на данный момент?

Стоит отметить, что предпосылки для формирования данного рода деятельности были видимы еще с конца 1990-х годов. Именно тогда первые GR-подразделения возникли в международных корпорациях, работавших в России (топливные, табачные, пивоваренные компании) и крупных монополиях (ОАО «РЖД», РАО ЕЭС и т. д.). Уже с начала 2000-х годов GR-менеджмент занял весомое место, как один из механизмов управления российскими компаниями, что означало завершение изменений экономических и политических институтов, укрепление государственного механизма, создание инфраструктуры GR-деятельности [2].

Действительно, в России данное направление еще не сформировалось как система, а лишь находится на стадии развития, но, безусловно, значимость этой

деятельности неоспорима, и у многих компаний (не обязательно крупных) возникает необходимость привлечения данных специалистов.

В России структура GR-менеджмента формировалась самостоятельно и имеет существенные отличия от структуры своей прародительницы в США. Это связано с принципиальным различием политических систем: горизонтальной, с делегированием большинства полномочий местным органам власти – в США, и жесткой вертикальной, с высоким уровнем централизации – в России.

Сейчас, в связи с развитием бизнеса, в отличие от 90-х годов, когда предшественниками современных GR-менеджеров являлись люди, «заносившие» в нужные кабинеты чемоданы денег, многие представители бизнес-сообщества ищут специалистов, способных действовать более законными методами. По статистике Министерства внутренних дел РФ более 75% коррупционных сделок между представителями бизнеса и органов власти осуществляется без участия посредников. Однако трудно сказать, насколько эти данные являются точными и присутствуют ли GR-менеджеры при формировании теневых схем взаимодействия, ведь именно эти контакты скрываются наиболее тщательно [3].

Оптимальный результат деятельности GR-менеджера – это принятие решения, удовлетворяющего интересам компании и органа государственной власти. Важно организовать открытый постоянный диалог с органами власти с целью нахождения общих интересов и ценностей совместного развития. Речь идёт о частно-государственном партнёрстве, где фирма может выступать не просто как финансовый партнёр, а как инициатор инновационных проектов в социально-экономической сфере РФ [4].

Но здесь возникает вопрос, есть ли заинтересованность органов государственной власти и местного самоуправления в развитии диалога с бизнес-сообществом? Безусловно, есть. Заинтересованность органов государственного и муниципального управления объясняется недостатком бюджетных ресурсов субъектов Российской Федерации и их муниципальных образований. Органы государственной власти всё больше стремятся создать вокруг себя сектор коммерческих и некоммерческих организаций, предоставляющих на качественном уровне услуги населению и, тем самым, экономящих бюджетные средства государства. Следует отметить, что ряд государственных полномочий не может быть реализован только государственными предприятиями и организациями, а требует дополнительных средств [5]. Примеры такого взаимодействия окружают нас повсюду. Компании благоустраивают детские площадки, покупают необходимое оборудование в школы и больницы и т. д. Именно поэтому государству также выгодно налаживать диалог с бизнес-структурами, как и им с властью.

Кто же может претендовать на столь ответственную должность в компании? История GR-менеджмента показывает, что на рубеже конца 1990-х – начала 2000-х гг. GR-менеджерами преимущественно становились бывшие сотрудники органов государственной власти РФ, хорошо знакомые со спецификой принятия значимых управленческих решений, имеющие стабильные личные связи в органах власти [4].

Времена меняются. Сейчас в сфере GR-менеджмента нередко работают молодые специалисты с дипломом о высшем профессиональном образовании, не имеющие в прошлом отношения к органам власти, что затрудняет их вхождение в государственную среду и провоцирует на разработку не всегда официальных схем сотрудничества. Однако всё-таки существуют и успешные примеры сотрудничества GR-менеджмента в российском бизнесе: ООО «Аби Софт-вер», ОАО «Центр-Телеком», ООО «Доктор Веб» и др.

Но какими же профессиональными навыками должен обладать GR-менеджер? Менеджер обязан уметь вести деловые переговоры и консультации, быть хорошим психологом, чтобы с точностью определять настроения собеседника в ходе переговорного процесса. Попросту говоря, хороший GR-специалист должен уметь анализировать сложившуюся ситуацию и выстроить конструктивный диалог, который несомненно приведёт к взаимовыгодному сотрудничеству.

Отметим, что многие руководители фирм тщательно подбирают сотрудника на эту вакансию, ведь велики шансы лишиться важных контактов, если GR-менеджер вдруг решит уйти к конкурентам. В этом случае связи будут потеряны вместе со специалистом. GR-менеджмент – та сфера деятельности, в которой смена персонала больше всего бьет по интересам компании [3]. Добавим, что чиновники, которые в рамках своих должностных обязанностей сотрудничали с определенной организацией, могут рассчитывать на предложение занять должность «джиарщика» в этой организации.

В связи с кризисом 2013 года многие компании сворачивали свою деятельность, поэтому количество вакансий директоров GR-департаментов сократилось на 80%. По данным HeadHunter, в первой половине 2014 г. по всей России было свободно 64 вакансии GR-специалистов, а уже в начале 2016 г. – 39 вакансий. В сентябре 2016 г. всего четыре компании искали таких специалистов. Сейчас ситуация на рынке труда в этой сфере кардинально поменялась. Внедрение данной профессии происходит настолько бурно, что на май 2019 года открыто 134 вакансии по всей стране [4].

В заключении скажем, что современный мир неуклонно идет в сторону децентрализации всех видов систем управления, как политических, так и корпоративных. И перспективы развития действительно эффективного GR-менеджмента в России напрямую зависят от того, в какую сторону будет двигаться наше государство в ближайшем будущем.

Литература:

1. Пономарев М.А. Основные формы партнерства государства, бизнеса и общества в социально-экономической сфере // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2014. – ? 2. – С. 207–214.
2. Профессия менеджеров по связям с госструктурами изменилась в кризис [Электронный ресурс] // ВЕДОМОСТИ/ – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2016/10/06/659825-menedzherov-svyazyam-gosstrukturami>.

3. Сколько зарабатывают в России специалисты по GR? [Электронный ресурс] – Режим доступа <https://rb.ru/article/skolko-zarabatyvayut-v-rossii-spetsialisty-po-gr/7196267.html/>

4. GR-менеджер, интервью [Электронный ресурс] // ПрофГид/ – Режим доступа <https://www.profguide.io/article/gr-manager.html/>

5. Кто такие GR-менеджеры? [Электронный ресурс]. ? Режим доступа https://delovoymir.biz/kto_takie_gr_menedzhery.htm

УДК 005.95/.96

*В.А. Левченко,
студент 3 курса,
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
Краснодар, Россия
e-mail: lerken_s@mail.ru*

*Научный руководитель:
Воробьева М.А.,
к. полит. н., доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
e-mail: MAVorobeva@fa.ru*

Принципы и методы дистанционного менеджмента

Аннотация: В статье авторами рассматривается такая система управления персоналом как дистанционный менеджмент. Также в работе приведены принципы и методы дистанционного менеджмента, их роль во взаимодействии с персоналом. Авторами представлен практический интерес предприятия от использования методов дистанционного менеджмента в удаленном управлении сотрудниками.

Ключевые слова: менеджмент, дистанционный менеджмент, персонал, управление, бизнес.

*Levchenko V.A.,
student, 3 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: lerken_s@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Vorobyova M.A.,
Docent,
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: MAVorobeva@fa.ru*

Principles and methods of remote management

Annotation: In the article, the authors consider such a personnel management system as remote management. The paper also describes the principles and methods of remote management, their role in the interaction with staff. The authors presented

the practical interest of the company from the use of remote management methods in the remote management of employees.

Keywords: management, remote management, personnel, management, business

На сегодняшний день активный рост и развитие предприятий сопровождается не только увеличением капитала и повышением конкурентоспособности, но и масштабированием бизнеса – созданием удаленных офисов, филиалов. Желание компаний быть ближе к потребителю, к потенциальному клиенту, полнее и быстрее занять свою нишу на рынке делает тему дистанционного менеджмента актуальной и интересной.

Достижение максимальной прибыли при минимальных издержках – цель любой компании. Однако без слаженной командной работы и следования установленному плану это невозможно. Предприятие – структура, состоящая из множества сотрудников, выполняющих определенные задачи, и их деятельность не будет успешной, если у работников нет мотивации к решению этих задач. Зачастую, территориальная разобщенность офиса и подразделений осложняет процессы организации, мотивации и контроля [2]. Но в таком случае, необходимо использовать принципы и методы, отличающиеся от классических.

По мнению бизнес аналитиков, дистанционный менеджмент является инструментом для построения команды на расстоянии. Он позволяет создать условия, при которых каждый член команды будет сосредоточен на единой задаче, и в то же время дополнять друг друга [6]. Дистанционный менеджмент построен на следующих принципах:

1. Доверие. Сотрудники, работающие удаленно зачастую составляют собственный график, для них важно осознание того, что им доверяют самим планировать свое рабочее время. Ниже представлены результаты исследования Work Russia, рисунок 1 [2].



Рисунок 1 – Результаты опроса сотрудников, работающих удаленно

Как видно из рисунка 1, 56% опрошенных утверждают, что работа дистанционно положительно сказывается на их концентрации. Больше половины респондентов (53%) отмечают: работа вне офиса позволяет упорядочить темп жизни, что положительно сказывается на психологическом состоянии.

2. Поддержка связи, – что вовсе не означает пошаговый контроль подчиненных, напротив, это сохранение среды, которая позволяет команде оставаться в курсе, где бы они ни находились. По данным исследования Work Russia 86% работников считают необходимостью использование мессенджеров и телефонных звонков. Они отмечают, что регулярные звонки – это отличный способ контролировать процесс работы, вносить коррективы в ходе ее выполнения [2].

3. Технические средства организации дистанционного управления персоналом. Сотрудникам, работающим удаленно, необходимо постоянно находиться на связи, готовить отчетность, оформлять документы, поэтому отсутствие новейших инструментов усложняет выполнение их прямых обязанностей. Сегодня поставщики программного обеспечения предоставляют инновационный софт, позволяющий составлять отчетность, бизнес-задачи, планировать рабочий день и общаться с руководством без особых усилий [6]. Одной из прорывных технологий считается облачное хранилище данных, куда помещаются вся необходимая информация из подразделений, доп-офисов и филиалов компании. Это значительно упрощает руководству сбор данных.

4. Мотивация. Мотивационные методы в дистанционном менеджменте несколько отличаются от классических. Мотивационная составляющая определяется для каждого человека индивидуально, в этом случае перед руководством стоит задача понять, что удержит работника в фирме. Мотивировать человека на расстоянии означает учитывать индивидуальный вклад каждого сотрудника и разрабатывать мотивационную и компенсационную программы, направленные на раскрытие потенциала сотрудников. Однако важно помнить, «денежное управление» (система штрафов и премий) эффективна не во всех ситуациях [4].

5. Контроль. Роль этого фактора неоспорима при управлении командой удаленно, только с помощью регулярной проверки можно понять заинтересованность персонала в выполнении поставленных задач. На сегодняшний день существует широкий спектр контрольных мер, к которым также относятся должностные инструкции, система отчетности и служба безопасности [3].

Перечисленные выше принципы оказывают прямое воздействие на процесс дистанционного управления персоналом. Однако существуют и другие факторы, оказывающие косвенное влияние. К ним относятся:

1. Корпоративная культура и философия компании, формирование которых лежит на руководителе предприятия; четко выстроенная корпоративная культура является эффективным средством привлечения и мотивации сотрудников.

2. Психология управления. Этот принцип реализуется в деятельности руководителя, а его основной задачей является анализ психологических условий и особенностей управленческой деятельности с целью повышения эффективности и качества управления [6].

3. Тайм-менеджмент. Для сокращения нецелевого использования рабочего времени (телефонные разговоры и интернет в личных целях и т.д.), руководство компании разрабатывает единый корпоративный стандарт планирования рабочего дня. Внедрение таких стандартов позволяет избежать задержки в реализа-

ции проектов, просрочки, а также сократить количество отвлечений по несрочным вопросам [4].

Для наглядности представим перечисленные принципы ниже в виде таблицы.



Рисунок 2 – Принципы дистанционного менеджмента

Дистанционный менеджмент является необходимым звеном в системе управления персоналом в случае, когда бизнес трансформируется из концепции «собственник – управляющий» в «собственник – наставник» [6]. Таким образом, руководитель строит команду, способную самостоятельно исполнять прямые обязанности лишь косвенно взаимодействуя с руководством. Бизнес или система управления, которая выстроена по такому принципу, получает ряд конкурентных преимуществ, в частности, значительно снижаются управленческие расходы.

Для ведения бизнеса на расстоянии дистанционный менеджмент подразумевает методы, представленные на рисунке 3 [4].

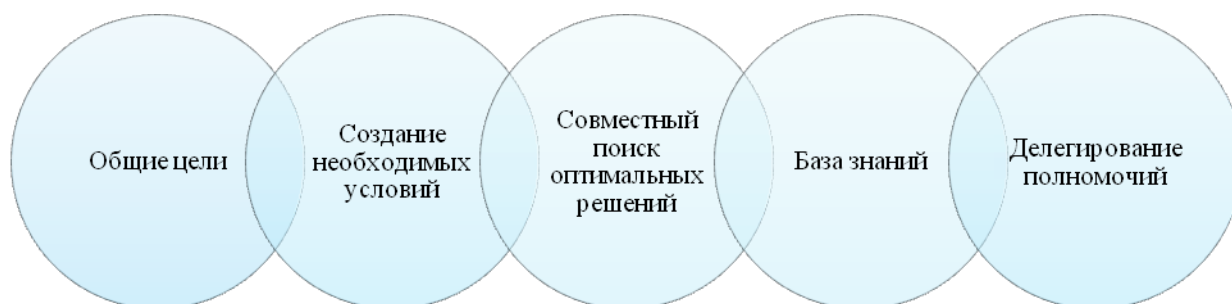


Рисунок 3 – Методы дистанционного менеджмента

Авторы дают следующие определения для каждого из приведенных методов.

1. Постановка целей для всей команды. Этот метод позволяет устранить разрыв между «отдаленными» офисами и «центром», подразумевая сплочение персонала, объединенного общей задачей.

2. Создание благоприятных условий для самостоятельной работы. Этот метод включает в себя обеспечение персонала необходимым оборудованием,

комфортными рабочими местами, Интернетом, канцелярией и т.п. От того, в каких условиях работает команда, зависит скорость выполнения поручений «центра».

3. Совместный поиск оптимальных решений. Руководитель – это, прежде всего, наставник, цель которого направлять подчиненных по нужному пути. Здесь важно поддерживать контакт с сотрудником, давая понять, что руководство так же заинтересовано в достижении цели, как и сама команда.

4. Составление базы знаний. Этот метод подразумевает под собой обеспечение команды необходимой информационной базой, проведение тренингов и курсов повышения квалификации.

5. Делегирование полномочий. Как упоминалось выше, руководителю следует доверить часть своих обязанностей удаленной команде. Конечно, это нелегко, но чрезмерный контроль также не пойдет на пользу. И действительно, команде в регионах намного легче исследовать рынок (понять, что нужно потребителю), так как она видит ситуацию изнутри, в отличие от центра.

Перечисленные методы базируются на принципах дистанционного менеджмента. Однако на практике они могут видоизменяться, что связано с существующими проблемами при дистанционном управлении персоналом.

Итак, на основе вышесказанного, следует подчеркнуть практический интерес компании от использования методов дистанционного менеджмента в удаленном управлении сотрудниками. Во-первых, это расширение рынков сбыта, путем создания офисов на территории, где компания будет ближе к потребителю. Во-вторых, повышение конкурентоспособности, которое проявляется в поиске новых ниш и их заполнении на региональном рынке. Если предприятие вовремя обнаружит такое «окно», это позволит удовлетворить спрос в тех областях, в которых нет конкурентов. В-третьих, это применение новых технологий для взаимодействия с командой на расстоянии. Это значительно упрощает предоставление отчетности, контактирование с командой и общение с клиентами.

Подводя итог, следует отметить, что дистанционный менеджмент – одна из сфер менеджмента, которая активно развивается в наши дни. Дистанционный менеджмент позволяет решать задачи на расстоянии, сопровождая это грамотным управлением со стороны руководства, учитывая психологическую, мотивационную и контролирующие составляющие взаимодействия с персоналом.

Литература:

1. Развитие потенциала сотрудников. Профессиональные компетенции, лидерство, коммуникации / Светлана Иванова, Дмитрий Болдогоев, Эмма Борчанинова, Анна Глотова, Оксана Жигилий. – 4-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2012 – 280 стр.

2. Воробьева М.А. Состояние и проблемы управления персоналом предприятий строительной отрасли Краснодарского края // В сборнике: Современная мирохозяйственная система: проблемы конкурентирования и взаимовыгодного сотрудничества в экономической и правовой сферах. 2014. С. 46-50.

3. <https://www.regus.ru/work-russia/>
4. <https://probusiness.io/>
5. <https://creativeconomy.ru/>
6. <https://ru.wikipedia.org>
7. <https://biz30.timedoctor.com/ru/>

УДК 658.170.8

Мезенцева О.А.
студент 3 курса
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: oksanka.mezentseva1998@mail.ru

Научный руководитель:
Артюшкова А.Ю.
старший преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг», к.п.н.
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: alexa666.777.888@mail.ru

Технология фасилитации в управлении персоналом

Аннотация: В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты технологии фасилитации. Цель фасилитации - разрешение конфликта внутри определенной группы и возможность ей прийти к наиболее подходящему для всех участников решению. В статье приводится исследование по фасилитации «Facilitation in Europe: Survey Highlights», которое показывает уровень развития фасилитации на рынке.

Ключевые слова: фасилитация, персонал, конфликт, принятие решений.

Mezentseva O.A.,
student, 3 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: oksanka.mezentseva1998@mail.ru

Scientific Adviser:
Artyushkova A. Yu.
Senior Lecturer of the Department «Management and marketing», associate professor of pedagogical sciences
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: alexa666.777.888@mail.ru

Technology facilitation in personnel management

Abstract: The article discusses the theoretical and practical aspects of facilitation technology. The purpose of facilitation is to resolve the conflict within a certain group and enable it to come to the most appropriate solution for all participants. The article presents a study on facilitation "Facilitation in Europe: Survey Highlights",

which shows the level of facilitation development in the market.

Keywords: facilitation, personnel, conflict, decision-making.

На сегодняшний день слово фасилитация стало довольно модным среди бизнес-тренеров и HR-менеджеров. Фасилитация - это процесс, в котором лидер, нейтральный и не имеющий права участвовать в принятии решений, оказывает помощь группе совершенствовать способы выявления проблем, облегчает общение внутри группы и тем самым способствует продуктивному принятию решений.

Данная тема весьма актуальна на сегодняшний день для предпринимательства в России. Актуальность характеризуется тем, что фасилитация использует творческие способности всех работников организации, от низшего до высшего звена. Давно известно, что если работник воспринимает предприятие, в котором он работает, «своим», то и хорошая творческая работа на ее благо становится делом его чести и жизни.

Проблема данной темы заключается в том, что важную роль в процессе решения групповых проблем играет фасилитатор, т. е. на сегодняшний день, достаточно, сложно найти квалифицированного, опытного фасилитатора, который действительно мог бы помочь группе сотрудников решить проблемы или достичь договоренности к взаимному удовлетворению участников.

В современном мире в нестабильной экономической ситуации в частности необходимы качественные характеристики персонала организации, которые предоставят квалифицированным сотрудникам с творческими способностями найти выход из нестандартных ситуаций. В настоящее время в зарубежных компаниях в качестве специальной технологии, повышающей эффективность работы больших и малых групп персонала, в целях развития профессионализма может широко использоваться методика фасилитации. Цель фасилитации состоит в том, чтобы разрешить конфликт внутри такой группы и позволить ей прийти к оптимальному общему решению для всех участников.

При применении технологий фасилитации в управлении персоналом руководитель должен опираться на следующие этапы: определение цели беседы, определение ограничений и критериев принятия решений, сущности проблемы организации и коллектива, выявление причинно-следственных связей, анализ проблемы, выявление альтернатив для решения задач, оценка всех альтернативных решений проблемы, анализ всех предложений и предложение окончательного решения.

Фасилитация постепенно вытесняет широко практикуемые, но не совсем продуктивные пути решения проблем, как спор, дискуссия, обмен мнениями, административное решение, волевой порядок. В принципе фасилитация - это ни что иное, как эффективная технология решения проблем групповой работы.

Кроме того, хотелось бы продемонстрировать результаты европейского исследования по фасилитации «Facilitation in Europe: Survey Highlights». В 2018 году было проведено исследование фасилитации «Facilitation in Europe: Survey Highlights» и небольшие результаты были представлены на конференции IAF EMENA в Париже 15 октября 2018 года.

Основные характеристики исследования: участвовало 12 стран, было две анкеты – для пользователей фасилитации и для профессиональных фасилитаторов, некоторое количество интервью у экспертов, общее количество участников около 200 человек. Это дало общую картину по Европе, но было недостаточным, чтобы сделать выводы по отдельным странам. Участвовали респонденты из Финляндии, Франции, Германии, Венгрии, Италии, Нидерландов, Польши, России, Испании, Швеции, Турции, Англии.

Основные характеристики исследования: участие приняли 12 стран, было предложено две анкеты – для пользователей фасилитации и для профессиональных фасилитаторов, ряд интервью с экспертами, общее количество участников около 200 человек. Это дало общую картину по Европе, но недостаточно для того, чтобы сделать выводы по отдельным странам. В нем приняли участие респонденты из Англии, Финляндии, Германии, Франции, Венгрии, Нидерландов, Польши, Италии, Испании, России, Турции, Швеции.

Одним из первых респондентам был предложен вопрос: «Чем для Вас является фасилитация?»

Для 42% респондентов фасилитация является основным продуктом/предложением; а для 58% - нет (рис. 1). Большинство респондентов совмещают фасилитацию с другими сервисами одновременно, 65% это делают иногда, а 30% большую часть времени (рис. 2).

С чем совмещают занятия групповой фасилитацией: чаще всего с ведением тренингов (29%), коучингом (16%), тимбилдингом (15%) и организационным развитием (14%), а также медитацией, коммуникацией (рис. 3).

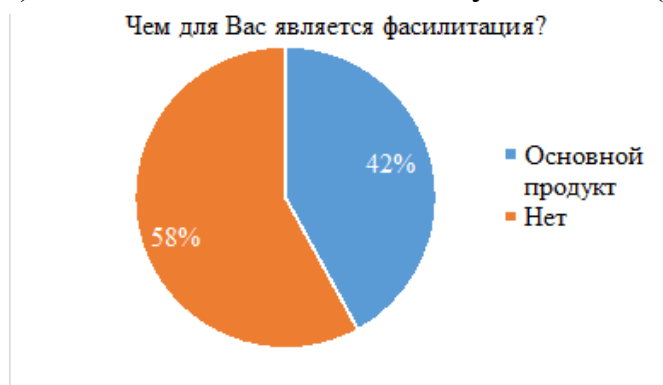


Рисунок 1

Совмещаете ли Вы фасилитацию с другими сервисами?

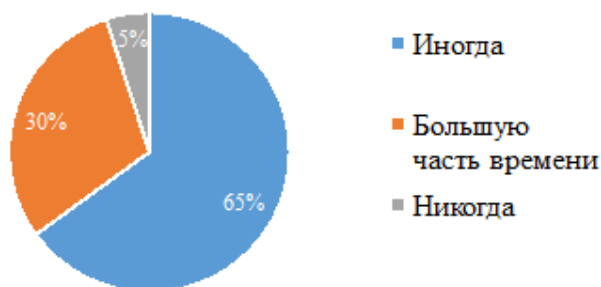


Рисунок 2

С чем Вы чаще всего совмещаете занятия групповой фасилитации?

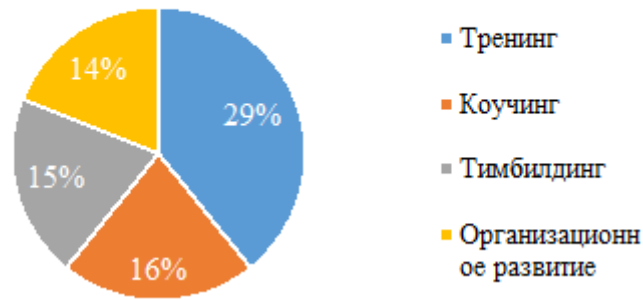


Рисунок 3

Затем респондентам было предложено выразить свое мнение по вопросу: «Кто является клиентами фасилитации?»

По мнению респондентов, это: Государственный, общественный сектор – 28%, Частные предприятия – 40%, Некоммерческие предприятия – 25%, другие 7% (рис. 4).

Кто является клиентами фасилитации?

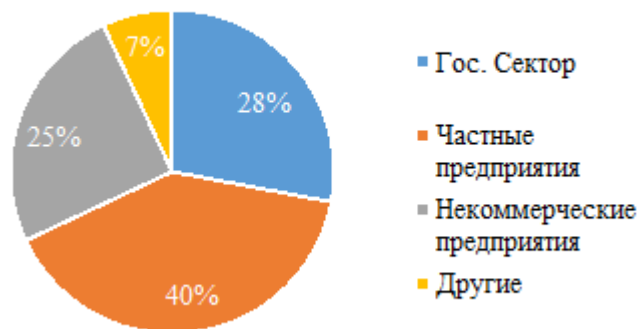


Рисунок 4

Следующий вопрос звучал так: «Каков уровень развития рынка?»

И здесь несколько разнятся ответы пользователей и фасилитаторов. Последние более оптимистичные. Пользователи считают, что рынок только в начале развития – 32% и что рынок развивающийся – 40% (рис. 5), по мнению фасилитаторов – рынок развивающийся (54%) и Достаточно хорошо развит (26%). Лишь 4% фасилитаторов и 10% пользователей думают, что их рынки являются высокоразвитыми (рис. 6).

Каков уровень развития рынка?(мнение пользователей)

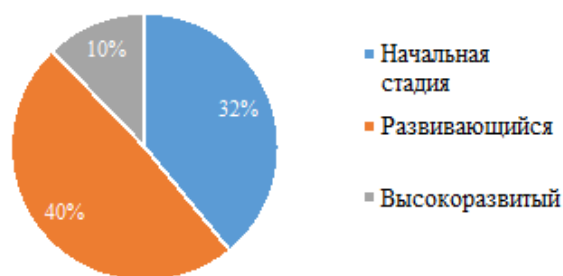


Рисунок 5

Каков уровень развития рынка?(мнение фасилитаторов)

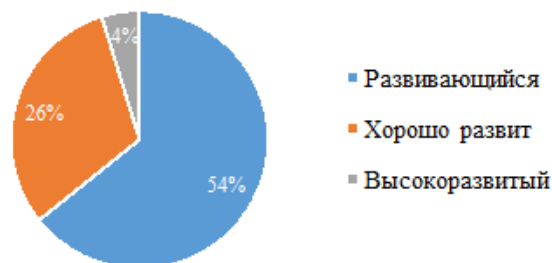


Рисунок 6

Респондентам было предложено ответить на следующий вопрос: «Какова перспектива развития данной отрасли на ближайшие 5 лет?»

Про перспективы – приятные новости – по мнению и пользователей и самих профессиональных фасилитаторов. Рынок фасилитации в следующие 5 лет будет расти. Правда, по мнению самих фасилитаторов, это будет сильный рост рынка 39%, против 16% пользователей (рис.7); за небольшой рост проголосовало 55% пользователей и 61% фасилитаторов; часть пользователей считает, что рынок не изменится (14%) (рис. 8).

Какова перспектива развития данной отрасли на ближайшие 5 лет? (мнение фасилитаторов)

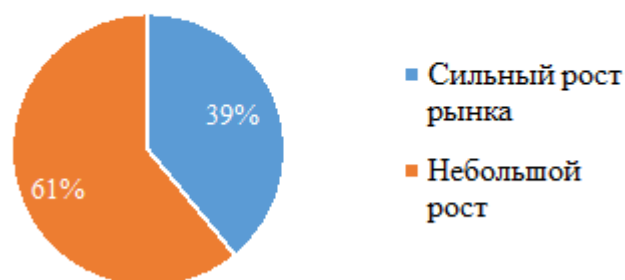


Рисунок 7

Какова перспектива развития данной отрасли на ближайшие 5 лет? (мнение пользователей)

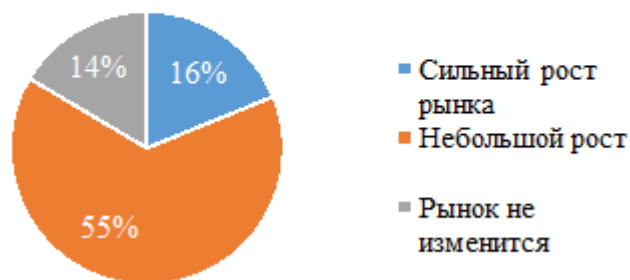


Рисунок 8

Таким образом, фасилитация – это новая технология управления персоналом, которая только набирает популярность среди российских предприятий, о чем свидетельствует данное исследование. Учитывая, что фасилитация – это не просто набор индивидуальных подходов к работе с группой, а, прежде всего, стиль управления как современного менеджера, как способ реализации организационных и социальных изменений, которые важны для организации и различных сообществ. Индивидуальный поиск информации побуждает участников фасилитации и обеспечивает существенно эффективную обработку найденной информации, ускоряет процесс решения проблем, а также в процессе корпоративного обучения – к разработке и закреплению приобретенных навыков. Эффективная фасилитация предполагает длительный процесс, который может привести к мотивации, раскрытию потенциала всех сотрудников в полной мере и эффективной работы в компании в целом.

Литература:

1. Акимова Т. А. Теория организации [Текст] / Т. А. Акимова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 345 с.
2. Аникин Б. А. Высший менеджмент для руководителей [Текст] Учебное пособие / Б. А. Аникин. - М.: ИНФРА-М, 2015. – 245 с.
3. Вортман М., Лифшиц А. Методы оценки персонала и подбор кадров // Технология кадров: Из опыта работы ведущих фирм [Текст] / М. Вортман, А. Лифшиц.- М. : Кадры, 2016.- С. 27 - 32.
4. Дункан У. Дж. Основопологающие идеи в менеджменте [Текст] / У. Дж. Дункан. - М.: Дело, 2017. – 320 с.

*Мезенцева О.А, Воргунова В.Р.,
студенты 3 курса
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: Vorgunova2013@yandex.ru
oksanka.mezentseva.1998@mail.ru*

*Рубин А.Г.,
к.э.н., доцент,
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: AGRubin@fa.ru*

Стратегия процесса: теория и практика (на примере авто-, машиностроительной отрасли)

Аннотация: Выбирая лучшую стратегию для предприятия, нужно понимать специфические особенности его производства, управленческие процессы и технологию. Данный вопрос неразрывно связан с организацией соответствующего типа производства. В данной статье рассматриваются основные типы производства, особенности разработки стратегии процесса и его характеристики на примере авто-, машиностроительной отрасли.

Ключевые слова: организация, стратегия, разработка, процесс, тип производства.

*Mezentseva O.A, Vorgunova V.R.,
3 year students
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: Vorgunova2013@yandex.ru
oksanka.mezentseva.1998@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Rubin A.G.,
Candidate of Economic Sciences, Docent
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: AGRubin@fa.ru*

Process strategy: theory and practice (on the example of the automotive, engineering industry)

Annotation: Choosing the best strategy for the enterprise, you need to understand the specific features of its production, management processes and technology. This issue is inextricably linked with the organization of the appropriate type of production. This article discusses the main types of production, features of the development strategy of the process and its characteristics on the example of the automotive, engineering industry.

Keywords: organization, strategy, development, process, type of production.

Каждое предприятие при организации нового производственного процесса сталкивается с необходимостью стратегического решения данного вопроса. Как известно из теории производственного менеджмента, выбор здесь сводится к одному из трех принципиальных типов производства: единичному, серийному или массовому. При этом тип производства определяет комплексная характеристика его технических, организационных и экономических особенностей, которые обусловлены номенклатурой, периодичностью, постоянством, производительностью и характером загруженности рабочих мест (таблица).

Таблица 1 – Основные факторы, определяющие тип производства

Фактор	Единичное	Стихийное	Массовое
Номенклатура	Неограниченная	Ограничена сериями	Одно или несколько изделий
Повторяемость выпуска	Не повторяется	Периодически повторяется	Постоянно повторяется
Применяемое оборудование	Универсальное	Универсальное, частично специальное	В основном специальное
Расположение оборудования	Групповое	Групповое и цепное	Цепное
Разработка технологического процесса	Укрупненный метод (на изделие, на узел)	Поддетальная	Поддетально-пооперационная
Применяемый инструмент	Универсальный, в незначительной степени специальный	Универсальный и специальный	Преимущественно специальный
Закрепление деталей	Специально не закреплены	Определенные детали и операции закреплены за станками	На каждом станке выполняется одна и та же операция над одной деталью
Квалификация рабочих	Высокая	Средняя	В основном невысокая, но имеются рабочие высокой квалификации (наладчики, инструментальщики)
Взаимозаменяемость	Пригонка	Неполная	Полная
Себестоимость единицы продукции	Высокая	Средняя	Низкая

Выбирая самую оптимальную стратегию для предприятия, необходимо понимать особенности его производства, процессов управления, а также технологию [1].

Основной показатель, который характеризует тип производства, – коэффициент закрепления операций, определяемый для группы рабочих мест в виде отношения числа различных операций, выполненных в течение расчетного периода, к числу рабочих мест.

Исходя из данных, представленных в таблице, можно дать характеристику каждому типу.

Тип производства, именуемый единичным или проектным – это такой производственный процесс, в котором широкий ассортимент продукции производится в единичных экземплярах, уникальных по конструкции, дизайну, задачам, местоположению либо иным значимым отличительным чертам. Выпуск таких видов изделий не повторяется или повторяется через неопределенные промежутки времени на рабочих местах, которые снабжены универсальным оборудованием и не имеют определенной специализации. Единичное производство обычно характеризуется коэффициентом закрепления операций выше 40.

Показательным примером единичного производства является цех сверхтяжелых машин ОАО «БЕЛАЗ», расположенный в Беларуси в городе Жодино. Цех был построен совсем недавно – в 2013 году и в этом же году из ворот цеха вышел БЕЛАЗ-75710, который сразу же попал в «Книгу рекордов Гиннеса» как самый большой грузовик в мире [2].

Его грузоподъемность составила 450 тонн, а на испытаниях он перевёз чуть больше 500 тонн. Все более лёгкие самосвалы собирают на других линиях и по вполне традиционной технологии – на конвейерах. А вот сверхтяжёлый самосвал на конвейер не поставишь, и этому есть несколько причин.

Во-первых, нет смысла строить дорогостоящий грузовик, чтобы потом отправить его на склад готовой продукции, разумнее строить его под заказ, поэтому о серийном производстве речь не идёт – конвейерная сборка тут просто не нужна. Ну, а во-вторых, сложно даже представить, какой должен быть конвейер для постройки такого гиганта. Поэтому такие машины строят как корабли – на стапеле. Стапели для разных самосвалов разные, но их легко заменить в зависимости от того, на какие авто есть заказ от клиента.

Производство сверхтяжёлых машин (ПСТМ) занимает огромную площадь в 37,5 тысяч квадратных метров. Здесь 115 рабочих мест, общая численность работников – 128 человек. Видов технологического – 79 единиц, причём большинство оборудования сварочное (33 единицы). За подъём и транспортировку деталей по производству отвечают 24 разных приспособления, причём одно из средств транспортировки – это МАЗ с полуприцепом. Некоторые комплектующие БЕЛАЗов так велики, что перевозить их по цеху можно только таким способом.

Оборудование для этого производства (в том числе и испытательное) частично делали здесь же, на БЕЛАЗе, но лишь то, что слишком специфично (подвески, съёмники, подставки и некоторое вспомогательное оборудование). Основная доля – импортная, из России и Европы. В декабре 2015 года в ПСТМ

ввели в эксплуатацию итальянский окрасочный комплекс IMEL spa. Его мощности хватает на всё производство, поэтому в этот цех привозят на покраску детали не только сверхтяжёлых самосвалов, но и других машин, сборка которых происходит на сборочных конвейерах в других цехах.

Из цеха сварных конструкций в ПСТМ поступают готовые сварные элементы рам, платформ, кабин и других конструкций, которые проходят крупноузловую сборку. Уже на стапеле раму сваривают окончательно (целиком её провезти по заводу просто невозможно). Затем на ней монтируют переднюю и заднюю подвески. После этого приходит время установки дизель-генератора. Поскольку двигатели, шкафы управления электромеханической трансмиссией (для сверхтяжёлых самосвалов), генераторы, электромоторы – всё это завод покупает у сторонних производителей, поэтому в сборку эти агрегаты приходят уже в собранном виде и после проверки на заводе-изготовителе.

После установки мотора рабочие принимаются за монтаж его систем – охлаждения и топливной. Затем приходит время установки гидравлической системы, которая обеспечивает работу тормозов, системы опрокидывания кузова и рулевого управления. Следующий этап – монтаж колёсных моторов. Потом приходит время оперения, кабины, воздушных фильтров. Теперь остаётся провести наладку оборудования и отправить уже готовый самосвал на обкатку. Для этого его ставят на колёса, устанавливают «прошивку» дизеля, производят компьютерную диагностику и регулировку систем автомобиля и отдают его в руки водителя-испытателя. Под его управлением БЕЛАЗ проезжает по полигону 25 километров. В ходе пробега проверяют все системы автомобиля в различных режимах работы, после чего самосвал уходит на ещё одну проверку – к контролёрам. Они выносят своё заключение (как правило – положительное), и новый БЕЛАЗ уходит на отгрузку.

В случае с обычными грузовиками способов поставки, как правило, два: либо машину пригонят заказчику своим ходом, либо её заберёт с завода представитель заказчика. А вот как быть с БЕЛАЗом? Гнать его своим ходом из-под Минска куда-нибудь в Кемеровскую область – безумие чистой воды, в железнодорожный контейнер карьерный самосвал тоже не помещается. Поэтому выход один: разбирать и отправлять самосвал в разобранном виде: по железной дороге, а если потребитель далеко, то морем или большим самолетом. В случае с поездом-товарняком для этого требуются не менее 19 грузовых платформ. Такой «конструктор» приходит заказчику, дело которого – собрать самосвал заново. Для этого нужен хорошо обученный персонал, а также подъёмный кран.

Организация производства в условиях единичного производства на примере большого грузовика БЕЛАЗ имеет свои особенности, и это связано с разнообразием деталей, порядком и способом их обработки, а также с построением всех производственных участков в рамках технологического принципа, предусматривающего расстановку оборудования по однородным группам. Такая организация производства предусматривает прохождение всех изготавливаемых деталей через различные участки. Следовательно, при передаче их на каждую дальнейшую операцию (участок) необходимо тщательнейшим образом исследовать и изучить вопросы, связанные с контролем качества обработки, транс-

портированием и определением рабочих мест с целью выполнения следующей операции.

Характерные особенности организации производства грузовика БЕЛАЗ сказываются на экономических показателях, выраженных в относительно высокой трудоемкости изделий и большом объеме незавершенного производства, связанного с долгим пролеживанием деталей между операциями. Структуру себестоимости изделий характеризует высокая доля затрат на заработную плату (20–25%).

Одним из самых распространенных видов производства является серийное, где ограниченный ассортимент продукции производится периодически в количествах, определяемых производственными партиями. Часть продукции связана со структурными и технологическими особенностями. На каждом определенном рабочем месте выполняется сразу несколько операций, при этом они чередуются через одни и те же промежутки времени – повторяются.

В зависимости от количества продукции в партии или серии, и значения коэффициента закрепления операции выделяют мелкосерийный, среднесерийный и крупносерийный тип производства. В мелкосерийном производстве коэффициент закрепления операций – от 21 до 40 (включительно), в среднесерийном – от 11 до 20 (включительно), в крупносерийном – от 1 до 10 (включительно).

Анализируя тему авто-и машиностроения, в качестве примера серийного производства рассмотрим производство зерноуборочных комбайнов предприятием ООО «КЛААС», которое является немецким производителем сельскохозяйственной техники и расположено в г. Краснодаре [3].

В новых цехах по металлообработке, окраске и монтажу на площади в 45 000 кв. метров осуществляется:

- 1) Лазерный раскрой металла.
- 2) Изгиб металла на станках с числовым программным обеспечением.
- 3) Сварка полуавтоматами и с применением роботизированной техники, – подготовка поверхности и катафорезное грунтование с применением полностью автоматизированной линии.
- 4) Порошковая система окраски деталей – самый экологически безопасный метод окрашивания, не использующий вредных растворителей
- 5) Испытания и настройка готовых изделий на линии сборки продукции.
- 6) Сборка и монтаж техники.

Подпроцессы, которые осуществляются компанией CLAAS:

А. Основной (изготовление основной продукции – мелкие и крупные детали).

В. Вспомогательный (обеспечение основанного производства технической оснасткой, электроэнергией, сжатым воздухом, проверку надежности крепления, а также осуществляются работы по ремонту оборудования)

С. Обслуживающий (контроль качества продукции):

– проверяют и регулируют: натяжение всех ременных и цепных передач; взаимодействие стояночного тормоза и механизма блокировки диапазонов;

– проверяют работоспособность: систем освещения; сигнализации; вентиляции кабины и кондиционирования; рулевого управления; тормозов; гидросистемы; рабочих органов.

– проверяют давление воздуха в шинах ведущих и управляемых колес.

В данном типе производства используется поточный метод.

Использование той или иной формы организации в условиях серийного производства зависит от сложности и объема производства продукции, закрепленной за участком. Таким образом, крупные, трудоемкие детали, изготовленные в больших количествах и которые имеют сходный технологический процесс, закрепляются за одной площадкой с организацией на ней переменнопоточного производства. Детали среднего размера, многофункциональные и менее трудоемкие комбинируются в партии. Мелкие, малотрудоемкие детали, например, стандартные шпильки, болты закрепляются за одним специализированным участком. В данном случае возможна организация прямочного производства.

Необходимо отметить, что в серийном производстве предприятий CLAAS трудоемкость и себестоимость производства продукции намного меньше, чем в единичном. В то же время, по сравнению с единичным производством БЕЛАЗа продукция обрабатывается с меньшим количеством перерывов, что сокращает объем незавершенного производства.

Массовый тип производства характеризуется производством аналогичной продукции ограниченного ассортимента в больших объемах в течении большого количества времени. На каждом определенном рабочем месте в этом случае выполняется только одна деталь операции. Основным условием массового производства является полнота загрузки рабочих мест и оборудования выпуском продукции только одного наименования. Коэффициент закрепления операций для массового производства принимается равным 1.

В качестве примера массового производства из области автомобилестроения и машиностроения можно привести АвтоВАЗ, который является одним из крупнейших автомобильных заводов Европы, производственная мощность которого позволяет выпускать более 1 млн автомобилей в год.

14 июля 2010 года на АвтоВАЗе была запущена одна из самых современных автоматических прессовых линий японского производства - линия «KOMATSU». Производительность линии в сутки составляет 11300 деталей, при этом парные детали могут быть штампованы одновременно. Если необходима перенастройка пресса замена штампов может производиться в рекордные сроки – 10 - 12 минут (вместо 4-5 часов на старом оборудовании) [4].

Высокоскоростная автоматическая линия «KOMATSU» оборудована пятью прессами и предназначена для изготовления больших лицевых и видовых панелей: крыша, двери, капот, багажник, крылья, боковины.

Производственный процесс изготовления автомобиля проходит при тщательном контроле качества в несколько этапов.

Производство кузова осуществляется на основе набора последовательных частей корпуса, поставляемых ОАО «АвтоВАЗ» и оригинальных деталей другими поставщиками.

При окраске кузова в окрасочной линии выполняется производства ОАО «АвтоВАЗ» по технологии завода по подготовке и окраски кузовов.

Сборочное производство цеха сборки автомобилей организовано на основе ручной постовой сборки с использованием современного универсального сборочного оборудования оснастки и инструмента. Процесс сборки автомобилей осуществляется на пяти линиях конвейера.

В данном типе производства используется поточный метод.

Масштаб производства на АвтоВАЗе приводит к особому подходу при внедрении систем автоматизации. Для комплексного проектирования автомобилей, пресс-форм, станков компания использует различные тяжелые САПР. Для повышения эффективности управления предприятием, руководство АвтоВАЗа приняло решение о запуске масштабного проекта автоматизации своих подразделений на основе решений системы «1С: Предприятие 8».

Массовое производство, на примере АвтоВАЗа, характеризуется наибольшей специализацией и характеризуется производством ограниченного ассортимента деталей в больших количествах.

Постоянный контроль состояния режущего инструмента, приборов, оборудования является одним из условий обеспечения непрерывности производственного процесса, без которого неизбежно нарушается ритм работы на участках и в цехах. Для того, чтобы поддержать заданный ритм на всех уровнях производства необходима отличительная особенность организации процессов при массовом производстве.

АвтоВАЗ, как вид массового производства, обеспечивает более полное применение оборудования, высокий уровень производительности, наименьшую себестоимость продукции.

Таким образом, каждый тип производства, рассмотренный ранее, имеет ряд специфических характеристик и критериев. Чем более точно процесс по производству того или иного вида продукции соответствует его объективному типу производства, тем более эффективно он будет реализован. Поэтому так важно иметь четкое представление о теоретических аспектах производственной стратегии и, при этом, уметь применять их на практике. А проведенное нами исследование является дополнительным вкладом в развитие данного вопроса.

Литература:

1. Рубин А.Г. Современные подходы к управлению операционной стратегией предприятия. – Фундаментальные исследования. – 2015. – ? 5-2. – С. 438–441.
2. Как строят самосвалы БЕЛАЗ [Электронный ресурс] // Колеса.ру. – Режим доступа: <https://www.kolesa.ru/article/so-stapelya-v-karer-kak-stroyat-samosvaly-belaz>.
3. Официальный сайт «KLAAS» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.claas.ru>.
4. Как работает АвтоВАЗ [Электронный ресурс] // Как это сделано. – Режим доступа: <https://kak-eto-sdelano.ru/kak-rabotaet-avtovaz>.

*Мягкова Д.А.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: dianamyagkova1107@yandex.ru*

*Научный руководитель:
Артюшкова А.Ю.,
доцент, к.п.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: ayuaryushkova@fa.ru*

Пути повышения эффективности использования трудовых ресурсов на предприятии (в организации)

Аннотация: в данной статье будут проанализированы существующие пути повышения эффективности использования трудовых ресурсов на предприятии.

Ключевые слова: эффективность труда, трудовые ресурсы, производительность труда

*Myagkova D.A.,
student, 1 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: dianamyagkova1107@yandex.ru*

*Scientific Adviser:
Artyushkova A.U.,
Docent
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
-mail: ayuaryushkova@fa.ru*

Ways to improve the efficiency of human resources in the enterprise

Annotation: this article will analyze the existing ways to improve the efficiency of labor resources in the enterprise.

Keyword: labour efficiency, human resource, labour productivity

Тема исследования очень актуальна в наши дни, поскольку все чаще в организациях и на предприятиях прослеживается низкая производительность труда, нерациональное использование рабочего времени, кадровая утечка. Все эти моменты свидетельствуют о том, что поиск путей повышения эффективности всегда остается одной из первостепенных задач у руководства предприятия.

Человеческие ресурсы организации представляют собой одну из ее крупнейших инвестиций. Термин «человеческие ресурсы» на макроуровне обозначает сумму всех компонентов (таких как умение и творческие способности), ко-

торыми обладают все люди. Трудовые ресурсы на организационном уровне включают все компонентные ресурсы всех сотрудников от рядового до высшего руководства. Таким образом, он включает в себя ресурс всех людей, которые вносят свой вклад в достижение организационных целей. Человеческие ресурсы играют решающую роль в процессе развития нынешней экономики.

Эксплуатация природных ресурсов, наличие физических и финансовых ресурсов и международная помощь играют важную роль в росте современной экономики, но ни один из этих факторов не является более значительным, чем эффективная и целеустремленная рабочая сила.

Прежде чем будет налаживаться производительность труда персонала, стоит убедиться, что руководитель организации сам является профессионалом своего дела. Во-первых, начальство должно своим примером показывать дисциплину в организации. Во-вторых, начальство должно всегда быть отзывчивым к своим подчиненным. Оно должно навскидку отвечать на большинство рабочих вопросов сотрудников, не оставлять вопросы без ответов и не давать им вариться в «собственном соку». Любой руководитель должен любить то дело, которым занимается его компания [1, с. 31]. Подчиненные должны видеть, что лидер организации трудится, в первую очередь, ради идеи. Человек, по-настоящему любящий свое дело и верящий в него, вызывает восхищение у любого. Восхищение и зависть. Все хотят заниматься любимой работой. Поэтому еще раз: главный мотиватор - светлые идеалы. Это должны видеть подчиненные.

Убедившись, что руководитель организации является настоящим профессионалом, идеализирующий идею своей компании (организации), ставящий на первое место мотивацию и дисциплину своих подчиненных, стоит перейти к путям повышения эффективности использования трудовых ресурсов.

Одним из главных инструментов увеличения и качества производительности труда является мотивация. Замотивировать сотрудника — значит предложить ему цель, ради которой он станет трудиться. Конечно, первым делом на ум приходит материальная мотивация в виде повышения оклада, премиальных выплат или же возможности карьерного роста и тд., но в реальности невозможно бесконечное увеличение заработной платы и продвижения по карьерной лестнице, а поддержание мотивации необходимо постоянно. Поэтому, помимо материальной мотивации, существует, так называемая, символическая. Она проявляется в командном духе, когда работник понимает, что коллектив - его вторая семья, и он старается улучшить даже обычный рабочий день... Как показывает практика, отшельники и одиночки работают менее эффективно, но бывают и исключения. Также символическая мотивация проявляется, если подчиненный чувствует себя нужным в организации, к его идеям прислушиваются, его идеи воплощаются в жизнь. Похвалы за успешную работу, одобрение руководителя и коллег, несомненно, мотивируют и даже «дарят крылья» в выполнении любого задания [2, с. 298].

Материальной мотивации тоже место быть, но руководителям не стоит спешить увеличивать зарплату в надежде на повышение эффективности. Как показывает исследование рекрутингового ресурса Glassdoor за 2015 год, персо-

нал больше мотивируют бонусы, а не повышение оклада. Так, 40% подчиненных считают главным мотивационным бонусом страхование здоровья, 37% - оплачиваемый отпуск, 35% - бонусы за результат деятельности, 32% - оплачиваемый больничный и 31% опрошенных считает мотивационным бонусом прибавку к пенсии.

Второй инструмент повышения эффективности персонала – дисциплина.

Железная дисциплина серьезно повышает эффективность команды. Даже если подумать математически, получается, что чем больше сотрудников занимают бесполезным делом, тем меньше они работают. Но это не важно. Если с дисциплиной в отделе беспорядок, то беспорядок будет и в головах сотрудников.

Эффективным средством управления подчиненными является корпоративная культура, еще один показатель дисциплины. Корпоративный стиль, дресс-код, нормы поведения - этический кодекс организации, в котором прописаны правила поведения в определенных ситуациях (например, в McDonald's создали целое руководство толщиной в 800 страниц, в котором прописана буквально каждая возможная ситуация и одобренные руководством варианты действий сотрудников по отношению друг к другу и к клиентам компании).

В дисциплине основное - это система. Здесь тоже нужна мотивация, чтобы соблюдать правила. Штрафы за опоздания, выговоры за невыполнение приказов - все это должно быть систематизировано. Главное правило - никаких исключений. Если что-то возможно, то все возможно и всегда. Что нельзя-то нельзя никому и никогда.

Третий инструмент для повышения эффективности использования трудовых ресурсов – это профессионализм. Независимо от того, насколько трудолюбивы и ответственны сотрудники, они не будут работать эффективно, если они не знают как. Их нужно учить. Это системная работа, и она должна проводиться в несколько этапов.

Для выработки профессионализма я предлагаю создать в организации библиотеку. В ней будет собрана литература по роду деятельности компании. Издательство «МИФ» создали Лигу читающих компаний, и вступив в нее, создание офисной библиотеки пройдет легче и менее затратно. Например, IT-компания из Риги Idea Port Riga — один из первых членов Лиги читающих компаний. Кроме того, сотрудники могут совместно прорабатывать книги, что тоже скажется на их сплоченности, а значит и эффективность. Когда в Idea Port Riga решили взяться за разработку первого собственного IT-продукта, ключевые люди в проекте получили задание прочитать «Покупатель на крючке» (Hooked) и ответить на все вопросы. Три полноценные встречи понадобились, чтобы глубоко проработать книгу. Также руководству стоит своим примером показать, когда читать. Само собой, у всех мало свободного времени, руководитель должен рассказать, например, что он стал слушать аудиокниги в авто по дороге на встречи с клиентами, и поделиться этой идеей с подчиненными. Необходимо вовлекать сотрудников в рост офисной библиотеки: так, например, стоит позволить им самим покупать литературу там, где им удобно, а после

возвращать деньги по товарным чекам. После прочтения сотрудник поставит книгу на полку в офисе и порекомендует ее коллеге, если она была ему полезна.

Благоприятный климат в коллективе является важным показателем успешного процесса труда. Психологический комфорт напрямую влияет на рабочий процесс и результат совместной работы, поэтому задача руководителя-организовать качественное взаимодействие между сотрудниками. Сделать это можно с помощью различных тренингов и деловых игр. Так, например, я предлагаю создать в компании отдельную площадку для проведения тренингов, куда руководство должно приглашать регулярно успешных в соответствующем роде деятельности спикером, да – это затратно, но, общаясь с профи своего дела, сотрудники получают мотивацию, стремление достичь большего, от чего и работаю эффективнее [3, с. 503].

В компании необходимо выработать серию деловых игр и проводить их регулярно. Да, в настоящее время создано немало практик и концепций для повышения производительности труда, однако многие компании неправильно подходят к организации таких мероприятий. Первое, что нужно делать, чтоб эффективно проводить игры – это коллективно выезжать за пределы офиса, смена обстановки благоприятно отразится на психологическом состоянии сотрудников. Второе, одной игрой вряд ли получится повысить эффективность. Нужно разработать целую серию, возможно даже на протяжении всего года, по окончании которого будет поощрение подчиненных в виде премии, путевки на отдых и т.д. Такие игры подразумевают под собой моделирование различных трудных ситуаций, которые сотрудники могут встретить во время работы. Поиск совместного решения в рамках таких игр так же будет способствовать сплочению коллектива.

Сегодня появилось много технологий, которые позволяют работникам получать навыки и умения, необходимые для работы. Это и центры повышения квалификации, и профили позиций, и каталоги навыков, и т. д. Но ни одна из форм индивидуального развития персонала не является столь эффективной, как обучение на рабочем месте под руководством опытного наставника-тренера [4, с. 46]. Введение в компании отдельной кадровой единицы как коуч-менеджер поможет сотрудникам понять, что для них особенно важно, поставить конкретные цели и осуществить необходимые действия, а также избавиться от внутренних барьеров (ограничивающих убеждений, последствий депрессии, невротических переживаний), стать более самостоятельными, выявить свои сильные стороны и развить их. Индивидуальное консультирование может проводиться в различных формах: личные встречи, консультации по телефону, общение в социальных сетях, электронной почте и т.д.

Литература:

1. Анализ методов и приемов работы посреднических организаций Грибок Н.Н. // В сборнике: Современные фундаментальные и прикладные исследования Сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции. 2017. - С. 30-33

2. Исследование особенностей конкуренции на рынке трудовых ресурсов Краснодарского Края // Зинченко Н.В., Лобанова В.В. Экономика и предпринимательство. 2013. ? 2 (31). - С. 296-301.

3. Повышение конкурентоспособности управленческих решений предприятия // Яхимович А.А., Пахомова А.Ю. В книге: национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства материалы II международной научно-практической конференции. 2016. - С. 502-503.

4. Состояние и проблемы управления персоналом предприятий строительной отрасли Краснодарского Края Воробьева М.А., В сборнике: Современная мирохозяйственная система: проблемы конкурирования и взаимовыгодного сотрудничества в экономической и правовой сферах Сборник статей международной научно-практической конференции. // Под ред. Г.Б. Клейнера Х.А. Константиныди В.В. Сорокожердьева З.М. Хашевой. 2014. - С. 46-50.

УДК 334.722

*Мягкова Д.А.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: dianamyagkova1107@yandex.ru*

*Научный руководитель:
Андреев С.Ю.,
доцент, к.э.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: acu-25@mail.ru*

Тенденции развития предпринимательства в Краснодарском крае

Аннотация: В статье рассмотрены основные тенденции развития предпринимательства Краснодарском крае, учтены географические и природные особенности региона и проанализированы формы государственное поддержки предпринимателей в Краснодарском крае.

Ключевые слова: Краснодарский край, предпринимательство, сельское хозяйство, малый бизнес, туризм, государственная поддержка.

*Myagkova D.A.,
student, 1 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: dianamyagkova1107@yandex.ru*

*Scientific Adviser:
Andreev S.U.,
Docent
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: acu-25@mail.ru*

Trends in the development of entrepreneurship in the Krasnodar region

Annotation: The article considers the main trends in the development of entrepreneurship in the Krasnodar region, takes into account the geographical and natural features of the region and analyzes the forms of state support for entrepreneurs in the Krasnodar region.

Keyword: Krasnodar region, enterpriship, agriculture, small enterprise, tourism, state support.

Актуальность темы исследования не вызывает сомнений, так как предпринимательство - это тот вид деятельности, который подразумевает под собой постоянные риски, требует инноваций и при этом бизнес должен быть конкурентоспособным. Как показывают исследования, в России предпринимательством занимаются лишь 4-5% населения. Низкие темпы развития свидетельствуют о наличии в экономике ряда объективных причин, заслуживающих внимания. Одной из первых и очевидных проблем является трудность формирования первоначального (стартового) капитала, так как на начальном этапе без залоговой базы не все субъекты могут получить одобрение банка на выдачу кредита. Скопить первоначальный капитал также является непростой задачей [3]. Говоря о налогах, то минимальная сумма, которую обязан платить ИП на 2019 г. составляет 36238 руб, что значительно ниже других стран. Кроме того для вновь создаваемых предприятий действуют налоговые льготы – в первые два года не взимаются налоги.

Важным фактором, влияющим на развитие предпринимательства, также является выгодное месторасположение, что особенно актуально для сферы услуг и торговли.

На сегодняшний день Краснодарский край возглавляет рейтинг регионов России по предпринимательской активности. Около 9% населения края занимаются предпринимательством, что значительно превышает аналогичные показатели в крупнейших городах России: в Москве – 3%, в Санкт-Петербурге – около 4%.

С учетом сложившихся особенностей территории края основной тенденцией развития предпринимательства на Кубани является сельское хозяйство [4]. Край является лидером по сбору зерновых культур, свёклы, винограда, сои, риса и прочих культур. Кубань занимает ведущую позицию по производству и выращиванию крупного рогатого скота и птицы. В крае 767 сельхозпредприятий, более 1500 частных предпринимателей. Аграрное предпринимательство – одна из распространенных форм малого бизнеса в Краснодарском крае [1]. Более того, многие ИП объединяются в более крупные организационно-правовые формы, такие как ООО, кооперативы, товарищества и т.д.

Еще одной тенденцией развития предпринимательства в Краснодарском крае являются туризм и гостиничное дело. Уникальность расположения региона в том, что на территории края есть и горы, леса и моря. Так, благодаря этим особенностям предпринимательство в сфере туризма активно процветает в рекреационных зонах края. Предприниматели создают экскурсионные туры,

обеспечивают туристов экстремальными развлечениями, с каждым годом осваивают все более высокие горные точки для создания баз отдыха [4]. Но ключевую роль в сфере туризма играют города-курорты, расположенные вдоль Азовского и Черноморского побережья. В таких городах, как Анапа, Сочи, Геленджик и др., предприниматели сдают в аренду жилье, создают гостиницы и hostels, также занимаются торговлей, перевозками.

После олимпиады в Сочи в 2014 г. о Краснодарском крае, как о регионе-курорте, узнал весь мир. Город-курорт Сочи это место, где приток туристов является круглогодичным. Летом туристов привлекает черноморское побережье, а зимой – горнолыжная трасса. Наши журналисты не раз брали интервью у иностранных туристов, они заявляли, что горнолыжная трасса в Сочи является лучшей в Европе. Все эти факты свидетельствуют о том, что предпринимательская деятельность сильно возросла в последние годы в регионе, а сам регион имеет благоприятные условия для развития малого и среднего бизнеса.

В 2018 г. город Краснодар официально стал городом-миллионником. Эти факты говорят о том, что в г. Краснодаре и Краснодарском крае высокий процент миграции, в южный регион все чаще переезжают жители из северных частей страны. Данные события спровоцировали рост предпринимательской деятельности в сфере строительства и прочих смежных видов деятельности. Помимо застройки жилыми домами, предприниматели открывают компании, занимающиеся внутренней отделкой. Малый бизнес способен повлиять и на городскую инфраструктуру. К примеру, в ряд субъектов стали возводить платные многоуровневые парковки в крупных городах региона. В результате развития парковок и проводимых в краевой столице дорожных работ впервые за несколько лет по данным INRIX кубанская столица не вошла в рейтинг из 220 городов с самыми большими пробками, хотя ранее Краснодар стабильно входил в топ-25.

Нельзя не отметить, что государственная поддержка для малого бизнеса является неотъемлемой частью в развитии предпринимательства. Региональные органы власти Краснодарского края активно занимаются поддержкой малого и среднего бизнеса, внедряют новые формы государственной поддержки, создают некоммерческие организации, призванные оказать поддержку предпринимателям. На данный момент в крае действует фонд микрофинансирования и гарантийный фонд поддержки. К слову, на развитие сельских территорий Кубани в 2019 г. направят свыше 350 млн руб.

Также на конкурсной основе главам крестьянских (фермерских) хозяйств зарегистрированным и ведущим деятельность по разведению крупного рогатого скота и птицы на сельской территории Краснодарского края предоставляется грантовая поддержка, максимальный размер гранта – 30 млн. руб. [5].

По инициативе губернатора Краснодарского края Вениамина Кондратьева ежегодно проходит конкурс «Региону - устойчивое развитие». Предприниматели, чьи проекты станут победителями конкурса, получают доступ к финансовым ресурсам коммерческих банков Российской Федерации на специальных кредитных условиях и на срок, необходимый для реализации предлагаемого проекта (до 15 лет).

Помимо финансовой поддержки региональные органы власти оказывают множество бесплатных услуг предпринимателям и тем лицам, кто только планирует создать свое дело. Так, к примеру, в Краснодарском крае было создано управление по развитию малого и среднего предпринимательства. В перечне его услуг разработка бизнес-планов, разработка или модернизация веб сайтов, создание фирменного стиля, маркетинговые исследования, помощь в открытии ИП и ООО, регистрация товарного знака и анализ потенциала компании [5].

В 2017 г. по сравнению с 2013 г. количество средних предприятий в Краснодарском крае сократилось на 16%, в то время как количество малых предприятий возросло на 37,4%, в результате чего среднесписочное количество работников средних организаций сократилось на 8,1%, а в малых предприятиях – возросло на 5,5%. Также отметим, что за исследуемый период оборот средних предприятий возрос на 31,4%, а объем инвестиций в основной капитал – на 23,8%. В тоже время в малых предприятиях объем инвестиций в основной капитал сократился на 8,3% [2].

Наибольший уровень занятых в малом и среднем предпринимательстве в качестве работников сосредоточен в сферах торговли и ремонта, обрабатывающих производств, а также строительства, на долю которых приходится 61% от численности населения, занятого в данном секторе экономики в качестве работников. Стратегией социально-экономического развития Краснодарского края до 2020 г. предусмотрено увеличение доли малого бизнеса в ВРП края до 60%, поэтому региональным властям приходится принимать особые меры, направленные на его поддержку.

Представляется, что развитие государственно-частного партнерства на основе создания новых организаций на основе смешанной формы собственности может способствовать формированию новых активов на долгосрочной основе, что весьма привлекательно для региональных органов власти, и при этом стать мощным стимулом в развитии предпринимательства на территории Краснодарского края.

Литература:

1. Бурковский П.В. Методологические подходы к формированию межхозяйственных связей в АПК / Бурковский П.В., Мамий С.А. // Политематический сетевой электронный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2017. – ?129. – С. 697-713

2. Краснодарский край. Статистический ежегодник. 2017: Стат. сб. – Краснодар: Краснодарстат, 2018. – 436 с.

3. Проблемы малого и среднего бизнеса в России / Андреев С.Ю., Самсонов В.А. // Всероссийская научно-практическая конференция по итогам 2014 года. Материалы всероссийской заочной научно-практической конференции по экономике и гуманитарным наукам. – 2014. – С. 14-17.

4. Проблемы и перспективы развития внутреннего и въездного международного туризма в Краснодарском крае / Пахомова А.Ю. // Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. - 2012. № 1. - С. 225-227

5. Семейные формы организации сельского хозяйства в условиях современной России / Орлова Е.Б., Андреев С.Ю., Орлова М.А. // Политематический сетевой электронный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2014. – ?95. – С. 898-908

6. Уровень развития региональной поддержки малого бизнеса в Краснодарском крае [электронный ресурс]. – Краснодар. – Режим доступа: <http://www.mbkuban.ru/>

УДК 378.147

*Придатко О.В., Мальцева Ю.П.,
студенты 1 курса*

*Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия*

*e-mail: juliamalt23@gmail.com
ksjusha-1@yandex.ru*

Научный руководитель:

Воробьева М. А.,

к.полит.н., доцент

Финансовый Университет при Правительстве РФ (КФ)

г. Краснодар, Россия

e-mail: M.A.Vorobeva@fa.ru

Использование современных технологий в образовательной деятельности студентов

Аннотация: В данной статье представлены идеи использования современных технологий в решении вопросов, связанных с подготовкой выполнения студентами различных заданий в рамках выполнения учебного плана. Результаты исследования показывают, что использование технологий способствует повышению эффективности образовательной деятельности.

Ключевые слова: идея, технологии, устройство, бизнес, новшества, бизнес.

Pridatko O.V, Maltseva J.P.

students 1 courses

Financial University under the Government of Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: juliamalt23@gmail.com

ksjusha-1@yandex.ru

Scientific adviser:

Vorobeva M.A.,

candidate of political sciences, associate professor,

Financial University under the Government of the Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: M.A.Vorobeva@fa.ru

Use of modern technologies in educational activity of students

Annotation: This article presents the ideas of using modern technologies in solving issues related to the preparation of the implementation of students of various tasks in the framework of the curriculum. The results of the study show that the use of technology contributes to the effectiveness of educational activities.

Keywords: idea, technology, device, business, innovation, business.

Для того, чтобы четко понимать, в какой области необходимо продвигать свою деятельность, нужно осознавать имеющуюся в социуме проблему или неудобство, которое можно разрешить, а также установить четкие границы.

Всем известно, что пары в университете делятся на лекции и семинары. На семинарских занятиях показывают свои знания студенты. Они подготавливают различный материал, будь то доклады, рефераты, какие-либо проекты. Таким образом студенты демонстрируют свои знания. А преподаватели оценивают их. На лекционных занятиях студенты конспектируют те темы, которые рассказывает преподаватель. Чаще всего этот материал требуется при подготовке к контрольным работам, зачётам и экзаменам. А также сами преподаватели проверяют наличие конспектов у студентов.

Цель исследования – найти идеи для повышения эффективности работы при выполнении самостоятельных заданий и участия в практико ориентированных аудиторных занятий.

Задачи исследования:

- выявить проблемное поле и потребности обучающихся;
- изучить различные направления, которые способствуют повышению эффективности студенческой деятельности;
- предложить свои варианты, направленные на решение выявленных проблем.

Для начала был проведен опрос среди студентов. Всего было опрошено 50 студентов (выборка составила 50 чел.). Им было задано три вопроса:

1. Сокращаете ли вы слова при написании конспектов?
2. Бывало ли такое, что вы не понимали собственное сокращение слов?
3. Переставали ли вы писать конспект из-за того, что не успевали или уставали?

Вариантов ответа всего два – да или нет.

Исходя из результатов данного опроса, можно сделать несколько выводов. Во-первых, все студенты сокращают слова при написании конспекта. Во-вторых, многие сталкивались с ситуацией, когда они не понимали собственное сокращение слов. Бывают ситуации, при которых преподаватель очень быстро диктует материал, а студенты, в свою очередь, не успевают конспектировать. И в-третьих, примерно половина всех опрошенных перестаёт писать конспект из-за усталости или из-за того, что просто устают. Это вполне естественное явление.

Как уже ранее было сказано, конспекты нужны нам для подготовки к экзаменам и зачётам. Поэтому чтобы хоть как-то помочь студентам, была пред-

ложена идея создания нового устройства, которое будет выполнять три функции. Выглядеть это устройство будет как флэшка.

Первая функция – стандартная для всех диктофонов – это аудиозапись. На этом диктофоне будет специальная кнопка, при нажатии которой будет начинаться голосовая запись. Весь лекционный урок будет храниться на этом устройстве. Возможно, на этом можно было и остановиться, однако не каждый студент захочет после занятий повторно сидеть и слушать лекцию от преподавателя. Чтобы не тратить на это время, данный диктофон имеет вторую функцию – это перевод голосовой записи в печатный вариант. Далее студент уже имеет на руках готовую лекцию. Он может её подкорректировать и отредактировать так, как ему надо будет. Но всем известно, что многие преподаватели проверяют наличие конспектов у студентов. Причём некоторые из них принимают только письменный вариант. Поэтому третья функция данной системы – это оформление печатного текста в соответствии с вашим почерком. Вы также можете выбрать для себя формат страницы, будь то тетрадный лист в клеточку или в линию. Единственное, что останется сделать студенту – это распечатать конспект и показать его преподавателю, если это требуется.

Другое направление повышения эффективности обучения - это автомат печати документов. Идея уже реализована в области печати фотографий и других документов, но для студенческой аудитории такие виды устройств ранее не применялись.

Оценка целевой аудитории в конкретном случае довольно проста. Необходимо лишь два инструмента для определения потребностей студенчества. Для начала, чтобы понять потребности студента, необходимо мыслить, как студент, представить себя на его месте. Второй этап – простой анализ путем проведения короткого опроса.

Наравне с оценкой целевой аудитории (ЦА) должен параллельно проводиться и анализ рынка, конкурентной среды. По данным, полученным путем личных наблюдений и из интернет-материалов, можно выявить, что две самые обширные ниши, затрагивающие студенчество – это пищевая и образовательная. В первой реализуются все возможные способы накормить студентов, к таковым бизнесам относятся различные фаст-фуды, магазинчики, забегаловки, автоматы, кофейни. Подобный бизнес пользуется огромным спросом, однако конкуренция тоже очень велика. Вторая ниша включает в себя различные услуги, упрощающие процесс обучения студентов, к таковым относятся различные интернет-курсы, обучающие программы, всевозможные сайты для заказа готовых письменных работ.

Рассматривая эти ниши, невольно вспоминаешь, что студенты каждый семестр имеют дело с большим количеством печатных работ различного объема. Если обратиться к статистике, то можно выявить, что на данный момент в Краснодарском крае в учреждениях среднего профессионального и высшего образования обучается свыше 200 тыс. студентов (200 тыс. по данным 2016-2017 учебного года). Значительная часть из этого числа являются иногородними и иностранными студентами, большинство учебных заведений сосредоточено в городе Краснодар. Не каждый студент считает целесообразным покупку

собственного принтера, что следует из результатов опроса, проведенного среди ста респондентов. Студентам были заданы два вопроса: есть ли у вас свой личный принтер и как много бумажных работ вы сдаете в учебном заведении в месяц? Результаты представлены ниже на рисунках 1 и 2.



Рисунок 1-Результаты первого опроса

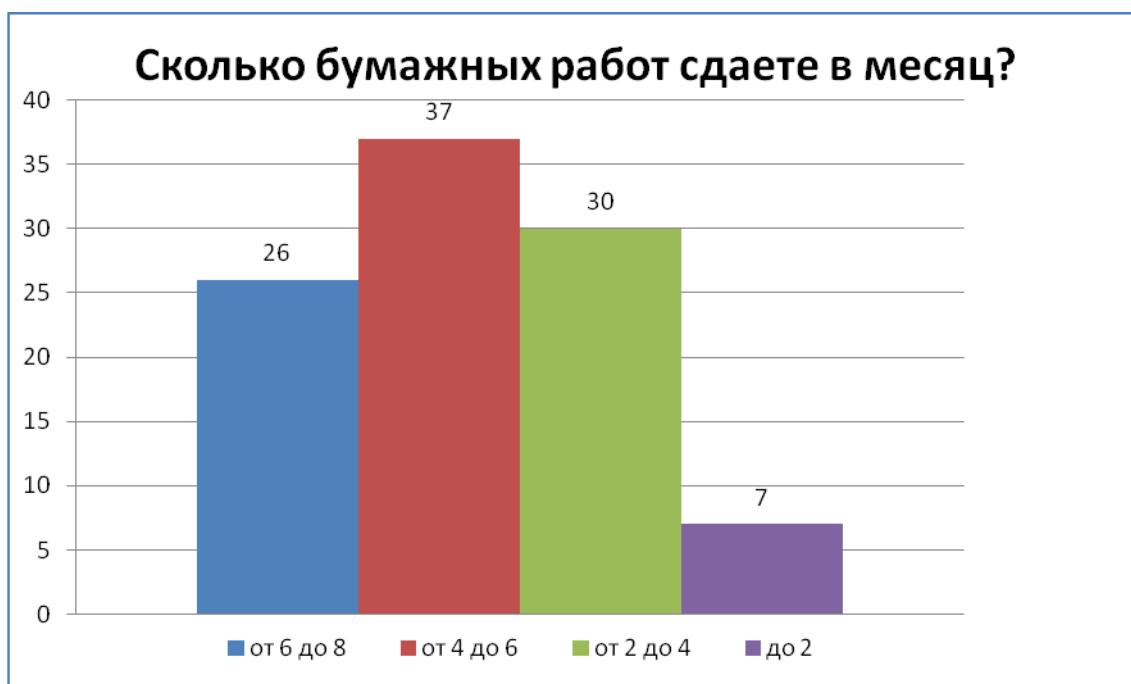


Рисунок 2-Результаты второго опроса

Приведенные данные показывают, что количество выполняемых студентами работ велико, велика и необходимость печати. Для проверки работоспособности бизнес-идеи необходимо запустить ее в тестовом режиме. Первона-

чального капитала хватит на запуск, а в случае неудачи большую часть средств можно будет вернуть.

В чем заключается суть идеи. Всем известны аппараты быстрой печати фотографий из социальных сетей, которые чаще всего располагаются в торговых центрах. Подобного рода автоматы можно использовать для печати и копирования документов студентами внутри учебного заведения.

Для запуска необходимы перечисленные затраты:

- 300 тыс. рублей на покупку и обслуживание трех автоматов
- 100 тыс. рублей на аренду небольшой площади внутри учебного заведения
- 100 тыс. на разработку приложения и поддержание его работоспособности.

Самыми многочисленными учебными заведениями Краснодара являются КубГУ (около 20 тыс. учащихся), КубГАУ (около 18 тыс. учащихся), КубГТУ (около 16 тыс. учащихся). Наибольшее количество студентов обучается в центральных зданиях вузов, в них и необходимо установить аппараты, они занимают относительно мало места, для работы необходимы лишь бумага, краска и электричество.

Удобство студентов – главная задача проекта. Для работы с автоматом создается удобное приложение, в которое со своего смартфона можно удаленно загрузить файл, оплатить печать, а через какое-то время прийти и забрать готовый материал из ячейки хранения в автомате. То же можно сделать и придя к автомату лично. Для облегчения работы в приложении будут храниться все готовые шаблоны титульных листов для различных видов работ, в которых достаточно выбрать преподавателя, вид работы и ввести свои фамилию и имя. Для копирования документа или его сканирования необходимо личное присутствие.

Все самые полезные идеи всегда создают сами пользователи, поэтому в автомате будет предусмотрена форма для оставления своих пожеланий, которые можно реализовать в будущем.

Стоимость предлагаемых услуг не должна быть высока, услуги должны быть доступны студентам и школьникам.

Таким образом, можно прийти к выводу о том, что использование современных технологий в процессе подготовки студентов к различным формам аудиторной и самостоятельной работы может значительно снизить временные затраты на непосредственное написание и расшифровку текстов лекций, тиражирование и распечатку необходимых при обучении материалов, помимо этого, высвобождаемое время можно направить на непосредственное углубленное изучение материала и самосовершенствование. Эта идея была создана для того, чтобы помогать студентам. В наше время появляется и развивается много новых технологий, которые направлены на улучшение жизни людей. Использование подобных устройств поможет в целом повысить качественный уровень образования и подготовить высококвалифицированных специалистов для будущего.

Литература:

1. Краснодарский край в цифрах. 2016: Стат. сб. / Краснодарстат – Краснодар, 2017. – 327 с.
2. Официальный сайт КубГУ/<https://www.kubsu.ru/ru> // дата обращения: 18.04.2019г
3. Официальный сайт КубГАУ/ <https://kubsau.ru/university/> // дата обращения: 18.04.2019г
4. Официальный сайт КубГТУ/ <https://kubstu.ru/> // дата обращения: 18.04.2019г

УДК 330.341.1

*Романовская А.С.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ
г. Краснодар, Россия
e-mail: Nastyia-romanovskaya@inbox.ru*

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

История развития стартапов за рубежом и в России

Аннотация: В данном исследовании рассматривается история возникновения и пути развития стартапов за рубежом и в России, изучены особенности и главные тенденции по всему миру. На основании приведённых аналитических данных выясним каким инновационным проектам отдают предпочтение инвесторы.

Ключевые слова: стартап, инновация, инвестиции, бизнес, инвесторы, предприниматели.

*Romanovskaya A.S.,
student, 1 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: Nastyia-romanovskaya@inbox.ru*

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

The history of the development of startups abroad and in Russia

Abstract: This study examines the history and development of startups abroad

and in Russia, studied the features and main trends around the world. Based on the above analytical data, we will find out which innovative projects investors prefer.

Keywords: startup, innovation, investment, business, investors, entrepreneurs.

Данная научно-исследовательская работа посвящена истории развития стартапов за рубежом и в России. Это тема наиболее актуальна в данный момент, так как все больше людей в мире стремятся создать свой уникальный проект, способный улучшить жизнь каждого из нас.

Впервые термин “startup” был использован в журнале Forbes в 1973 году. На тот момент, он подразумевал под собой временные структуры, существующие для поиска воспроизводимой и увеличенной в масштабе бизнес - модели. Сегодня, стартапы - одни из мощнейших «двигателей» развития IT - индустрии. Стартаперы не только создают идеи, они задают вектор развития для различных сфер бизнеса в будущем. На сегодняшний день, атмосфера в стартап индустрии более чем благоприятная. В связи с быстрорастущими технологиями, создать IT - проект стало намного проще, быстрее и дешевле. Тем не менее, стартап - это всегда риск и неопределённость. Для основателей компаний и проектов необходимо следить за современными рыночными тенденциями. Это поможет не только найти хорошего инвестора, но и определить, будет ли у вашей идеи спрос на рынке.

Так где же можно отследить тенденции в стартап индустрии? Для этого существует специальная Международная выставка потребительской электроники - CES(The Global Stage for Innovation). В течении нескольких дней все участники данного мероприятия могут наглядно увидеть в каком направлении будет двигаться рынок стартап проектов. Вот главные тенденции развития в 2019 году:

AI и машинное оборудование

Искусственный интеллект остаётся ведущей темой на технологических конференциях. В его разработку инвестируют огромные средства. Наиболее распространённым примером являются чат-боты, которые покоряют одну индустрию за другой. Машинное обучение сегодня используется фактически во всех технологиях. К примеру, корпорация Apple внедряет машинное обучение в приложения для iOS (Siri). А в медицине машинное обучение позволяет использовать технологии для постановки диагнозов.

Маркетплейсы

На сегодняшний день, все компании, от малых до больших корпораций, понимают, что присутствовать online в условиях современного рынка является необходимостью. Ежегодно рынок онлайн - продаж увеличивается на 20%. Чтобы понять широту рынка, достаточно посмотреть на экран смартфона: там есть приложения для закрытия любой потребности - для заказа такси, бронирования отелей, покупки товаров, поиска репетиторов и т.д. При этом онлайн - ритейл движется в сторону маркетплейсов. Уже сегодня насчитывается более сорока маркетплейсов, известных на весь мир. Примером на российском рынке является сервис «Беру» от Сбербанка.

EdTech и FinTech

Рынок образовательных технологий является очень популярным и перспективным. Хотя пока что сфера находится в самом начале своего пути, поэтому делать точные прогнозы на будущее сложно. Многие EdTech-стартапы создают сложные продукты, а такие проекты требуют больших финансовых вложений. Примером будет являться сайт и приложение Profi.ru, на нем можно найти подходящего вам репетитора.

Сфера FinTech тоже осваивает возможности современных технологий. Создаются финансовые маркетплейсы, совершенствуются финансовые инструменты, банки активно переходят в digital-формат либо вообще работают исключительно как онлайн-проекты. Примером является приложение «Сбербанк.Онлайн».

2018 год - год роста для российского венчурного рынка. Если в 2017 объем рынка составил \$471,3 млн, то в прошедшем году он увеличился до \$714,7 млн. Таким образом, рынок за год вырос более чем в полтора раза (на 51,6%).

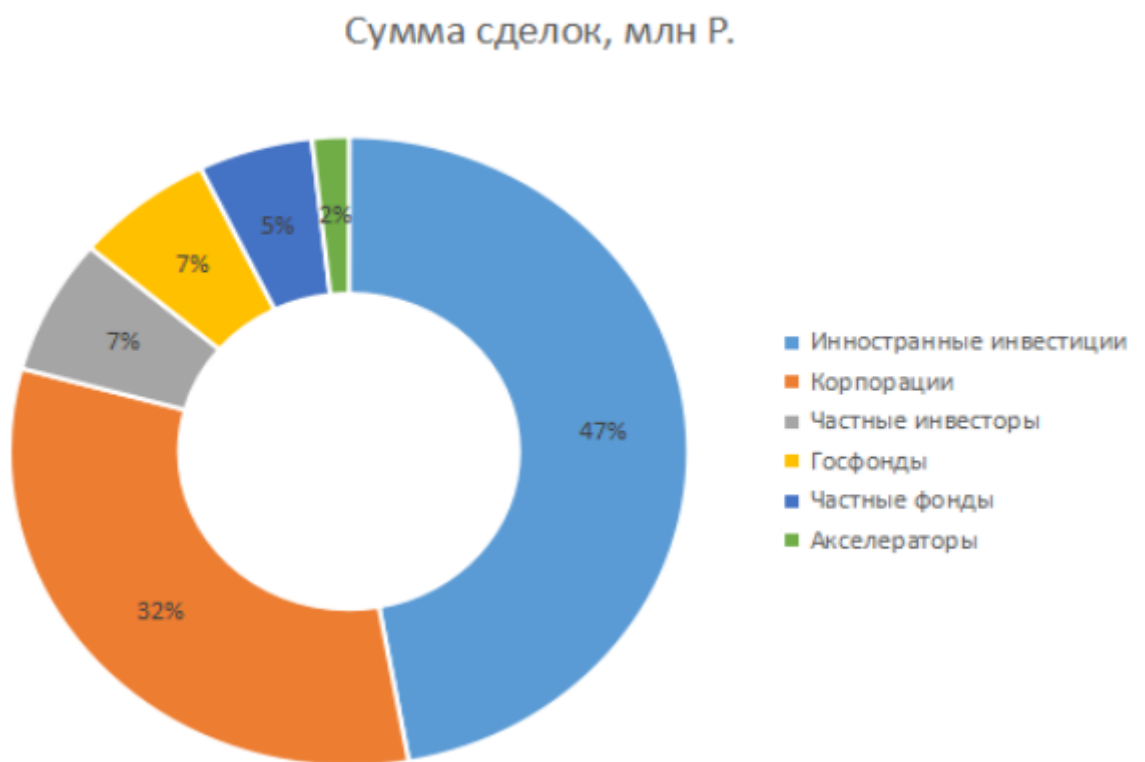


Рисунок 1- Сумма сделок на венчурном рынке за 2018 год

Так какое же развитие принимают стартап - проекты в России? Отличительным свойством 2018 года являются масштабы интересов корпораций к венчурному рынку. В большей степени, это возымело действие благодаря поручению президента РФ Владимира Путина создавать венчурные фонды и департаменты для инвестирования в стартап - проекты. Согласно аналитическим данным, за 2018 год в России запустили около 20 корпоративных акселераторов [5]. На рисунке 2 наглядно показано отношение объема сделок к числу закрытых сделок.

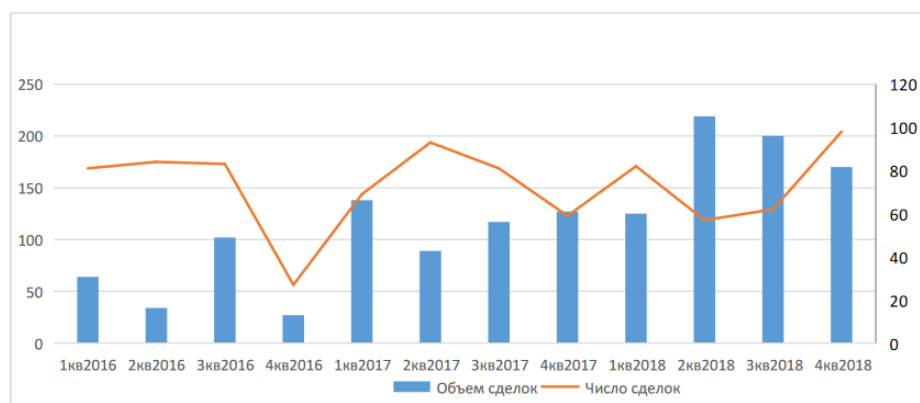


Рисунок 2-Отношение объёма сделок к числу закрытых сделок за последние 3 года

Также, 2018 год ознаменовался новым всплеском интереса со стороны инвесторов к sharing economy, прежде всего, в сфере транспорта. Причём интерес этот проявлялся не только на российском, но и на международном уровне. В России этот сегмент активно развивается. По оценке министра транспорта Москвы Максима Ликсутова, в начале 2019 года рынок каршеринговых автомобилей в одной лишь Москве составляет 15-16 тысяч автомобилей. Следовательно, Москва занимает второе место в мире по сервису каршеринга.

Таблица 1 - Крупнейшие венчурные сделки

Дата	Цель	Инвестор	Сумма, \$млн	Сегмент компании
Январь 2018	Skyeng	Baring Vostok	10	Education
Январь 2018	Neurogaming	Wargaming, Vrtech	16	Games
Март 2018	Grabr	Foundation Capital	8	Transport & Logistics
Март 2018	Ozon	Baring Vostok, MTC	61	E-commerce
Апрель 2018	Citymobil	Мегафон	26	Transport & Logistics
Апрель 2018	Appodeal	Impulse VC	8	Advertising & Sales
Май 2018	Ixcellerate	Goldman Sachs	15	Data Storage
Июнь 2018	Gett	Access Industries, Baring Vostok, MCI, Volkswagen Group	80	Transport & Logistics
Июнь 2018	NGINX	Goldman Sachs Growth Equity	43	Business Software
Июль 2019	Promobot	ВЭБ Инновации	7	E-commerce
Август 2018	DOC+	Vostok New Ventures, Baring Vostok, Yandex	9	E-commerce
Август 2018	InDriver	LETA Capital	10	Transport & Logistics
Сентябрь 2018	Активный Компонент	Эльбрус Капитал	20	Healthcare
Сентябрь 2018	Simple Finance	SBI Group	15	Finance
Сентябрь 2018	YouDo	MTC	17	E-commerce
Сентябрь 2018	WayRay	Porsche, Hyundai Mo-	80	Industrial Tech

		tor, Alibaba Group		
Октябрь 2018	Ivideon	Rusnano Sistema SIC-AR	8	Video-Audio
Октябрь 2018	Arena Space	Рукард	7.7	VR
Октябрь 2018	Deliver	Mudalala, РФПИ	7.5	Transport & Logistics
Октябрь 2018	Wallarm	Toba Capital	8	Business Software
Декабрь 2018	Ozon	Sistema VC	100	E-commerce
Декабрь 2018	SmartCAT	AltaIR Capital	7	AI

На основе аналитических данных рассмотрим три самые крупные сделки в 2018 году. Во первых, сервис вызова такси Gett привлек \$80 млн от Access Industries Леонарда Блаватника, Baring Vostok, MCI и автоконцерна Volkswagen Group. Сервис был оценен в \$1,4 млрд. Во-вторых, разработчик дополненной реальности WayRay привлек \$80 млн от автопроизводителей Porsche, Hyundai Motor, фонда Rusnano Sistema SICAR, корпорации Alibaba Group, China Merchants Capital, JVC Kenwood, а также от консорциума суверенных инвестиционных фондов Японии, Саудовской Аравии, Кувейта, ОАЭ, Бахрейна, в том числе и от Российско-японского инвестиционного фонда. Ну и наконец, инвестиции в онлайн-гипермаркет Ozon.ru привлек \$61 млн со стороны Baring Vostok и МТС, а также до \$100 млн от структур АФК «Системы» и других инвесторов.

Из приведённых данных можно сделать вывод, что российский венчурный рынок достиг определённого уровня зрелости, и более того, преодолел кризис предыдущих лет, связанный с санкциями и спадом венчурной активности.

Рассмотрев крупнейшие сделки 2018 года, становится ясно, что без финансовых вложений со стороны инвесторов стартап-проект не может существовать. С другой стороны, предпринимательская деятельность в нашей стране набирает обороты [6]. Рассмотрим программу микрофинансирования предпринимателей на примере Краснодарского края.

На Кубани данный вид программы осуществляет Фонд микрофинансирования Краснодарского края. Он был создан в 2013 году по распоряжению Вениамина Кондратьева. Целью фонда является обеспечение предпринимателей региона необходимым количеством финансовых ресурсов. В организации существует 12 видов займов, которые мы рассмотрим подробнее:

«Старт»-данный микрозайм помогает в финансировании деятельности молодых предпринимателей. Срок микрозайма до 24 месяцев под процентную ставку от 3,5 до 5,75% годовых. Сумма займа составляет от 100 тыс. До 1,5 млн. рублей.

«Бизнес-оборот»-данный микрозайм предназначен для пополнения оборотных средств. Срок микрозайма до 24 месяцев под процентную ставку 7% годовых. Сумма займа от 100 тыс. до 3 млн. рублей.

«Бизнес-инвест»-данный микрозайм предназначен для приобретения основных средств. Срок микрозайма до 36 месяцев под процентную ставку 7% годовых. Сумма займа от 100 тыс. до 3 млн. рублей.

«Фермер» - данный микрозайм финансирует предпринимателей, осуществляющих производство сельскохозяйственной продукции. Срок микрозайма до 24 месяцев под процентную ставку 6,75% годовых. Сумма займа от 100 тыс. до 3 млн. рублей.

«Ремесленник»-данный микрозайм осуществляет финансирование ремесленной деятельности. Срок займа до 18 месяцев под 5,95% годовых. Сумма займа от 100 тыс. до 3 млн. рублей.

«НовоТех»-данный микрозайм даёт возможность приобретения транспорта, техники и оборудования под залог. Срок займа до 36 месяцев по 7% годовых. Сумма займа от 100 тыс. до 3 млн. рублей.

«Развитие и инновации»-данный микрозайм предоставляется проектам. Направленных на импортозамещение и выпуск конкурентноспособной продукции гражданского назначения. Срок займа до 36 месяцев при процентной ставке 6,75% годовых. Сумма займа составляет от 100 тыс. до 3 млн. рублей.

«Торговля»-Данный микрозайм финансирует предпринимателей. Осуществляющих свою деятельность в сфере торговли. Срок займа до 24 месяцев под 13,5% годовых. Сумма займа от 100 тыс. до 3 млн. рублей.

«Промышленник»-данный микрозайм оказывает помощь в финансировании предпринимателей промышленной деятельности. Срок займа составляет до 36 месяцев под 5,75% годовых. Сумма займа от 500 тыс. до 3 млн. рублей.

«С/Х Кооператив»-данный микрозайм предназначен для финансирования сельскохозяйственных кооперативов.Срок займа до 36 месяцев под 5,5 % годовых. Сумма займа от 100 тыс. до 3 млн. рублей.

«Специальный(ЧС)»-данный микрозайм оказывает поддержку в финансировании предпринимателей, которые пострадали в результате чрезвычайной ситуации. Срок займа до 24 месяцев под 1% годовых. Сумма займа от 100 тыс. до 1,5 млн. рублей.

«Отельер»-данный микрозайм финансирует предпринимателей, занимающихся в сфере туристической индустрии. Срок займа до 36 месяцев под процентную ставку 6% годовых. Сумма займа от 100 тыс. до 3 млн. рублей.

Данный фонд с каждым годом наращивает темпы поддержки отечественным предпринимателям. Наибольший объём предоставленных займов был направлен предпринимателям в реальном секторе экономики , а именно в осуществлении сельскохозяйственной деятельности.(более 1 млрд.рублей)

Ежегодно создаётся огромное количество бизнес - проектов. К сожалению, лишь малая часть данных идей проходит начальный этап и продолжается успешно развиваться. Согласно статистике, около 70% молодых компаний прекращают свою деятельность в первый год. Поэтому, чтобы получить признание у большей части аудитории, необходимо создать востребованную и инновационную идею.На данный момент, в России, мы можем наблюдать, что всё больше международных проектов находят в нашей стране не только поклонников, но и отечественных реализаторов.

Литература:

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики.

- URL: <http://www.gks.ru>

2. Официальный сайт журнала для предпринимателей - URL: <http://incrussia.ru>

3. Российская венчурная компания - URL: <http://rvc.ru>

4. Фонд микрофинансирования Краснодарского Края - URL: <http://fmkk.ru>

5. Берлин С.И. Конкурентный потенциал Российской Федерации как драйвер ее социально-экономического развития // Вестник Академии знаний. 2018. № 2 (25) С. 47-54.

6. Берлин С.И., Кравченко Н.П., Берлина С.Х. Актуальные вопросы формирования конкурентного потенциала в системе социально-экономического развития России // Современная научная мысль. 2018. № 1. 130-138.

УДК 748

*Рудковская А.С.,
студент 2 курса,
Финансовый университет при Правительстве РФ, Краснодарский филиал
Краснодар, Россия
e-mail: Alina.rudkovskaya.00@mail.ru*

*Научный руководитель:
Воробьева М.А.,
доцент, к.п.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ, Краснодарский филиал
e-mail: MAVorobeva@fa.ru*

Организационная культура как стратегический инструмент развития ВУЗа

Аннотация: В статье говорится о роли организационной и корпоративной культур в Финансовом Университете. Сравняется уровень развития организационной культуры в головном ВУЗе и филиалах. Рассматривается стратегия развития корпоративной культуры в Финансовом Университете Краснодарского филиала.

Ключевые слова: организационная культура, ценности, самоуправление.

*Rudkovskaya A.S.
student 2 course,
Financial University under the Government of the Russian Federation, Krasnodar branch
Krasnodar, Russia
e-mail: Alina.rudkovskaya.00@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Vorobeva M.A.
Doctor of Science (Politics), Docent
Financial University under the Government of the Russian Federation, Krasnodar branch
e-mail: vormar@bk.ru*

Organizational culture as a strategic tool for the development of the university

Abstract: The article talks about the role of organizational and corporate culture in the Financial University. The level of development of organizational culture in the head institution of higher education and branches is compared. The strategy of corporate culture development in the Financial University of the Krasnodar Branch is considered.

Keywords: organizational culture, values, self-government.

Организационная культура является основой, которая обеспечивает здоровье любой организации, как организма.

Она является неким иммунитетом, который спасает организм (организацию) от внешних и внутренних раздражителей, таких как конфликты и конкуренция.

Организационная культура помогает мотивировать всех участников, для того чтобы миссия компании выполнялась. Сплочение играет важную роль в отношениях между людьми в коллективе на всех уровнях. Чувство причастности к чему-то большему, дарит вдохновение для решения сложных задач и достижения более серьезных целей.

Организационная культура – это совокупность господствующих в организации ценностных представлений, норм и образцов поведения, определяющих смысл и модели деятельности ее членов. Первый фактор - это сплочение, оно способствует преодолению внутренних конфликтов, отлаженной внутренней и внешней организации, вовлеченности и правильному восприятию. Вторым фактором – это компоненты организационной культуры: нормы, стиль, традиции, миссия, система мотиваций, система ценностей и другие компоненты.

Цель представленного исследования заключается в том, что оно направлено на изучение и выявление отношения студенческой молодежи к традициям ВУЗа и символам учебного заведения, которые формируют организационную культуру. В свою очередь, культура ВУЗа является серьезным стратегическим инструментом, который может помочь мобилизовать творческую, научную, социальную инициативу обучающихся и преподавательского коллектива на развитие ВУЗа, обеспечить лояльность и облегчить межличностное общение. В этом состоит актуальность представленного исследования.

Развитие организационной культуры в Финансовом Университете Краснодарского филиала необходимо начинать с прививания ценностей и норм, но без командного духа эта стратегия вряд ли будет иметь успех. Ничто так не укрепляет коллектив, как традиции, которые необходимо формировать и сохранять, путем преемственности. Это могут быть целенаправленно созданные традиции или установленные стихийно в коллективе. В первом случае это усилит связь филиала с головным вузом, а во втором объединит коллектив филиала, подчеркнув его индивидуальность.

Традиции – это элементы культурного наследия, передающиеся от поколения к поколению и сохраняющиеся в определенном обществе в течение дли-

тельного времени. Без них культура не может являться целостной и в принципе невозможна.

Ценности Финуниверситета: команда, развитие, открытие для взаимодействия, осознанность, преемственность, фирменный стиль, миссия.

Миссия Финансового университета – подготовка глобально конкурентоспособных и адаптивных профессионалов, составляющих национальную кадровую элиту, для решения социально-экономических задач, стоящих перед нашей страной и международным сообществом [1].

В ходе исследования были выявлены, полюбившиеся студентам, традиции Финуниверситета. Одна из них – «Ректорская каша». Суть заключается в том, что в определенный день в году ректор за свой счет кормит всех желающих студентов кашей. Ещё одна традиция - «Дебют первокурсника». Это мероприятие традиционно проводится в конце осени для всех первокурсников. Первокурсники которые готовят выступления от своих факультетов. Мероприятие направлено на сплочение ребят, так как они могут проявить и реализовать себя творчески, найти друзей и эмоционально зарядиться. «Школа актива» - это традиционный проект Студенческого Совета (далее ССт), целью которого является привлечение первокурсников к деятельности ССт, где проходит обучение, формирование команд, передача ценностей и принципов работы. После этого мероприятия актив пополняется новыми людьми, и так на протяжении уже 15 лет. «Капсула времени» - традиция, когда выпускники пишут то, как они видят себя через 15 лет и складывают все в капсулу. По прошествии этого периода, выпускники встречаются, вскрывают капсулу, и происходит сопоставление ожидания и реальности, это стимулирует выпускников добиваться поставленных жизненных целей.

В Краснодарском филиале, несмотря на то, что активная студенческая жизнь началась только 5 лет назад (с открытием очной формы обучения) уже есть своя традиции. Это творческий вечер для первокурсников, по содержанию он схож с «Дебютом первокурсника», но менее масштабный. Вечер ко Дню Народного единства, на котором ребята рассказывают о традициях и обычаях национальностей представленных в нашем филиале, что непосредственно способствует сближению и объединению.

Исследование проходило посредством анкетирования, было проведено два опроса: один - для студентов головного вуза, другой - для студентов филиалов. Филиалы, участвовавшие в опросе: Владимирский, Краснодарский, Курский, Липецкий, Новороссийский, Омский, Орловский, Смоленский, Тульский, Ярославский.

Головной ВУЗ Филиалы Знаете ли Вы о традициях вашего Вуза? Считаете ли Вы, что традиции способствуют сплочению? Считаете ли Вы, что символы корпоративной культуры очень важны (общие ценности, логотип, мерч и т.д.)? Способствует ли преемственность традиций единству головного ВУЗа и филиалов?

Большинство студентов головного Вуза не знают о его традициях. В ходе исследования, нами были выявлены факторы, которые влияют на информиро-

ванность и вовлеченность студентов головного ВУЗа в организационную культуру:

1. Численность студентов головного ВУЗа превышает 50000 человек, что в разы больше численности студентов одного филиала. Объединить такое огромное количество людей очень сложно, ведь в Москву ребята съезжаются не только со всех уголков нашей страны, но и мира, в каждом городе люди живут по разному, у них свои устои и найти гармонию во всем это задача не из легких. В филиал, в свою очередь, большинство абитуриентов приезжают из ближайших населенных пунктов, либо она являются жителями города филиала. За счет этого студенты филиалов, могли расти, учиться вместе, либо заочно были знакомы, найти общий язык и преследовать одни цели им не доставит много трудностей. Именно поэтому все студенты филиалов, участвующие в опросе заявили, что традиции способствуют сплочению. Одинаковое количество людей ответили, что элементы корпоративной культуры имеют большую роль в ее развитии, потому что внешняя атрибутика нагляднее всего может помочь определить принадлежность к организации. Большинство студентов в обеих категориях согласились с тем, что преемственность традиций способствует сплочению и уже соблюдается в филиалах.

По результатам проведенного исследования был оформлен стенд по студенческому самоуправлению, где представлены такие элементы корпоративной культуры, как ценности, миссия, методичка по фирменному стилю, логотип Краснодарского филиала Финуниверситета (был разработан членами ССт), информация о нашем филиале в социальных сетях, структура и состав ССт, а также лист предложений мероприятий, на котором студенты смогут писать свои идеи. Информация размещенная на стенде играет не только интерактивную роль, но и образовательную, потому что студенты должны знать о своем университете как можно больше, необходимо начать с азов организационной культуры и продолжить развивать.

Литература:

1. Официальный сайт Финансового Университета при Правительстве РФ [Электронный ресурс: www.fa.ru (дата обращения: 20.04.2019)]

2. Муратова А.Р., Зинченко Н.В., Пахомова А.Ю. Теоретические основы и категориальный аппарат кросс-культурного менеджмента. Экономика и предпринимательство. 2016. ? 3-1 (68). С. 153-157.

3. Яхимович А.А., Пахомова А.Ю. Повышение конкурентоспособности управленческих решений предприятия. В книге: Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства материалы II международной научно-практической конференции. 2016. С. 502-503.

4. Воробьева М.А., Копылова Д.В. Молодежный центр как форма продвижения и реализации инновационных преобразований. В сборнике: Национальные экономики в условиях глобальных и локальных трансформаций. Сборник статей международной научно-практической конференции. Под ред. Г.Б. Клейнера, Х.А. Константиныди, В.В. Сорокожердьева. 2018. С. 29-34.

*Саламатина П.Н., Григорян А.Е.,
студенты 2 курса*

*Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
г. Краснодар, Россия
e-mail: polina.salamatina.99@mail.ru, aida99.99.99@mail.ru*

Научный руководитель:

Берлин С.И.,

доктор экономических наук, профессор

*Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
г. Краснодар, Россия
e-mail: siberlin@fa.ru*

Франшиза как потенциал развития бизнеса в России

Аннотация: В работе исследуется рынок франчайзинга в России и анализируются рейтинги лучших франчайзинговых компаний в различных отраслях промышленности и размеры необходимых инвестиций в форме инвестиций. Все эти направления являются неотъемлемой частью экономики страны, поэтому изучение такой проблемы сегодня считается важным и актуальным.

Ключевые слова: франшиза, франчази, франчайзинг, франчайзер.

*Grigoryan A.E., Salamatina P.N.,
students, 2 courses*

*Krasnodar branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: polina.salamatina.99@mail.ru, aida99.99.99@mail.ru*

Scientific Adviser:

Berlin C. I.

Doctor of Economics, Professor

*Krasnodar branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: siberlin@fa.ru*

Franchise as a potential for business development in Russia

Abstract: The paper studies the franchising market in Russia and analyzes the ratings of the best franchising companies in various industries and the size of the necessary investments in the form of investments. All these areas are an integral part of the country's economy, so the study of this problem is now considered important and relevant.

Key words: franchise, franchising, franchising, franchisor.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что франчайзинг сейчас очень популярен, и для многих предприятий франчайзинг стал символом успеха в бизнесе. Объектом исследования являются сети компаний, работающие в Российской Федерации по системе франчайзинга. Предметом исследования заключается в рассмотрении отдельных вопросов, сформулированных в качестве задач данного исследования.

Итак, франшиза – это передача права пользования брендом, то есть именем компании. Но франчайзи – покупатель франшизы – получает не только право использовать знаменитый бренд. Стоит отметить, что готовый бизнес по франшизе – один из самых надежных вариантов открытия собственного дела. Так, из десяти франчайзинговых компаний, восемь успешно пересекают пятилетний рубеж, продолжая приносить доход и развиваться.

Тем не менее, прежде чем вкладывать деньги в открытие бизнеса по франшизе, нужно изучить все преимущества и недостатки этой схемы.

У покупателя есть ряд обязательств перед франчайзером – от регулярных выплат роялти до четкого соблюдения условий предоставления бренда. Нередки случаи закрытия франчайзингового предприятия из-за того, что франчайзи не смог обеспечить должный уровень сервиса.

Прежде всего, следует определиться с бизнесом, который вам хотелось бы иметь. Ведь даже многие эксперты говорят, что выбирать лучше то дело, в котором человек разбирается и, которым интересуется, особенно если это первое предприятие.

Условия покупки франшизы:

- передача документации, лицензий, материалов для самой марки. На этом этапе франчайзер должен максимально довести покупателя до даты. Правообладатель разделяет стратегию развития, маркетинговые фишки, методы ведения бизнеса для выбранной франшизы и технологии;

- доработка всей документации. Если до этого момента еще не заключен договор аренды, это необходимо сделать на данном этапе. Также есть регистрация разрешений на проведение деятельности;

- следующий этап предполагает обустройство и оформление точки будущего, то есть франчайзер предоставляет дизайн-проект для оформления помещения (офиса);

- необходимо заключить договор на поставку оборудования, а также обсудить и правильно организовать все работы по его установке и монтажу.

- подбор и обучение персонала. Тщательно необходимо приблизиться к данному этапу, потому что успех дела будет в большей степени зависеть от подопечных;

- необходимо проверить и подписать все договоры с поставщиками сырья и товаров.

Итак, мы подошли к финальной точке – непосредственно открытию бизнеса. На данном этапе производство должно быть запущено, а предприятие открыто.

Теперь дело за малым – необходимо раскрутить свою точку или предприятие. Маркетинговый план, конечно, в помощь. Не стоит пускать этот этап на самотек, ведь реклама, как известно, двигатель торговли. Сам факт покупки франшизы уже делает шансы на успех довольно высокими – люди охотнее вкладывают средства в раскрученные бренды, чем в стартапы, чью успешность никто не может гарантировать.

В сущности, принцип франчайзинга заключается в том, что крупная известная компания позволяет частному предпринимателю открыть бизнес под

видом рекламируемого бренда, оказывая ему поддержку, а предприниматель, франчайзи платит компании деньги - сначала первоначальный взнос, и тогда - роялти, то есть определенный процент. Любой, кто заинтересован в приобретении франшизы, должен решить, приемлемы ли такие отношения для него. Франшиза делает дополнительные деньги для распространения бизнеса. Франчайзинг открывает возможности для быстрого расширения на новом рынке и укрепления его репутации на существующем рынке. Увеличение количества уплаченных взносов позволяет франчайзеру быстро и эффективно развиваться на рынке. Именно франчайзи приносит название франшизы на новый рынок. Каждый отдельный франчайзер получает огромные преимущества на всем рынке, потому что франчайзи, быстро расширяясь на новом рынке и инвестируя в развитие этого бизнеса в новых городах, создают широкую деловую сеть, для развития которой у франчайзера никогда не будет достаточно денег.

В первую очередь, успех франчайзинговой компании во многом зависит от проверки и прибыльности бизнес-концепции. Франчайзер разрабатывает свою бизнес-концепцию и доказывает свою прибыльность на примере собственных магазинов. Франчайзер делится своим опытом со всеми франчайзи системы, давая им возможность вести свой бизнес так же успешно. Поэтому, если компания хочет выяснить, можно ли превратить свой бизнес в успешную франшизу, она должна узнать, насколько успешной была эта трансформация в другом, похожем бизнесе.

Также следует обратить внимание и на покупку франшизы. Итак, для покупки франшизы необходимо сначала определиться с нишей. Существует огромное количество возможностей открытия собственного дела в любой сфере, поэтому нужно внимательно изучить каталог франшиз и выбрать именно ту, которая ближе и понятнее для покупателя. При грамотном подходе, бизнес по договору франчайзинга позволит быстро и без особых усилий выйти на рынок и будет приносить хорошие дивиденды, а также легко ориентироваться среди огромного разнообразия предложенных франшиз.

В российском законодательстве франчайзинговые отношения регулируются договором коммерческой концессии. В России есть очень благодатная основа для франчайзинга, главное - направить этот бизнес в правильном направлении и заручиться поддержкой государства. Это может значительно улучшить экономическое состояние страны, а также повысить уровень жизни людей в несколько раз.

Единственным нормативным документом, регулирующим франчайзинг в России, является 54 глава Гражданского кодекса Российской Федерации. Российская ассоциация франчайзинга разработала предложения по изменениям и дополнениям в главу 54 ГК РФ, которые снимают и негативные положения. Эти предложения обсуждены и одобрены многими франшизными компаниями, работающими на российском рынке.

При анализе деятельности предприятий, применяющих франчайзинг для развития бизнеса, в первую очередь следует учитывать, что мировой опыт применения франчайзинга насчитывает более 100 лет, в России же он только начинает свое развитие. Начало использования франчайзинга было обусловлено

становлением на российском рынке цивилизованных отношений, что с необходимостью требовало применения новых методов ведения бизнеса. Активное развитие данной формы ведения бизнеса началось лишь около пяти лет назад.

Надо сказать, что уже очевидно влияние финансового кризиса на доходы крупнейших ресторанных сетей мира, и это выглядит вполне логично, так как из-за кризиса, который повлиял, не очень положительно, люди стали больше внимания уделять своим расходам и сокращать размер своих «чеков» в фаст-фудах и ресторанах. Но при этом франчайзинг рассматривается для некоторых сетей сегодня как единственный выход из сложной финансовой ситуации [4]. Особенно активность на рынке ресторанного франчайзинга стали проявлять небольшие фирмы на национальных рынках.

Однако не все франчайзеры бросают своих партнеров на растерзание финансовому кризису. Некоторые крупные компания, например Papa John's International Inc, сокращают размер роялти, цены на товары и предоставляют выборочные отсрочки на другие лицензионные платежи. Также компания стала применять участие в финансировании некоторых франчайзинговых проектов и выкупку «безнадежных» партнерских ресторанов.

Для прогнозирования франчайзинга России в будущем, обратимся к portalу Buybrand.ru, который представляет третью часть исследования, посвященного развитию франчайзинга. Несмотря на падение уровня доходов, в крупных российских городах останется мода на здоровое питание и здоровый образ жизни – а значит, есть перспективы появления новых франшиз в этом сегменте, прогнозирует Екатерина Сойак, генеральный директор компании EMTG, организатор выставок BUYBRAND.

Таким образом, развитие франчайзинга в России постепенно переходит в стадию бурного роста. Скорее всего, спрос на общепит будет расти по-прежнему, несмотря на насыщенность рынка во многих регионах. А также будет прогрессировать большой интерес в сегменте детского развития и досуга, к онлайн-сервисам, включая онлайн-страхование и онлайн-обучение, так как онлайн отрасль активно развивается, очень много людей используют онлайн-обучение, поэтому и не исключено активное развитие франшиз в данном направлении.

Франшизы 2019 года для малого и среднего бизнеса купить сегодня возможно практически в любой сфере. Существуют как именитые международные франшизы, так и российские региональные франчайзинговые сети. Выбрать подходящую франшизу можно, имея даже минимальную сумму инвестиций. Рассматривая интересную идею для бизнеса, обязательно надо сравнить ее с конкурентными предложениями для того, чтобы получить полное представление о покупке франшизы в данной нише.

Таким образом, принцип франчайзинга заключается в том, что крупная известная компания позволяет частному предпринимателю открыть бизнес под видом рекламируемого бренда, оказывая ему поддержку, а предприниматель, франчайзи платит компании деньги - сначала первоначальный взнос, и тогда – роялти.

Франшизы 2019 года для малого и среднего бизнеса купить сегодня воз-

можно практически в любой сфере. Существуют как именитые международные франшизы, так и российские региональные франчайзинговые сети. Выбрать подходящую франшизу можно, имея даже минимальную сумму инвестиций. Рассматривая интересную идею для бизнеса, обязательно надо сравнить ее с конкурентными предложениями для того, чтобы получить полное представление о покупке франшизы в данной нише.

В России есть очень благодатная основа для франчайзинга, главное - направить этот бизнес в правильном направлении и заручиться поддержкой государства [5]. Это может значительно улучшить экономическое состояние страны, а также повысить уровень жизни людей в несколько раз. По нашему мнению, направление франчайзинга в нашей стране стоит развивать, так как, это дает возможность людям зарабатывать, как франчайзеру, так и франчайзи. Тем более если компания развивается быстрыми темпами, у неё есть спрос, есть потребитель, людям нравятся этот товар или услуга удовлетворяет потребительские желания. Следовательно, при увеличении количества таких организаций, мы увеличиваем скорость оборота денег в экономике, а, следовательно, ВВП страны растет, что является хорошим показателем. Также, благодаря постоянному циркулированию денег, бюджет страны пополняется за счет налогов, и экономика растет.

Литература:

1. <https://www.buybrand.ru/> - Портал о франчайзинге и партнерском бизнесе
2. <https://franshiza.ru/franchise/read/mixit/> - Франшиза магазина косметики MIXIT.
3. <https://franshiza.ru/franchise/read/BurgerCLUB/> - Франшиза ресторана BurgerCLUB.
4. Берлин С.И. Конкурентный потенциал Российской Федерации как драйвер ее социально-экономического развития // Вестник Академии знаний. 2018. № 2 (25) С. 47-54.
5. Берлин С.И., Кравченко Н.П., Берлина С.Х. Актуальные вопросы формирования конкурентного потенциала в системе социально-экономического развития России // Современная научная мысль. 2018. № 1. 130-138.

УДК 330.356

*Туйсузов Д.Ю.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: David.Davidov.David@yandex.ru*

*Научный руководитель:
Андреев С.Ю.,
доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: acu-25@mail.ru*

Аутсорсинг и его роль в современной экономике

Аннотация: В данной статье рассматривается аутсорсинг как экономическое явление. На основании проведенных экономических исследований, были сделаны выводы о роли аутсорсинга в развитии современной экономике, рассмотрен зарубежный и отечественный опыт практического использования аутсорсинга.

Ключевые слова: аутсорсинг, предпринимательство, аутсорсинговые услуги, современная экономика.

*Tuysuzov D.Y.,
student, 1 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: David.Davidov.David@yandex.ru*

*Scientific Adviser:
Andreev S.Y.,
associate professor departments «Management and marketing»
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: acu-25@mail.ru*

Outsourcing and its role in the modern economy

Annotation: This article discusses outsourcing as an economic phenomenon. On the basis of economic research, conclusions were made about the role of outsourcing in the development of modern economy, considered foreign and domestic experience of practical use of outsourcing.

Keywords: outsourcing, business, outsourcing services, modern economy.

Относительно недавно на российском рынке появился новый подход к организации деятельности компании – аутсорсинг, который является универсальным инструментом для снижения издержек производства и рационализации деятельности фирмы. Аутсорсинг представляет собой делегирование части полномочий сторонним фирмам [1]. Его применение позволяет освободить часть ресурсов компании, которые были направлены на обеспечение вспомогательных бизнес-процессов, и сконцентрироваться на основном производстве [3]. Таким образом, фирма имеет возможность поддерживать производство на достойном уровне согласно новым технологиям и предоставлять качественные товары и услуги, тем самым удовлетворяя спрос потребителей.

Аутсорсинг является новым и прогрессивным видом услуг на российском рынке. В то время как в зарубежных странах данный процесс получил широкое распространение, в России аутсорсинг постепенно формируется и укрепляет свои позиции. Ключевыми факторами, которые способствовали развитию рынка аутсорсинга в России стали: желание сократить издержки и повысить конкурентоспособность предприятия, отсутствие возможности иметь собственный штат с высококвалифицированными специалистами. К сожалению, в России

множество компаний при попытке заключения соглашений об аутсорсинге терпят неудачу [5]. Это обусловлено, прежде всего, недостатком опыта и информации у руководителей организаций и отсутствием понимания конечного результата, который должен быть достигнут по истечении срока договора. Определенным препятствием также является отсутствие в российском законодательстве нормативных положений об аутсорсинге как об отдельном виде деятельности.

В западных странах в условиях сильной конкуренции именно заказчик вынужден искать квалифицированных специалистов для решения определенных бизнес задач. В России бизнес не настолько развит и именно подрядчик занимается активным предложением своих услуг. Данный факт можно объяснить тем, что российские заказчики испытывают недоверие к поставщикам услуг, сомневаются в их профессионализме и способности выполнять поставленные задачи.

В России наиболее развит рынок IT-аутсорсинга, что связано, прежде всего, с высокой квалификацией отечественных специалистов и стремлением организаций улучшить информационную сферу бизнеса. Лидерами на рынке IT-аутсорсинга являются такие компании, как «КРОК», «СБСистем», «Optimaservices». Заказчиками IT-аутсорсинга являются нефтегазовый и финансовый сектор, телекоммуникационные и социальные организации, транспорт, торговля, логистика [2].

Значительные позиции на рынке России занимает аутсорсинг учетных функций, который подразумевает составление налоговых и бухгалтерских отчетов, ведение бухгалтерского учета, кадровый учет. Лидерами в учетном сегменте являются компании «Интеркомп» и «БДО Юникон». Основными потребителями услуг данного вида являются крупные предприятия и иностранные организации, так как малый и средний бизнес в основном использует собственные ресурсы.

Таким образом, рынок аутсорсинга в России еще находится в стадии формирования. Многие производители начинают понимать эффективность аутсорсинга и многогранность его применения.

Всемирно известные компании активно применяют аутсорсинг в своей деятельности. Например, «Ford» заказывает больше половины комплектующих деталей у сторонних производителей. Компания «ИКЕА» пользуется услугами более 12000 поставщиков, весь процесс производства и логистика основаны на аутсорсинге. Одна из самых известных компаний по производству спортивной одежды – «Nike» полностью передала функции производства внешним подрядчикам из различных стран, сконцентрировав тем самым основные силы на дизайне и маркетинге.

Очень активно применяют аутсорсинг крупные организации с численностью более 1000 человек. Как правило, данные компании ведут свою деятельность в инновационном (применение IT-технологий), финансовом секторе или в сфере обслуживания. Главным мотивом для использования аутсорсинга у крупных компаний выступает желание сконцентрировать ресурсы на основном бизнесе [4].

Одним из классических примеров применения аутсорсинга в промышленности является автомобильное производство в Японии. Приблизительно 70% необходимых деталей компании закупают у внешних подрядчиков, а около 30% составляет собственное производство комплектующих деталей. По оценкам специалистов емкость рынка аутсорсинговых услуг в Японии составляет чуть больше четверти от рынка США. Наиболее активными потребителями данного типа услуг выступают страховые и финансовые компании.

На китайском рынке наиболее развит производственный аутсорсинг. Крупные компании сокращают затраты на оплату труда путем аутсорсинга. Тем не менее, дешевая продукция должна отвечать стандартам качества и проходить проверку различных инспекций. Соответственно, аутсорсинг в Китае требует четко проработанной договорной основы и внимательного изучения деятельности потенциальных партнеров - аутсорсеров.

Аутсорсинг находит широкое применение и в Европе. Многие британские и французские компании используют аутсорсинг для информационного обслуживания и ведения бухгалтерского учета. Также Правительство Великобритании пользуется аутсорсинговыми услугами для ведения информационных систем налоговых ведомств. В Германии, несмотря на отставание от США и Великобритании, объем рынка аутсорсинга стремительно растет. В настоящее время более 80% организаций имеют опыт работы с аутсорсерами.

Исходя из приведенных данных, можно сделать вывод о том, что аутсорсинг как стратегия управления используется достаточно активно ведущими компаниями мира. Такие известные производители, как «Dell», «British Petroleum», «Ford», «Procter&Gamble» добились высоких экономических показателей, значительно увеличили прибыль и минимизировали издержки благодаря передаче части бизнес-процессов внешним подрядчикам, то есть, активному применению аутсорсинга [1].

Поскольку современный бизнес характеризуется изменением позиций потребителя, возрастанием конкуренции за обладание ресурсами и интернационализацией успех деятельности компании зависит от способности руководства принимать верные стратегические решения. Аутсорсинг как бизнес-решение определенно требует внимания со стороны производителей, ведь в постоянно развивающихся рыночных условиях данный процесс позволяет повысить рентабельность бизнеса, минимизировать издержки без утраты качества продукции.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что востребованность и значимость аутсорсинга в современной экономике неоспорима. На наш взгляд, главным направлением экономической политики в данном вопросе должно быть создание благоприятных институциональных условий для развития аутсорсинга в российской экономике, что позволит усилить положительные тенденции развития отечественного предпринимательства, повысить положительные синергетические эффекты от использования аутсорсинга в реальном секторе экономики.

Литература:

1. Аникин Б.А., Рудая И.Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 330 с.
2. Грекул, В.И. Организация ИТ-аутсорсинга - Москва: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 200 с.
3. Дубицкий, Л.Г. Аутсорсинг и качество продукции и услуг. Взгляд на проблему - Москва: АСМС, 2013. - Ч. 1. - 296 с. [Электронный ресурс]. Режим доступ <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=230525> (Дата обращения: 10.01.2019).
4. Дубицкий, Л.Г. Аутсорсинг и качество продукции и услуг. Взгляд на проблему - Москва: АСМС, 2013. - Ч. 2. - 254 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=230526> (Дата обращения: 10.01.2019).
5. Проблемы малого и среднего бизнеса в России / Андреев С.Ю., Самсонов В.А. // Всероссийская научно-практическая конференция по итогам 2014 года. Материалы всероссийской заочной научно-практической конференции по экономике и гуманитарным наукам. – 2014. – С. 14-17.

УДК 005.87

*Эскиндарова Д.А.,
студент 2 курса,
Финансовый университет при Правительстве РФ, Краснодарский филиал
Краснодар, Россия
d.eskindarova@yandex.ru*

*Рубин А.Г.,
к.э.н., доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ, Краснодарский филиал
e-mail: AGRubin@fa.ru*

Проекты, ориентированные на качество: особый вид проекта

Аннотация: В статье рассмотрена проблема проектного управления в части проектов ориентированных на качество, как особого их вида, практически не изученного в современной литературе. Приведены примеры таких проектов из абсолютно разных сфер деятельности, описаны их специфические свойства и особенности. Дана обобщенная характеристика данных проектов и сделаны соответствующие выводы.

Ключевые слова: проект, качество, цель, этап, риск.

*Eskindarova D.A.
student 2 course,
Financial University under the Government of the Russian Federation, Krasnodar branch
Krasnodar, Russia
d.eskindarova@yandex.ru*

*Scientific Adviser:
Rubin A.G.
Doctor of Science (Economics), Docent*

Quality-oriented projects: a special kind of project

Abstract: The article deals with the problem of project management in the part of quality-oriented projects as a special kind of them, practically not studied in modern literature. Examples of such projects from absolutely different spheres of activity are given, their specific properties and features are described. The generalized characteristic of these projects is given and the corresponding conclusions are drawn.

Keywords: project, quality, purpose, stage, risk.

В последние годы проектный подход к управлению завоевывает все большую популярность среди российских компаний. И это неудивительно, ведь современное стремительное развитие общества требует от организации поиска новых возможностей, интеллектуальных усилий и творчества. В таких условиях текущая операционная деятельность не может обеспечить требуемый результат. И как раз здесь на помощь приходит проект – временное предприятие, нацеленное на создание уникальных продуктов, услуг или результатов.

Существует много разных точек зрения на проект и управление проектом, но все теоретики и практики сходятся в одном: можно выделить три основных критерия, на которые в различной степени ориентирован каждый из проектов – это стоимость проекта, сроки его реализации и качество конечного продукта проекта.

Как показывает практика, большинство реализуемых проектов ориентировано на стоимость. И это понятно, ведь если есть возможность потратить меньше, то почему бы этого не сделать.

Другая часть проектов ориентирована на сроки. Как правило, такие проекты связаны с определенными мероприятиями, дату начала которых невозможно или очень сложно перенести (конечно же, сразу на ум в качестве примера такого проекта приходит Олимпиада или Чемпионат мира по футболу). Таких проектов тоже немало, поскольку различные мероприятия такого рода происходят достаточно регулярно и в немалом количестве.

А вот если мы захотим привести примеры проектов, где приоритетным ориентиром является качество, то вряд ли у нас получится составить достаточно большой их список. Другими словами, проект, ориентированный на качество, – достаточно редкий вид проекта, к тому же, как мы увидим далее, имеющий серьезные специфические особенности, отличающие его от всех остальных. Кроме того, если обратиться к исследованиям в этой области, то мы практически не найдем на эту тему никакой информации.

Именно поэтому, нам представляется достаточно актуальным рассмотреть этот вопрос, взяв для примера несколько таких проектов из совершенно разных областей деятельности, изучить их особенности, выявить общие характеристики, а также специфические отличия от проектов, ориентированных на стоимость и сроки.

Рассмотрим вначале одну из самых серьезных отраслей – космическую. Естественно, что каждый проект по строительству и запуску космической ракеты – это проект, ориентированный на качество. Например, мы неоднократно наблюдали перенос сроков запуска ракеты по различным причинам, а попытки снизить стоимость в ущерб качеству здесь всегда будут приводить к серьезным проблемам в проекте (один из наглядных примеров – падение ракеты из-за низкого качества электроники).

Таким образом, с точки зрения ориентира на качество, основной целью данного проекта является безопасный запуск ракеты и вывод пилотируемого корабля на орбиту с максимальной степенью вероятности и минимальным риском для жизни членов экипажа.

Мы можем выделить два ключевых этапа данного проекта: подготовка и реализация. Не следует путать данные этапы с фазами проекта (инициирование, планирование, реализация и завершение). В данном контексте, говоря о подготовке, мы имеем ввиду все работы, связанные с созданием ракеты, а говоря о реализации – с ее запуском.

Ведущим российским предприятием, осуществляющим проектирование и строительство ракет-носителей и космических аппаратов, является РКЦ «Прогресс», расположенный в г. Самаре. После подготовки и утверждения эскизного проекта, разработки конструкторской документации предприятие приступает к производственному этапу проекта. Это очень сложный процесс и его, конечно невозможно полностью описать в рамках данной статьи. Укрупненно, процесс включает строительство и монтаж двух или трех ступеней, бортовой аппаратуры, элементов пневмо-гидросистемы и др. [1] После сборки происходит ее обязательный многосторонний контроль, а затем – контрольно-испытательные мероприятия как отдельных элементов ракеты, так и всего объекта в целом, что обеспечивает нам конечный ориентир на качество проекта. Другой составляющей качества является система безопасности и аварийного спасения экипажа, которой в обязательном порядке оснащаются все пилотируемые ракеты-носители.

Рассмотрим далее этап реализации, т. е. запуска ракеты. Основной стартовой площадкой здесь является полигон Байконур, расположенный в Казахстане.

Ракета вывозится из здания монтажно-испытательного комплекса. При этом осуществляется непрерывный процесс термостатирования – некоторые узлы ракеты должны всё время находиться при определённой температуре, поэтому их подключают к специальному вагону обеспечения. Поездка ракеты до стартовой площадки занимает несколько часов. Далее происходит вертикализация – специальное устройство переводит ракету в вертикальное положение, где её подхватывают силовые балки. Далее работу осуществляют десятки специалистов, всё время до старта занимающихся подготовкой носителя к запуску [2].

В день вылета по очереди космонавты ложатся в специальный ложемент, где специалисты тщательнейшим образом проверяют все системы жизнедеятельности. За полчаса до старта от ракеты отходят технологические фермы, ракета по-прежнему удерживается в воздухе только за счёт силовых балок. После

старта полет до выхода на орбиту длится около десяти минут. Здесь присутствуют наиболее серьезные риски для космонавтов – именно этот период в наибольшей степени определяет уровень качества проекта. Причем, о качестве мы можем говорить даже в случае аварии, поскольку здесь его уровень будет определяться тем, насколько четко и надежно сработала система спасения (т. е., проще говоря, остались ли живы и здоровы космонавты).

Теперь рассмотрим совершенно другую область деятельности – банковскую, которая имеет не менее важное значение для нашей жизни, чем освоение космоса. В последнее время здесь, как и во многих других областях, происходят кардинальные изменения, связанные с развитием интернета и информационных технологий. И тут очень актуальным и перспективным направлением является внедрение интернет-банкинга в деятельность конкретного банка. Внедрение данного проекта дает клиентам возможность проводить платежи практически в реальном режиме времени, оплачивать коммунальные услуги, пополнять платежный баланс, быстро и безопасно оплачивать товары и многое другое. Для банка обслуживание клиентов в режиме онлайн – выгодный способ сэкономить на издержках обслуживания: не нужно организовывать дополнительные рабочие места с низкой проходимостью клиентов [3].

Здесь, как и в космическом проекте, несмотря на совершенно разные объекты и сферу применения, также можно выделить два этапа: подготовку – работы, связанные с разработкой или приобретением программного обеспечения, и реализацию – непосредственное внедрение интернет-банкинга в деятельность банка.

На этапе разработки (приобретения) программы ключевым, с точки зрения качества, является обеспечение ее характеристик, связанных с надежностью выполнения операций и безопасностью хранения информации. Для этого разработчиком в программу закладывается ряд алгоритмов, таких как двойная аутентификация, системы одноразовых динамических SMS-паролей, дополнительные списки одноразовых паролей или аппаратные ключи, защищенное протоколом SSL-соединение и др.

На этапе запуска и в процессе функционирования интернет-банкинга возникает ряд угроз, связанных с атакой со стороны злоумышленников на финансовые данные клиентов:

1. заражение компьютера жертвы троянскими программами (кейлоггеры, скринлоггеры и т. д.), используемыми для перехвата вводимых данных;
2. использование методов социальной инженерии – фишинговые атаки через электронную почту, веб-сайты, социальные сети и т. д.;
3. технологические атаки (сниффинг, подмена DNS/Proxy-серверов, подмена сертификатов и т. д.).

С целью снижения этих рисков в систему банк – клиент дополнительно включают защитные программы, выполняющие функции как антивируса, так и различных инструментов безопасных платежей (изолированные виртуальные среды для онлайн-операций), а также сканер уязвимостей, веб-защиту с проверкой ссылок, блокировку вредоносных скриптов и всплывающих окон, защиту данных от перехвата (антикейлоггеры), виртуальную клавиатуру.

Данные меры, в конечном итоге, позволяют достичь требуемого уровня качества проекта, несмотря на дополнительные затраты времени и денег. Но это тот случай, когда экономия на затратах может привести к непоправимым последствиям, таким как взлом системы и кража информационных и финансовых ресурсов. Это нанесет как материальный, так и имиджевый ущерб банку и может привести к его банкротству.

Для того, чтобы окончательно выявить общие закономерности, присущие проектам, ориентированным на качество, рассмотрим пример из совершенно другой области – искусства, а именно – кинематографии.

Наиболее интересным примером здесь представляется проект по производству уникального в своем роде немецкого кинофильма «Виктория», вышедшего в 2015 году. Его особенностью является то, что он был полностью отснят одним непрерывным дублем. На премьере на 65-ом берлинском фестивале фильм получил награду за выдающиеся художественные достижения. По сюжету девушка из Испании по имени Виктория перебравшаяся в Берлин пару месяцев назад. Покидая клуб в 4 часа утра она знакомится с 4-мя немцами, которые обещают показать ей «настоящий Берлин». они просят ее помочь с одним делом, а девушка и не подозревает, что это ограбление банка [4].

Также, как и в предыдущих, в данном проекте можно выделить два этапа.

Этап подготовки – первое, за что взялись создатели фильма, это концепция, на разработку которой ушла большая часть времени всего проекта. В силу специфики съемки одним дублем был написан короткий сценарий на 12 страниц. Это отразилось на диалогах, которые по большей части были импровизацией актеров.

Для обеспечения необходимого качества – удачной съемки одним дублем – была проведена колоссальная подготовительная работа, связанная с репетициями как актерской игры, так и работы оператора, осветителей и многих других членов съемочной группы.

На этапе реализации проекта во время съемок оператору ассистировали 3 ассистента режиссера и 6 групп звукозаписи на площадке. Тем не менее, первые два дубля оказались не слишком удачные, и только третий, отснятый 27 апреля 2014 года с половины пятого до семи утра, был выбран в качестве окончательного. Таким образом, как видим, несмотря на очень серьезную предварительную подготовку, проект все равно предусматривал возможность дублирования съемки.

Таким образом, проведенный анализ проектов позволяет обобщить рассмотренную информацию и свести ее в таблицу.

Таблица 1– Обобщенная характеристика проектов, ориентированных на качество

Проект	Этап подготовки		Этап реализации	
	Содержание этапа	За счет чего обеспечивается качество	Содержание этапа	За счет чего обеспечивается качество
Строительство и запуск космической ракеты	Проектирование и строительство ракеты-носителя	–многосторонний контроль процессов; –контрольно-испытательные мероприятия; –система безопасности и аварийного спасения экипажа	Запуск ракеты-носителя	–подготовка специалистами носителя к запуску; –срабатывание системы аварийного спасения
Внедрение интернет-банкинга	Разработка (приобретение) программного обеспечения	–алгоритмы, обеспечивающие надежность выполнения операций и безопасность хранения информации	Запуск и функционирование интернет-банкинга	–включение защитных программ, снижающих риски атак со стороны злоумышленников на финансовые данные клиентов
Производство кинофильма «Виктория»	Подготовка к съемке	–подготовительная работа – репетиции; –возможность съемки нескольких дублей	Съемки фильма	–высокопрофессиональная работа актеров, оператора, помощников; –съемка нескольких дублей для выбора окончательного

По данным таблицы можно сделать следующие выводы:

1. Каждый проект, ориентированный на качество можно разделить на два этапа: подготовительный и этап реализации.
2. На подготовительном этапе высокий уровень качества конечного результата проекта формируется за счет обеспечения качества создаваемых на данном этапе его составных элементов, а также за счет заранее предусмотренного механизма снижения риска потери качества.
3. На этапе реализации высокий уровень качества конечного результата проекта формируется за счет высокопрофессиональной работы его участников, а также гибкого реагирования и дублирования результата в случае реализации негативного сценария.

Выявленные нами особенности принципиально отличают проекты, ориентированные на качество от других видов проектов. Такое серьезное отличие не может не сказаться и на подходах к управлению такого типа проектами. Поэтому нам представляется целесообразным выделить данное направление в отдельный раздел проектного менеджмента и продолжить более глубокое развитие этой темы.

Литература:

1. Дорога в космос: как происходит запуск ракеты с Байконура [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://life.ru/t/наука/1100642/dorogha_v_kosmos_kak_proiskhodit_zapusk_rakiety_s_baikonura (дата обращения: 20.03.2019).

2. Как это работает: космические ракеты [Электронный ресурс] // Наука и техника. – Режим доступа: <https://vseonauke.com/1349245705056422430/kak-eto-rabotaet-kosmicheskie-rakety> (дата обращения: 20.03.2019).

3. Внедрение интернет-банкинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vuzlit.ru/60591/vnedrenie_internet_bankinga (дата обращения: 20.03.2019).

4. По местам съемок фильма «Виктория» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://boris-gouts.livejournal.com/853713.html> (дата обращения 20.03.2019).

Раздел 5

БИЗНЕС И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

УДК 004

Анисимова М.Р.,

студент 4 курса

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: mariaanisimova21@mail.ru

Научный руководитель:

Кирий В.А.,

ст.преподаватель, к. ф.-м. н.

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: vladimir@kiriy.ru

Разработка мобильной информационной системы передачи данных показаний приборов учёта для контролирующих организаций

Аннотация: В статье описаны основные бизнес-процессы и особенности разработки мобильной информационной системы передачи данных показаний приборов учёта для контролирующих организаций. В работе представлен обзор рынка мобильных приложений, на основе которого разработаны предложения по составу оптимального функционала мобильного приложения.

Ключевые слова: контролер водопроводного хозяйства, мобильное приложение, водоканал.

Anisimova M.R.,

Student of 4 course

Financial University under the Government of the Russian Federation (KF)

Krasnodar, Russia

e-mail: mariaanisimova21@mail.ru

Scientific Adviser:

Kiriy V.A.,

Candidate of Physico-Mathematical Sciences

Financial University under the Government of the Russian Federation (KF)

Krasnodar, Russia

e-mail: vladimir@kiriy.ru

Development of mobile information system of meter readings' data transmission for controlling organizations

Annotation: The article describes the main business processes and development's features of data transmission gathered by metering devices for controlling organizations. This work presents an overview of the mobile applications' market, on the basis of which developed proposals for the composition of the optimal mobile application functionality.

Keywords: supervisor of water-supply canal, mobile application, water canal.

Предприятия водопроводно-канализационного хозяйства предоставляют услуги водоотведения и водоснабжения и играют одну из ключевых ролей в процессе жизнеобеспечения населения. Согласно законодательству здания и прочие объекты должны быть оснащены приборами учета. Осуществлением деятельности по сбору и передаче данных показаний занимаются контролеры водопроводного хозяйства [1].

Снятие показаний счетчиков, формирование актов, претензионная работа, проведение расчетов за использованную воду – функции контролеров. Ежедневная нагрузка – 10 лицевого счетов. Ведомость обхода выдается в бумажном виде и рассчитана на один календарный день. С 1 по 24 числа месяца – контролер выполняет задания, а с 25 по 30 – осуществляет деятельность по переносу показаний в систему. Функции старшего контролера: постановка задачи, назначение ответственного и контроль исполнения.

Необходимо преобразовать неавтоматизированный сегмент отдела по работе с населением. Использование мобильной информационной системы позволит обслуживать большее количество абонентов, повысить качество оказываемых услуг и снизить затраты ресурсов [2].

Действия, составляющие бизнес-процесс «Деятельность контролеров», которые необходимо автоматизировать: сбор показаний приборов учета (обращение в главный офис, выдача и получение задания, формирование и сдача отчетности, отметка в журнале «Задание контролеру»); формирование и выдача задания (заполнение журнала «Задание контролеру», выдача задания); выполнение задания (ручное построение оптимального маршрута, фиксация показаний приборов учета на бумажном носителе, оформление актов выполненных работ); перенос данных в специализированное приложение.

На рисунке 1 изображена диаграмма, отображающая временные затраты контролеров водопроводного хозяйства в процентном соотношении. Время, затрачиваемое на обход абонентов, увеличится более чем в 2 раза, что даст возможность обслуживать большее количество физических лиц.

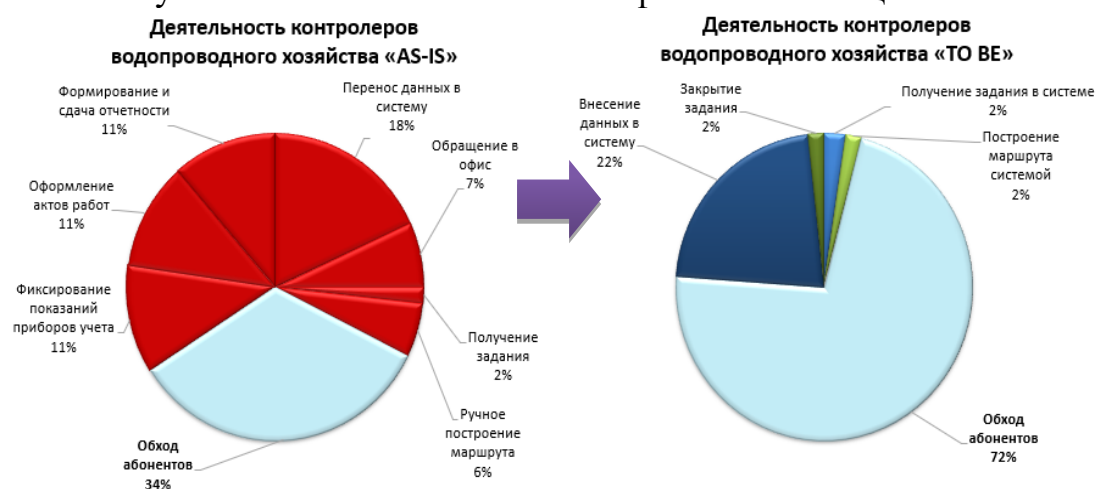


Рисунок 1 – Деятельность контролеров водопроводного хозяйства моделей «AS-IS» и «TO BE»

SWOT-анализ бизнес-процесса деятельности контролеров «AS-IS» представлен на рисунке 2. Методика заключается в выявлении сильных и слабых сторон бизнес-процесса, поиске потенциальных улучшений и определений угроз.

	Положительное влияние	Отрицательное влияние
Внутренняя среда	<p>Сильные стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие квалифицированных кадров. 2. Независимость процесса от смены ответственного (контролера водопроводного хозяйства). 3. Грамотное распределение должностных обязанностей. 	<p>Слабые стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Нерациональный расход ресурсов. 2. Большое количество "ручных" операций. 3. Низкая степень автоматизации. 4. Процесс оформления и сдачи отчетности не имеет строгой нормативной регламентации. 5. Отсутствует промежуточный контроль и анализ деятельности структурных единиц. 6. Низкая степень адаптации процесса к изменяющимся условиям. 7. Нет системы измерения показателей эффективности процесса.
Внешняя среда	<p>Возможности</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Повышение эффективности деятельности контролеров за счет внедрения мобильной информационной системы. 2. Снижение накладных расходов. 3. Сокращение сроков обслуживания абонентов за счет дальнейшей автоматизации. 4. Увеличение количества обслуженных абонентов за счет дальнейшей автоматизации. 	<p>Угрозы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Большая вероятность отсутствия абонентов в квартире. 2. Высокая зависимость от личностей исполнителей процесса. 3. Увеличение количества неплательщиков вследствие отсутствия своевременного контроля правильности работ водомерных счетчиков.

Рисунок 2 – SWOT-анализ бизнес-процесса деятельности контролеров «AS-IS»

Передача показаний приборов учета и взаимодействие между структурными единицами являются неэффективными процессами, так как оформление документации, результатов по сбору показаний приборов учета, а также отчетности перед руководящем звеном предприятия выполняются контролером вручную, занимает большое количество времени (см. рисунок1).

Рынок мобильных информационных систем для контролирующих организаций представлен следующими мобильными приложениями: «Личный кабинет контролера», «Мобильный обходчик», «Мобильный контролёр», «Бизнес-ФЛ мобильный» и «Контролеры». Спектр функционала исследованных мобильных приложений представлен на рисунке 3 в виде лепестковой диаграммы.

Согласно диаграмме, изображенной на рисунке 3, мобильные системы решают менее 50% задач, стоящих перед контролерами при обходе (в основном базовый функционал), что является достаточным основанием для востребованности предлагаемой системы, которая будет построена на основе видения перспективной структуры бизнес-процессов предприятия и удовлетворять требованиям по целевым значениям показателей эффективности [3].

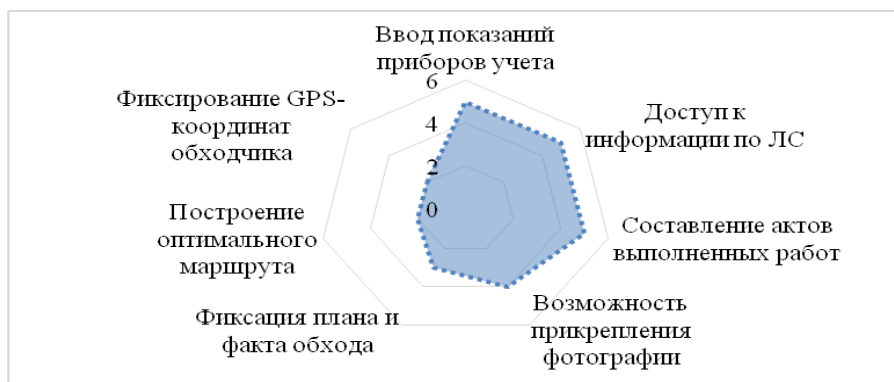


Рисунок 3 – Функциональный состав исследованных мобильных информационных систем

На рисунке 4 представлен шаблон бизнес-модели разработки мобильного приложения, адаптированный к проекту по разработке информационной системы.

Основные особенности мобильной информационной системы «Личный кабинет контролера»: 1. Мобильная информационная система разработана для смартфонов под управлением операционной системы Android, так как данная платформа является самой распространенной за счет ее гибкости и открытости. 2. Мобильная информационная система является нативным приложением. 3. Выбранный язык реализации: мобильная платформа 1С: Предприятие 8.4. Интеграция мобильного приложения с основной системой осуществляется через веб-сервер «Apache».

Проблемы	Технология	Ценностное предложение и преимущества	Взаимоотношения с клиентами	Потребительские сегменты
<p>Фиксация показаний приборов учета на бумажном носителе</p> <p>Ручное построение маршрута обхода и формирование актов выполненных работ</p> <p>Обращение в офис для получения задания, сдачи отчетов и переноса показаний счетчиков</p> <p>Ручной труд занимает большое количество времени, поэтому контролер обслуживает меньше абонентов из-за чего компания</p> <p>Высокий риск допустить ошибку в бумажной документации или потерять информацию</p> <p>Отсутствует четкая система взаимодействия контролеров с руководящим звеном</p> <p>Отсутствует автоматизированная система контроля</p>	<p>Мобильная платформа 1С:Предприятие 8</p> <p>Решение</p> <p>Мобильное приложение</p> <p>Интеграция с существующей информационной системой и фиксирование GPS-координат</p> <p>Ввод показаний приборов учета</p> <p>Доступ к информации по ЛС</p> <p>Составление актов выполненных работ</p> <p>Возможность прикрепления фотографии</p> <p>Фиксация плана и факта обхода</p> <p>Построение оптимального маршрута</p>	<p>Возможность автоматизации деятельности контролеров по сбору и передаче показаний приборов учета с помощью мобильного приложения</p> <p>Экономия времени</p> <p>Сокращение средств коммуникаций между контролерами и руководителями</p> <p>Повышение оперативности управления и снижение трудозатрат на реализацию</p> <p>Экономия на расходных материалах (бумага, чернила, картриджи)</p> <p>Возможность оценить работу каждого контролера и скорректировать рабочее поведение</p> <p>Возможность обслужить большее количество абонентов</p>	<p>Комплексная поддержка пользователей</p> <p>Обучение пользователей</p> <p>Техническое обслуживание</p> <p>Обновления информационной системы</p> <p>Каналы сбыта</p> <p>Информационные (реклама, рассылка)</p> <p>Прямые (точки продаж, личные продажи)</p> <p>Непрямые (через партнеров)</p> <p>Постпродажные (выгодные предложения)</p>	<p>Предприятия водопроводно-канализационного хозяйства</p> <p>Газовые службы</p> <p>Энергоснабжающие организации</p> <p>Управляющие компании</p> <p>Структура затрат</p> <p>Основная заработная плата исполнителей</p> <p>Материальные затраты (бумага, чернила, сеть "Интернет" и т.д.)</p> <p>Аренда помещения, коммунальные платежи</p> <p>Затраты на содержание и эксплуатацию оборудования</p>

Рисунок 4 – Бизнес-моделирование по канвасу

Прототипирование представляет собой визуальную реализацию функционального состава системы для возможности оценки анализа конечного продукта. Рисунок 5 содержит прототипы пользовательского интерфейса мобильного приложения [4].

Интерфейсы мобильной информационной системы и их функции: 1. Страница авторизации – ввод логина и пароля контролера. 2. Главная страница – личный кабинет контролера с основными модулями системы: план обхода, маршрут, ведомость показаний приборов учета. 3. Страница «План обхода» – получение и перечисление списка заданий.

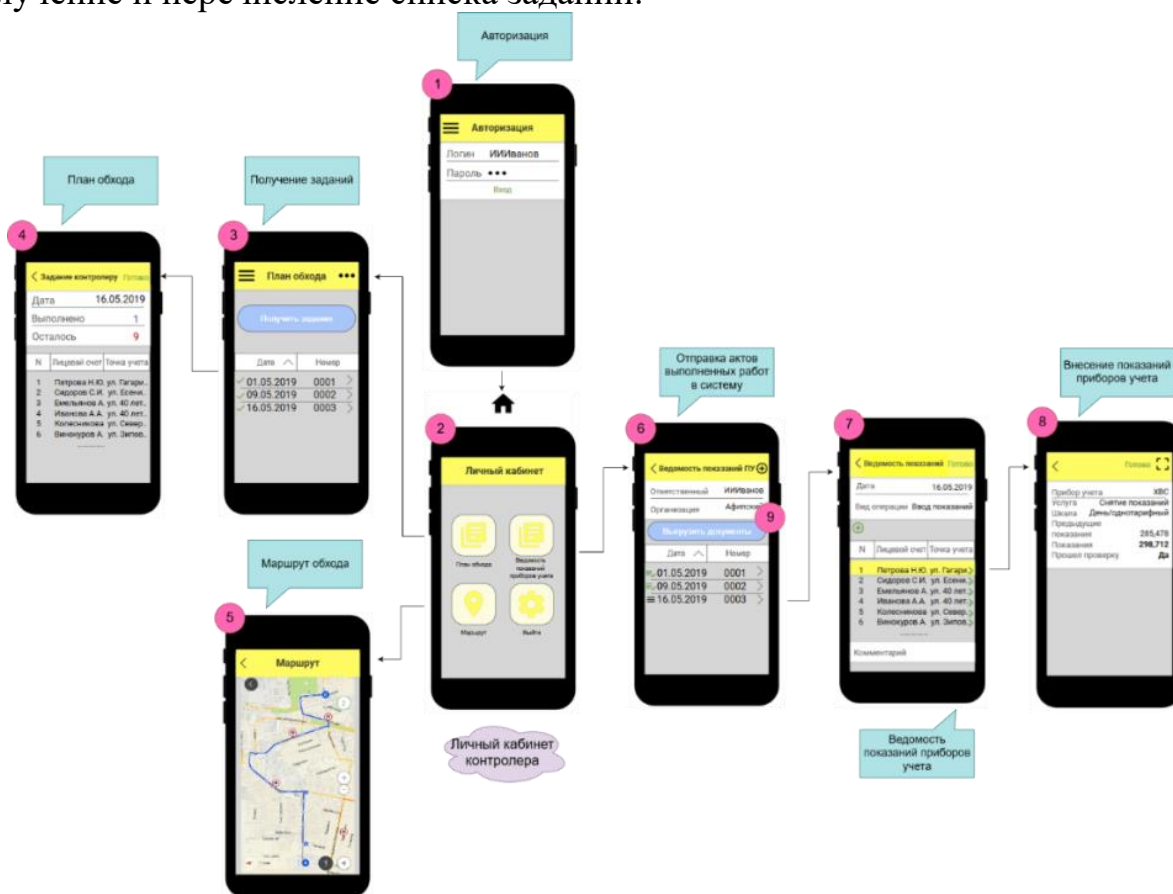


Рисунок 5 – Схема экранов мобильного приложения

4. Документ «План обхода» – задание контролеру с необходимыми лицевыми счетами и их адресами. 5. Страница «Маршрут» – формирование оптимального маршрута по точкам учета. 6. Страница «Ведомость показаний приборов учета» – список документов и отправка актов выполненных работ в систему. 7. Документ «Ведомость показаний приборов учета» – заполнение табличной части документа, внесение показаний счетчиков и возможность прикрепить фотографию.

В результате проведенных исследований сформирована архитектура и функционал мобильной информационной системы передачи данных показаний приборов учёта для контролирующих организаций. Предлагаемое решение позволяет обеспечить повышение качества выполнения проводимых работ, уменьшить стоимость трудозатрат, повысить производительность труда сотрудников предприятия. Выбранная схема реализации приложения обеспечивает как горизонтальное, так и вертикальное масштабирование с возможностью подключения нового функционала без необходимости перестройки скомпонованного ядра предлагаемой мобильной информационной системы.

Литература:

1. Федеральный закон от 23.11.2009 N 261-ФЗ (последняя редакция) «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

2. Кирий В.А. Информационно-коммуникационные модели взаимодействия потребителей услуг платежных систем // сборник материалов XVI Всероссийской научно-практической конференции: к 50-летию Краснодарского государственного института культуры. Краснодарский государственный институт культуры. 2016

3. Функциональные возможности системы учета личных покупок в гипермаркетах. Анисимова М.Р., Кирий В.А. В сборнике: Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России: императивы устойчивости. Материалы региональной научно-практической конференции студентов и молодых учёных, 2018. С. 165-169.

4. OnlineMockup, Wireframe&UIPrototypingTool | Moqups [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://app.moqups.com>.

УДК 336

*Ахметов К.В.,
студент 3 курса,
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
Краснодар, Россия
e-mail: ahmetovkostya@yandex.ru*

*Научный руководитель:
Нарыжная Н.Ю.,
доцент кафедры «Математика и информатика», кандидат тех. наук
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
e-mail: nyunaryzhnaya@fa.ru*

Влияние санкций на экономику России

Аннотация: Автор исследует влияние санкций США и Европы на развитие экономики Российской Федерации, исследует проблемосодержащие модели, анализирует стейкхолдеров рассматриваемой темы. В работе автор изучает примеры из истории решения выбранной проблемы. В качестве результата исследования вопроса влияния санкций на экономику России, автор выдвигает свои предложения, направленные на уменьшение санкционного давления на экономику страны.

Ключевые слова: санкции, влияние на экономику, последствия, отток капитала, ограничения.

*Akhetov K.V.,
student, 3 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: ahmetovkostya@yandex.ru*

Scientific Adviser:
Narizhnaya N.U.,
Associate Professor of the Department "Mathematics and Computer Science", Ph.D.
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: nyunaryzhnaya@fa.ru

The Impact of Sanctions on the Economy of Russia

Annotation: The author examines the impact of US and European sanctions on the development of the economy of the Russian Federation, explores the problem-containing models, analyzes the stakeholders of the topic in question. In this paper, the author studies examples from the history of solving a selected problem. As a result of studying the issue of the impact of sanctions on the Russian economy, the author offers his proposals aimed at reducing the sanctions pressure on the country's economy.

Keywords: sanctions, economic impact, consequences, capital outflow, restrictions.

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

Наличие экономических санкций следует считать вторым по значимости фактором, сдерживающим российскую экономику. Первый, определяющий, заключается, по большому счету, в исчерпанности нынешней экономической модели, базирующейся главным образом на эксплуатации природных ресурсов, нефти и газа. Российская институциональная среда не является до сих пор по-настоящему рыночной — в ней нет надежных гарантий прав частной собственности, вместо здоровой конкуренции продолжает работать административный ресурс, сопровождаемый разными формами давления на бизнес, экономика весьма слабо воспринимает инновации, деловая активность бизнеса находится на низком уровне.

В результате, лишившись драйвера роста в виде высоких цен на нефть, как это было 10 лет назад, а также активного притока иностранных инвестиций, экономика не обрела иных драйверов. Между тем, согласно обновленному базовому сценарию Минэкономразвития, с 2017 г. по 2020 г. российская экономика будет расти темпом чуть выше 2% в год, тогда как среднемировой показатель роста развивающейся страны должен составлять 3-3,5% в год. Таким образом, экономика страны не только не догоняет более сильные развивающиеся страны, но и грозит отстать от тех, кого сейчас опережает.

В выбранной теме были выявлены следующие негативные последствия санкций:

1. Ограничение импорта и экспорта, вызвавшее падение ВВП. Санкции ограничили поставку в Россию ряд продовольственных продуктов, любые виды оружия и товаров двойного назначения, а также запрет на поставки высокотехнологического оборудования для работы в Арктике, а также для газо- и нефтеразведки. С начала действия санкций, каждый год российский ВВП теряет от 1% до 1,5%. На декабрь 2017 г. за весь санкционный период совокупные потери российского ВВП оценивались суммой от 2 до 2,5 трлн руб.

2. Отток иностранных инвестиций. Введение санкций, неустойчивая положение экономики и агрессивное поведение России в политике негативно сказались на инвестиционном климате, снизилось доверие иностранных инвесторов. Так, в 2014 г. чистый отток капитала из России вырос в 2,5 раза по сравнению с 2013 г., достигнув рекордных 151,5 млрд долл. В 2017 году из РФ вывели 8,2 миллиарда долларов, за 2018 год 28 миллиардов долларов.

3. Запрет на кредитование российских банков и компаний в западных банках. В результате российские компании в значительной степени лишились средств на развитие проектов, поскольку предстояло выплачивать значительные суммы по долгам. По данным PricewaterhouseCoopers, если в 2013 году только на рынке еврооблигаций российские эмитенты привлекли 46,4 млрд долл. США, то в 2015 году лишь около 5 млрд долл. США. В 2017 году размер привлеченных средств составил 20,1 млрд долл. США, что составляет меньше половины досанкционного объема.

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

В таблице 1 приведена проблемосодержащая система (модель «Черный ящик») для рассматриваемой темы.

Таблица 1 - Проблемосодержащая система (модель «Черный ящик»)

ВХОДЫ (условия, ресурсы, подверженность условий изменениям)	ВЫХОДЫ (функции, результаты, ресурсы/информация на выходе)
1. Продуктовое эмбарго со стороны ряда	1. Отсутствие ряда иностранных продоволь-

стран	ственных товаров на полках российских магазинов
2. Эмбарго на оружие и товары двойного назначения	2. Ряд предприятий в различных сферах столкнулись с невозможностью производства некоторых видов техники, реализации каких-либо проектов из-за отсутствия поставок различного высокотехнологического оборудования и их деталей, торможение работ по разведке полезных ископаемых
3. Эмбарго на поставку высокотехнологического оборудования	3. Существенная потеря прибыли ряда компаний из-за экспортных ограничений
4. Снижение уровня доверия к стабильности экономики страны, ухудшение инвестиционного климата	4. Отток капитала из страны
5. Политическое напряжение на международной арене	5. Разрыв торговых и дипломатических отношений с рядом стран
6. Недостаток внутренних ресурсов для полного покрытия дефицита в товарах, на которые действует эмбарго	6. Снижение ВВП

Анализ внешней среды рассматриваемой темы показывает, что внешние факторы играют существенное влияние на текущую ситуацию в данной проблеме. Санкции сами по себе являются внешним фактором воздействия на экономику страны. Внутри самого вопроса внешними факторами являются различные введенные эмбарго и снижение доверия к экономике страны, прямым следствием чего является ухудшение инвестиционного климата. За время введения санкций они были несколько раз продлены и не ожидается, что в ближайшие годы они будут сняты. Таким образом, решение данного вопроса необходимо планировать на долгосрочную перспективу.

Проблемосодержащая система (модель состава):

1. Стремясь повлиять на политические решения России, США и ряд стран Европы вводят санкции в отношении России;

2. Санкции направлены на торговлю, узкий круг людей в России и на ряд ограничений, связанных с банковским сектором, в частности, запрет на кредитование в европейских банках;

3. Торговые санкции выражаются в эмбарго на оружие и товары двойного назначения, технологии и оборудование и продовольственные товары;

4. Последствиями ограничения импорта и экспорта продовольствия стали убытки для компаний, ориентированных на экспорт продукции, а также для компаний, чья деятельность связана с импортом продукции, что частично привело к общему повышению цен на продовольствие для жителей страны.

5. По оценкам экспертов, сейчас ВВП России на 10% меньше, чем можно было прогнозировать в конце 2013 года. Однако отчасти эта динамика связана с падением цен на нефть, которым объясняется около 4% этой разницы.

Для большей наглядности, модель состава представлена схематично на рисунке 1.

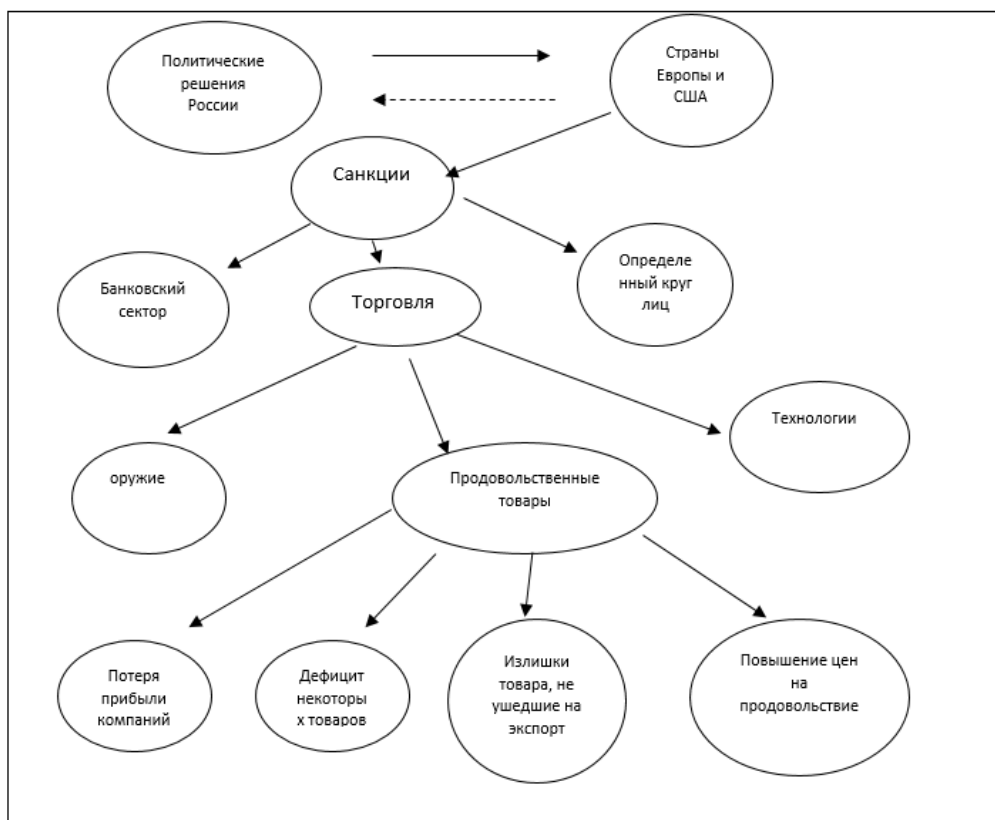


Рисунок 1 – Модель состава

Стейкхолдеры – это группы людей или отдельные люди, которых проект как-то затрагивает (как в хорошем, так и в плохом смысле) либо те, кого проект не затрагивает, но они сами могут его «затронуть» или как-то на него повлиять, используя имеющиеся у них возможности. Анализ интересов стейкхолдеров и их целей в теме влияния санкций на экономику РФ представлен в таблице 2.

Таблица 2 - Основные стейкхолдеры проблемосодержащей системы

	Основная цель	Цель 2	Цель 3
США и страны Запада	Влияние на политические решения России	Повышение независимости от поставок российской нефти и газа	
РФ	Укрепление политических позиций	Укрепление экономики страны	Выход из кризисной ситуации
Предприятия РФ	Получение прибыли, компенсация убытков	Повышение устойчивости финансового положения компании, снижение рисков	Возвращение прибыли и оборота докризисного периода и дальнейшее развитие
Граждане РФ	Обеспечить свои потребности в полном объеме		

Для более подробного рассмотрения выбранной темы необходимо изучить примеры из истории решения выбранной проблемы – какие шаги предпринимались, почему не сработали.

Можно сказать, что Россия довольно чувствительна к различным эмбарго, особенно которые касаются высоких технологий и поставки оборудования.

Россия (СССР) за последний век довольно часто становилась объектом санкционных ограничений. Например, в 1925 году была введена так называемая «золотая блокада», когда государства Европы и США отказались торговать с СССР за золото, в результате чего СССР нарастил поставки зерна и нефти для покупки необходимого оборудования для возникающей индустрии. В 1930 году последовал запрет этих же стран на импорт из СССР всех товаров, кроме зерна. Эта ситуация привела к плачевным результатам, поскольку масштабный вывоз зерна усугубил ситуацию с обеспечением продовольствием в СССР. Так период 1932-1933 годов был ознаменован масштабным голодом (т.н. «голодомор»). В 1934 году санкции на оплату золотом были сняты. В 1939 году в связи с советско-финской войной был введен запрет на поставки из США некоторых видов металлов и компонентов для авиапромышленности, а в 1948 году была ограничена поставка оборудования.

В 1981 году США и страны Европы запретили своим компаниям поставлять в СССР оборудование для строительства нефте- и газопроводов, была приостановлена прокладка труб из СССР в страны Европы. Санкционная политика позволила этим странам повысить цены на экспортные товары, что заставило СССР значительно увеличить экспорт золота.

Данные исторические примеры говорят о том, что против России регулярно вводились различные запреты, направленные, как правило, на увеличение оттока золотовалютных резервов страны и на ограничение поставок оборудования в страну. В свою очередь, СССР реагировал ожидаемым образом – увеличением экспорта сырья и продовольствия.

На основании вышесказанного можно привести предложения по решению выбранной проблемы

1. Решение 1 - изменение политического курса. Санкции были введены по причине принятия Россией тех или иных политических решений, в частности, связанных с Крымом и конфликтом на Украине. Логично было бы предположить, что уступка по ряду политических вопросов привела бы к смягчению санкционного давления. Ограничения данного решения заключаются в том, что российское правительство в следствие каких-либо идеологических и репутационных причин явным образом не готово изменять политическую риторику.

2. Решение 2 - увеличение поставок нефти и газа для компенсации убытков от эмбарго. Ограничения второго решения состоят в том, что в течение многих лет это было универсальное решение многих экономических проблем страны, однако резервы страны ограничены и в долгосрочной перспективе такой подход усугубит экономику страны.

3. Решение 3 - политика импортозамещения. Ограничения данного решения заключаются в том, что множество сфер производств в стране не поддерживалось со стороны государства по причине импорта необходимых товаров

из-за рубежа. Реализация данного проекта потребует огромных инвестиций на долгосрочный период.

4. Решение 4 - нахождение новых стран-поставщиков. Ограничения состоят в том, что закупка необходимых товаров из других стран снизит ущерб от эмбарго западных стран, однако в этом решении есть два недостатка. Первый – у закупаемого ранее оборудования может не быть качественных аналогов в других странах. Вторая – возможное эмбарго со стороны новых стран-поставщиков возвращает Россию в исходное положение.

Наиболее реализуемое решение из перечисленных выше: 3 и 4.

В данный момент Правительство РФ остановилось на осуществлении 3 и 4 решения, то есть была объявлена политика импортозамещения, но в то же время ряд продовольственных товаров стало закупаться их других стран.

Правительством России в 2014 году был взят курс на импортозамещение. В качестве основного метода его реализации было выбрано стимулирование отечественных производителей. Необходимость импортозамещения в отечественной экономике назрела давно. Российская экономика долгое время имеет исключительно сырьевую направленность, что привело к импортозависимости в промышленности, торговле и иных отраслях.

Осуществление финансирования производится по 2-м направлениям:

- напрямую, а именно через субсидии, гранты и преференции;
- косвенно — через повышение объемов коммерческих кредитов, которые предоставляют банки предприятиям на льготных условиях.

Основными секторами экономики, получившими возможность государственной поддержки в рамках программы импортозамещения являются:

1. Сельское хозяйство;
2. Промышленность;
3. Связь и телекоммуникации.

Принять участие в данной программе могут проекты с общей стоимостью от 1 до 20 млрд. руб. Минимальная сумма участия составляет 20% от стоимости инвестиционного проекта. Государство выбрало 10 банков, через которые предоставляется кредиты с процентной ставкой 9%, из которых фиксирования 2,5%, нефиксированная 6,5% — это ставка рефинансирования ЦБ РФ.

Осуществление решения 4 можно проиллюстрировать, взглянув на изменение структуры внешней торговли России. Заметим, что география импорта пищевой продукции, например, мяса и пищевые мясных субпродуктов, сильно уменьшилась. Сравним географическую структуру российского импорта мяса в 2017 и в 2010 гг. и представим ее на рисунке 2 и 3.

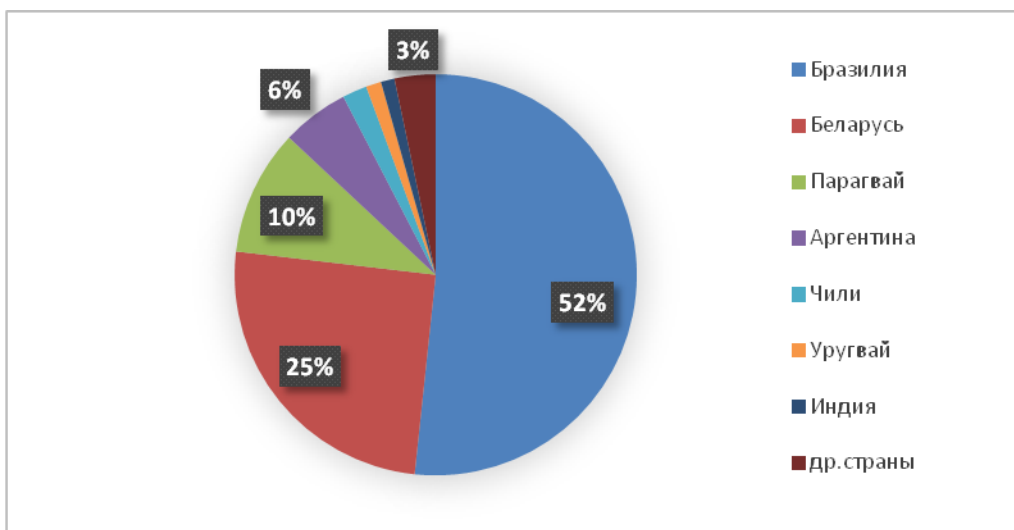


Рисунок 2 – структура российского импорта в 2017 году

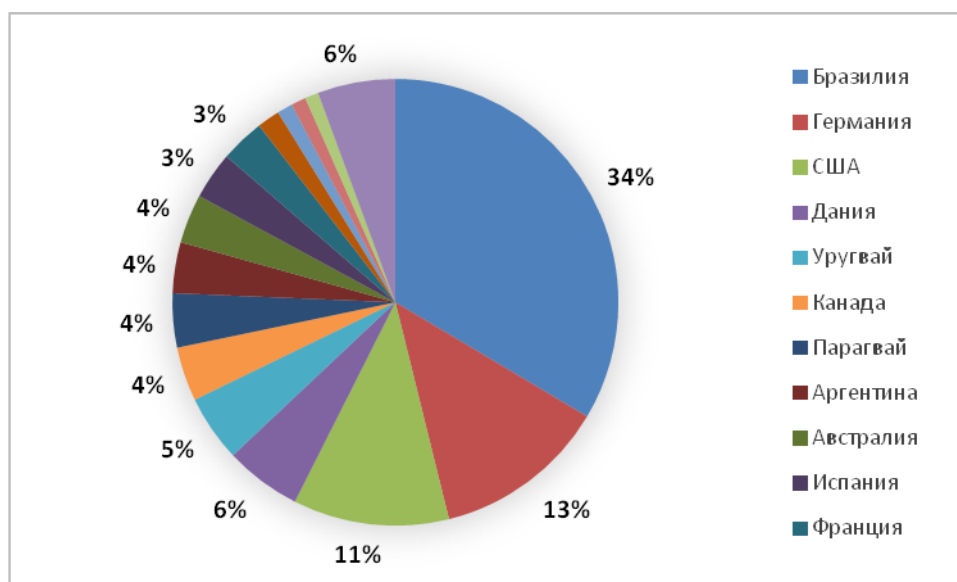


Рисунок 3 – структура российского импорта в 2010 году

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

Количественные показатели исследуемой проблемы можно представить в следующем виде:

1. Показатель 1. Динамика и структура импорта и экспорта России. Структура позволит определить изменение стран-поставщиков, их долю в импорте/экспорте, а также динамика покажет интенсивность торговли.

2. Показатель 2. Динамика ВВП, в частности, объем выпускаемой продукции внутри страны в отраслях, попавших под действие санкций. Определит

на сколько выросло внутреннее производство под действием программы импортозамещения.

3. Показатель 3. Количество и размер предприятий, занятых в отраслях, попавших под действие санкций. Политика импортозамещения направлена главным образом на малый и средний бизнес. Доля малых и средних предприятий, занятых в отраслях, попавших под действие санкций безусловно покажет эффективность действий политики импортозамещения.

Санкции и контрсанкции нанесли серьезный вред российской экономике по всех сферах. Снижение ВВП, отток инвестиций, прекращение совместного сотрудничества во многих крупных промышленных проектов, продуктовое эмбарго, закрытие доступа к «дешевым» европейским деньгам, инфляция - это и многое другое стало последствием санкционной войны и усиления политической напряженности между Россией и западными странами. Обострение отношений, безусловно, бьет не только по экономике России, но и по экономике других стран.

В результате санкций Россия объявила политику импортозамещения, однако, несмотря на разработку конкретных программ развития, это процесс длительный и требует огромных вложений в экономику страны. Не имея возможности привлечения иностранных инвестиций, отсутствие доступа к европейским кредитам, государство вынуждено реализовывать программу исключительно из бюджетных средств, что приводит к сокращению множества государственных программ и увеличению дефицита бюджета. Более того, по моему мнению, Россия не сможет реализовать целевые показатели импортозамещения в сфере высоких технологий, наукоемких производств и разработки нефтеразведывательного оборудования, тогда как импортозамещение в сельском хозяйстве и в некоторых сегментах тяжелой промышленности может иметь место. А пока российские компании вынуждены менять структурную географию импортных товаров, в результате чего Россия начала закупать у тех стран, с кем в досанкционные годы не сотрудничала и расширять импорт из уже существующих поставщиков.

Литература:

1. Кудрин предрек России долгие годы под санкциями // Lenta.ru. 2017. [Электронный ресурс]. URL: lenta.ru/news/2017/07/27/eternalsanctions/
2. Каталог открытых данных // TrendEconomy. 2018. [Электронный ресурс]. URL: <http://trendeconomy.ru/>
3. Bloomberg оценил потери богатейших россиян от санкций США в \$16 млрд // РБК. 2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/business/10/04/2018/5acc46bb9a7947b92ca9027d>
4. Russia sanctions: What you need to know // CNN. 2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://edition.cnn.com/2017/07/25/europe/russia-sanctions-explainer/index.html>
5. Федеральная служба государственной статистики Росстат [Электронный ресурс] // <https://www.gks.ru>

6. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации [Электронный ресурс] // <https://www.minfin.ru>

7. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации [Электронный ресурс] // <https://www.cbr.ru>

УДК 338

*Габриелян Г.Л.,
студент 2 курса
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: gayane0806@mail.ru*

*Научный руководитель:
Геворкян С.М.,
доцент, к.э.н.
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: emily1690@mail.ru*

Разработка приложения «Smartplanner» для управления собственными финансовыми ресурсами при создании дизайна интерьера

Аннотация: В данной статье ставится задача поиска путей решения эффективного управления собственными финансовыми ресурсами при создании дизайна интерьера с помощью созданного на основе разработанной базы данных приложения «Smartplanner». Были представлены основные результаты научно-исследовательской работы, в результате чего данное приложение позволит потребителям ускорить процесс обустройства собственного интерьера квартиры, дома или офиса, а также визуально оценить успешность реализации своего проекта за счет созданных в VR режиме 3D-изображений.

Ключевые слова: мобильное приложение, графический интерфейс, дизайн интерьера, финансовые ресурсы, себестоимость программной продукции.

*Gabrielyan G.L.,
student, 2 courses
Kuban State University
Krasnodar, Russia
e-mail: gayane0806@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Gevorkyan S.M.,
Doctor of Science (Economics), Docent
Kuban State University
Krasnodar, Russia
e-mail: emily1690@mail.ru*

Development of the «Smart planner» application for managing your own financial resources when creating interior design

Abstract: This article sets the task of finding ways to solve effective manage-

ment of your own financial resources when creating interior design using the Smart Planner application created on the basis of the developed database. The main results of the research work were presented, with the result that this application will allow consumers to speed up the process of arranging their own apartment, home or office interior, as well as visually assess the success of their project through 3D-created in VR mode.

Keywords: mobile application, graphic interface, interior design, financial resources, cost of software products.

В современном мире человеческие потребности быть всегда в курсе дел выводят информационные технологии на прямую линию по созданию все новых девайсов и гаджетов.

На данный момент мобильная разработка – одна из самых динамично развивающихся отраслей IT индустрии. В этих реалиях необходимо уметь определять полноценную программу по выявлению наиболее актуальных потребностей общества и обеспечивать их реализацию путем создания бюджетной финансовой базы для любой группы населения.

Итак, важным элементом при создании мобильного приложения является определение операционной системы. На данный момент на рынке мобильного программного обеспечения доминируют две операционные системы: Android и IOS. Однако средства разработки для ОС от компании Google являются доступнее в связи с их бесплатным распространением, и большинство устройств в современном мире работают именно на операционной системе Android. Следовательно, ОС Android является наиболее приемлемой платформой для разработки выдвинутого нами мобильного приложения «Smartplanner».

Рассмотрим этапы создания мобильного приложения «Smartplanner» с использованием программы Android Studio более подробно.

На первом этапе создания проекта выбираем название приложения, путь к проекту и название пакета. На втором этапе запускаем приложение в эмуляторе. Для этого достаточно нажать в Android Studio кнопку **Run** и выбрать подходящее устройство и версию ОС, портретную или альбомную ориентацию. Третий этап предполагает создание простого пользовательского интерфейса. Последний шаг включает в себя добавление новых активностей и дополнительных кнопок. На данном этапе в программе Android Studio был разработан собственный пользовательский интерфейс будущего приложения «Smartplanner» с учетом того, что оно будет поддерживать VR режим при демонстрации трехмерной модели интерьера. Дизайн работы проиллюстрирован ниже.

С целью проектирования будущего дизайна пользователей был создан новый проект, позволяющий управлять распределением объектов интерьера без джойстика. Данная подача помогает визуально оценить успешность реализации собственных задумок.

Следующий этап нашей работы включает в себя проектирование собственного дизайна интерьера для демонстрации механизма работы приложения «Smartplanner».

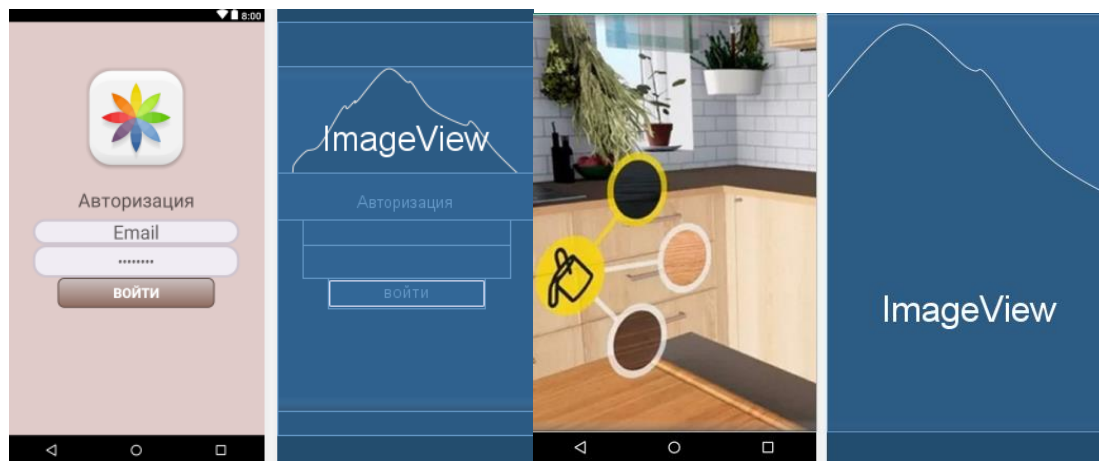


Рисунок 1– Дизайн/проект будущего мобильного приложения с поддержанием VRрежима (составлен автором)

Работая спrogramмой Cinema 4D, были созданы собственные объекты при помощи многофункционального набора различных инструментов моделирования. Функция глобального освещения позволила выполнить физический рендеринг для получения реалистичных эффектов объектов. Модель разработанного нами дизайна интерьера выглядит следующим образом:

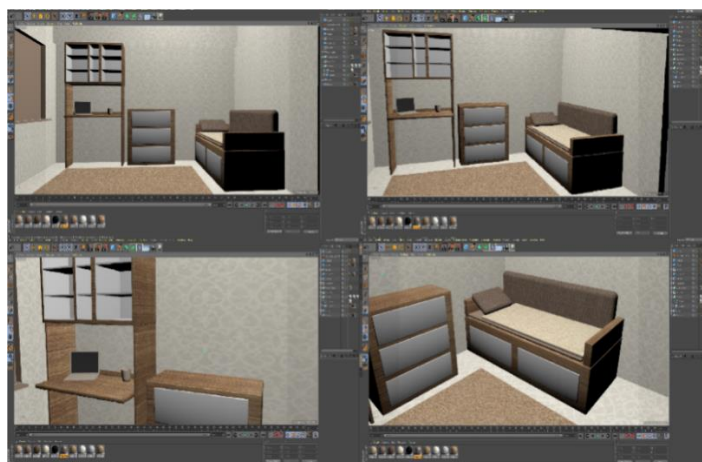


Рисунок 2– Модель собственного дизайна интерьера, созданная в программе Cinema 4D (составлен автором)

Взяв за основу ценовой ассортимент аналогичных объектов интерьера 4 крупнейших точек продаж города Краснодар, было задумано встроить систематизированную базу данных в приложение «Smartplanner», которая позволила бы пользователям эффективно управлять собственными денежными ресурсами, выбирая в режиме онлайн наиболее оптимальные варианты по соотношению «цена-качество». Ценовая дифференциация объектов указанной модели проиллюстрирована в таблице 1.

Таблица 1– Сравнительная характеристика ценовых различий объектов интерьера 4 точек продаж (составлена автором)

Объект интерьера	Цена в IKEA	Цена в Hoff	Цена в Столплите	Цена в Любимом доме
1. Стеллаж	«Витшё» Стеллаж+стол д/ноутбука 8998р.	Компьютерный стол «Денвер» 8799 р. (без учёта скидок)	«Тесса СБ-2737» Стеллаж со столом 8980 р. (без учета скидок)	Стеллаж правый «Аврора» 8790 р. (без учёта скидок)
2. Комод	«Аскволь» Комод с 3 ящиками 4999 р.	Комод «Юниор» 5699 р.	«Кито СБ-2347/1» Комод 6360 р. (без учёта скидок)	Комод «Модекс» 7399 р. (без учёта скидок)
3. Диван-кровать	«Хемнэс» Каркас кушетки с 3 ящ 27999 р.	Диван-кровать «Женева» 31999 р.	«Верди» Диван-кровать 20110 р. (без учёта скидок)	Диван-кровать «Ариэль» 20199 р.
4. Ковёр	«Лангстед» Ковер 3999 р.	Ковёр «ShaggyUltra» 1599 р.	Нет информации	Нет информации

Итак, при помощи смоделированного нами дизайна интерьера комнаты был продемонстрирован механизм работы будущего приложения «Smartplanner».

Однако для успешной реализации будущего приложения необходимо рассчитать стоимость покупки программного обеспечения, которая складывается из его себестоимости и закладываемой компанией-разработчиком прибыли, и стоимости лицензии, которую покупатель приобретает в случае, когда хочет, чтобы продукт сопровождался и поддерживался компанией разработчиком.

Расчет себестоимости приложения «Smartplanner» производится по следующей формуле.

$$CC = \text{Струд} + \text{Саморт} + \text{Сплощ} + \text{Ском} + \text{Сэл} + \text{Спроч} + \text{Снеучт}, (1)$$

Над разработкой данного приложения работал один специалист в течение 3 месяцев и заработной платой в размере 30 тыс. руб./мес. Амортизацию оборудования рассчитываем с учетом использования следующих технических средств: компьютер-сервер (80 тыс. руб.), компьютер разработчика (30 тыс. руб.), четыре тестовых устройства (60 тыс. руб.). Коэффициент неучтенных затрат в данном случае было решено установить в размере 5%. Следовательно, в результате получаем следующие показатели.

$$\text{Струд} = 30 \text{ тыс. руб./мес.} * 1 * 3 \text{ мес.} = 90 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{Саморт} = 2,79 * 3 * (80 * 0,05 + 30 + 60) / 100\% = 2,79 * 3 * 94 / 100\% = 7,8678 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{Сплощ} + \text{Ском} + \text{Сэл} + \text{Спроч} = 3 * 1 \text{ тыс. руб.} + 3 * 700 \text{ руб.} + 300 + 1450 = 6,85 \text{ тыс. руб.}$$

$$\text{Снеучт} = (90 \text{ тыс. руб.} + 7,8678 \text{ тыс. руб.} + 6,85 \text{ тыс. руб.}) * 5\% / 100\% = 5,236 \text{ тыс. руб.}$$

Следовательно, себестоимость приложения «Smartplanner» равна следующей сумме.

$СС = 90 \text{ тыс. руб.} + 7,8678 \text{ тыс. руб.} + 6,85 \text{ тыс. руб.} + 5,236 \text{ тыс. руб.} = 109,954 \text{ тыс. руб.}$

Привлекая во внимание тот факт, что приложение поддерживает VR режим для демонстрации трехмерной модели интерьера, себестоимость данного продукта возрастает на 100 тыс. руб. и достигает цены в размере 209,954 тыс. рублей.

Стоимость лицензии складывается из затрат на обслуживание и сопровождение компанией-разработчиком программного обеспечения после его приобретения покупателем. В данном случае она равна 124,2 тыс. руб. Суммарная стоимость реализации данного проекта составила 334,154 тыс. рублей.

Таким образом, сделав предварительные расчеты, мы пришли к выводу, что суммарная стоимость реализации проекта составила 334,154 тыс. рублей. Следовательно, при наличии необходимых финансовых ресурсов данное приложение возможно внедрить в повседневную жизнь общества для минимизации собственных финансовых ресурсов при создании дизайна интерьера. Дальнейшая успешность проекта будет зависеть от желания и возможности потребителей использовать приложение «Smartplanner» в собственных целях.

Литература:

1. Гришаева О.А., Ширшова Е.О. Исследование мобильных приложений для оценки двигательной активности человека / О.А. Гришаева, Е.О. Ширшова. // Таврический научный обозреватель. –2017.

2. Пахунов А.В. Языки программирования: классификация, особенности, критерии выбора / А.В. Пахунов. // Современная наука. –2016.

3. Слива М.В. Прототипирование графического интерфейса пользователя как неотъемлемая часть процесса разработки программного обеспечения / М.В. Слива. // Вестник Нижневартковского государственного университета. –2017.

4. Чернобровкин С.В., Мялкин М.П. Архитектура клиент-серверного взаимодействия с мобильным приложением / С.В. Чернобровкин, М.П. Мялкин. // Молодежный научно-технический вестник. –2016.

5. Черникова А.Г. Экономика труда: практикум. – М.: Прондо, 2016. – 176 с.

УДК 004

*Давидян Н.А., Дудник М.Д.,
студенты 3 курса*

*Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
Краснодар, Россия*

*e-mail: nairi_d@inbox.ru
mdudnik1998@yandex.ru*

Научный руководитель:

Кирий В.А.,

старший преподаватель, к.ф.-м.н.

Финансовый университет при Правительстве РФ

Система локальной навигации

Аннотация. В статье предложено решение затруднений ориентирования на больших торговых площадках, в бизнес-центрах и т.д. В работе представлены основные выводы анализов, проведенных авторами, на основе которых разработана концепция приложения локального навигатора.

Ключевые слова: локальная метка, местоположение, построение маршрута, QR-метка, целевой запрос, технология считывания.

*Davidyan N.A., Dudnik M.D.,
Students of 3 course
Financial University under the Government of Russian Federation (KF)
Krasnodar, Russia
e-mail: nairi_d@inbox.ru
mdudnik1998@yandex.ru*

*Scientific Adviser:
Kiriya V.A.,
Candidate of Physico-Mathematical Sciences
Financial University under the Government of Russian Federation (KF)
Krasnodar, Russia
e-mail : vladimir@kiriya.ru*

Local navigation system

Annotation. The article proposes a solution to the difficulties of orientation in a large trading floors, in business centers, etc. The paper presents the main conclusions of the analyzes conducted by the authors, on the basis of which the concept of the local navigator application is developed.

Keywords: local label, location, route construction, QR-label, target request, reading technology.

На сегодняшний день большая тенденция к увеличению торговых площадей. На данный момент в Краснодаре численность торговых площадей превышает 1100 метров на 1000 человек.

По статистике, человек проводит в торговом центре не менее 20-30 минут, а зачастую до 1,5-2 часов. Значительную часть этого времени клиент проводит в поисках расположения требуемого ему товара или магазина. Наличие большого количества перегородок в магазинах и торговых центрах, а также обилие рекламы затрудняет ориентирование, что приводит к увеличению затрачиваемого времени. Данный проект позволяет решить возникающие проблемы. Целью данной работы является создание концепции информационной системы, которая будет ориентировать, направлять пользователя в незнакомых помещениях.

Авторы проекта предлагают разработать систему локальной навигации, которая позволит находить необходимые пользователю места (магазины, това-

ры, аудитории в университетах, школах и т.д.). Данный проект предлагает использование смартфонов и локальных навигационных меток (ЛМ).

Принцип предоставления услуг сервисом: пользователь запускает приложение локального навигатора. Вводит целевой запрос, куда надо построить маршрут. Далее определяется местоположение пользователя. И теперь пользователю остаётся только проследовать по построенному маршруту.

Суть применения локальных меток заключается в их размещении в «ключевых» местах. В местах большого скопления клиентов: у входа, выхода, у популярных мест и др. Пример представлен на рисунке ниже.

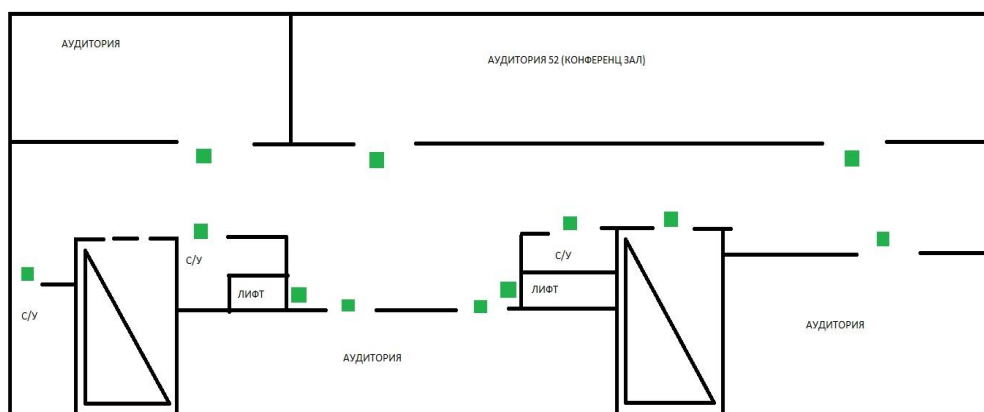


Рисунок 1 – Размещение локальных меток

Возможны три варианта, на которых может быть предоставлен сервис: на основе GPS, Wi-Fi или локальных меток.

С работой GPS системы знаком каждый. Не будем на ней останавливаться.

С помощью сети wi-fi можно определить местонахождения пользователя, зарегистрированного в сети с точностью до метра.

К локальным меткам относятся: штрих-код, указатели, ориентиры, карты и др. Говоря о штрих-кодах определение местоположения осуществляется путем сканирования метки через камеру смартфона. Сравнив их по выбранным критериям, мы пришли к выводу, что самым оптимальным способом предоставления сервиса будут локальные метки.

Проанализировав различные типы локальных меток, авторы пришли к выводу, что самым оптимальный тип метки – QR-код. QR-код привносит следующие преимущества:

1. Отработана технология считывания. На данный момент технология считывания штрих-кодов (а в частности QR-кодов) хорошо развита: почти каждый смартфон может считывать QR-коды.

2. Комбинированность. QR-код может быть читаемым не только машиной, но и человеком.

3. Использование QR-кода считается очень простым для пользователей. Возникнет минимум вопросов у клиентов.

4. Незначительная цена метки, в связи с чем, не потребуются большие затраты на внедрение.

Метка может располагаться на полу, т.к. это дает дополнительное преимущество и более удобно для применения.

Рассматриваются два способа построения маршрута: простой и составной. Простой маршрут строится от местоположения пользователя до конечной точки. Сложный маршрут строится, когда клиенту надо (если говорить, например, о продуктовом магазине) построить маршрут к трем разным товарам: пусть это будут молочные товары, хлебобулочные изделия и крупы. В этом система строит один маршрут, который проходит через все точки, куда надо попасть клиенту.

В заключение подведём итог. Представленный сервис очень актуален в наши дни, т.к. буквально каждый из нас сталкивался с трудностями ориентации в крупных помещениях. Навигатор прост в использовании (поскольку порядка 90% людей знают, что такое QR-метка и знают как с ней работать). А для его реализации не требуется большое вливание финансов.

Литература:

1. <https://habr.com/ru/post/172525>
2. <https://krasnodar.tiu.ru/Pechat-shtrih-kodov.htm>
3. <https://forum.mista.ru/topic.php?id=502561>
4. <https://www.labeljoy.com/ru/podderzhivat/typy-shtrikh-kodov/>.

УДК 336.71

*Караева Ю.А.,
студент 3 курса
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: kar-yulka@mail.ru*

*Научный руководитель:
Сайбель Н.Ю.,
доцент, к.э.н.
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: Saybel-Natali@yandex.ru*

Разработка стратегии обеспечения кибербезопасности в банковской сфере России

Аннотация: В статье ставится задача разработки рекомендаций по обеспечению кибербезопасности в банковской сфере. На основе проведенного анализа банковского сектора России определены меры, направленные на разработку актуальных обновлений в системе обеспечения информационной безопасности банков.

Ключевые слова: киберпреступления, информационная безопасность, киберпространство, банковский сектор, киберугрозы.

*Karaeva U.A.,
student, 3 courses
Kuban State University, Krasnodar, Russia
e-mail: kar-yulka@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Saybel N.Y.,
Doctor of Science (Economics), Docent
Kuban State University, Krasnodar, Russia
e-mail: Saybel-Natali@yandex.ru*

The development of the strategy of cyber security in the banking sector of Russia

Abstract: The article aims to develop recommendations to ensure cybersecurity in the banking sector. The analysis of the Russian banking sector was carried out, as a result of which measures aimed at the development of relevant updates in the system of information security of banks were identified.

Keywords: cybercrime, information security, cyberspace, banking sector, cyber threats.

В последние годы в связи с всеобщей информатизацией и компьютеризацией банковской деятельности значение информационной безопасности банков многократно возросло. Сегодня из-за повсеместного распространения электронных платежей, пластиковых карт, компьютерных сетей объектом информационных атак стали непосредственно денежные средства как банков, так и их клиентов. Всем известно, что ежедневная работа банковских систем непосредственно сопряжена с использованием современных компьютерных технологий и находится в полной зависимости от надежной и бесперебойной защиты электронно-вычислительных систем. Международная практика говорит об абсолютной уязвимости каждой фирмы по причине того, что киберпреступления не имеют государственных границ, вследствие чего хакеры обладают возможностью в равной мере угрожать информационным системам в любой точке мира.

С каждым годом количество киберпреступлений в России растет более, чем на 100%. На подпольных форумах любой пользователь имеет возможность беспрепятственно получить программное обеспечение с целью проведения атаки, приобрести детальное руководство как работать, и помимо этого познакомиться с недобросовестными сотрудниками банков и омывателями денег. При правильной подготовке злоумышленник с минимальными техническими знаниями, проникнув в банковскую сеть, способен украсть крупные суммы. Становится ясно, почему понятия «киберпреступление» и «киберпреступность» все чаще мелькают в СМИ и практически ежедневно привлекают внимание общественности. В современном мире это уже не просто слова, а реальная угроза. Проблема кибератак требует незамедлительного решения, так как для любой финансово-кредитной организации потеря конфиденциальной информации, ее утечка или хищение имеет крайне негативные последствия.

В июне 2016 года подсчеты Сбербанка показали, что потери российской экономики составили приблизительно 600 млрд. руб. вследствие киберпреступности: было совершено 52 атаки на критически важную инфраструктуру государства в 2015 году и 57 подобных атак только за первые 5 месяцев 2016 года.

В промежуток с октября 2015 года по март 2016 года было совершено 21 целевое нападение на инфраструктуру российских банков, в результате чего было возбуждено 12 отдельных уголовных дел. Значительная доля данных атак совершена одной хакерской группой под кодовым названием «Lurk», в честь вируса, разработанного ее членами. Вирус предоставил данной команде возможность красть средства у разных коммерческих компаний и банков [1].

Эксперты правоохранительных органов и кибербезопасности начали искать членов «Lurk», начиная с 2011 года. К 2016 году группой было украдено приблизительно 3 млрд. руб. из отечественных банков, что являлось рекордом взлома.

Вирус отличался от все других вредоносных программ, с которыми сталкивались отечественные исследователи в прошлом. Когда он тестировался в лаборатории, ничего не происходило (откуда и название – в переводе с англ. яз. «Lurk» – скрываться). Позднее выяснилось, что вирус был спроектирован как модульная система, то есть постепенно загружала дополнительные блоки с различными функциями: от регистрации нажатия клавиш и краж паролей до способности потоковой передачи видеоматериала с экрана зараженного компьютера [1].

С целью распространения вируса группа взламывала сайты, посещаемые банковскими работниками: от таких новостных сайтов как РИА Новости и Газета.ру до бухгалтерских форумов. Хакеры воспользовались уязвимостью рекламных баннеров сайтов, применяя их с целью распространения вируса. На некоторые сайты хакеры загрузили свой вирус ненадолго. К примеру, на форуме бухгалтерского журнала одна вредоносная гиперссылка функционировала лишь на продолжении нескольких часов в обеденный период в будние дни, но этого было достаточно, чтобы найти несколько подходящих жертв.

Хакерских атак в настоящее время совершается во много раз больше, чем других видов экономических преступлений, а их расследованием занимается ограниченное количество специалистов. Вместе с тем, имущественный ущерб от киберпреступлений куда выше, чем от других видов преступлений.

Банки претерпевают существенные потери по целому ряду причин:

- отсутствие необходимой степени защиты от киберугроз по причине незначительной доли инвестирования в безопасность. В маленьких и средних банках акцент ставится, в первую очередь, на оптимизацию издержек, при этом недостаточно внимания уделяется автоматизированным системам и приложениям, не отвечающим требованиям информационной безопасности;

- недостаток эффективности мер, предпринимаемых кредитными организациями по выполнению рекомендаций Банка России в области стандартизации и обеспечения информационной безопасности [2];

– недостаток риск-ориентированного внутреннего контроля в кредитных организациях, позволяющего своевременно реагировать на угрозы, либо вовсе их избегать [1];

– несовершенство программного и аппаратного обеспечения автоматизированных систем и приложений в области защиты, что является следствием множественных уязвимостей;

– отсутствие среди кредитно-финансового сообщества объединенных усилий по борьбе с мошенниками, которые могли бы избавить организации от кибератак, а не только минимизировать потери.

В настоящее время существует несколько форм угроз. Соответственно, необходимо применять меры надлежащей защиты с целью избежания их появления. Основными формами киберугроз являются:

– вредоносные программы (вид ПО, с помощью которого можно получить несанкционированный доступ к конфиденциальной информации или нанести ущерб компьютеру, данным);

– социальная инженерия (методы злоумышленников, при использовании которых появляется возможность получения конфиденциальной информации или несанкционированного доступа к системе информационных технологий);

– фишинг (вид интернет-мошенничества, цель которого получение доступа к логинам и паролям пользователя. При этом пользователь думает, что переходит на заявленный сайт, однако в это время его перенаправляют на подставной) [3];

– вирусы-вымогатели (их главная цель – вымогательство денежных средств, которое осуществляется шифрованием и блокированием доступа к данным или компьютерной системе до тех пор, пока выкуп не будет выплачен. Но даже в случае выплаты нет гарантии, что данные и система будут восстановлены);

– взлом банкоматов;

– джекпоттинг (установка и активация преступниками на банкомате вредоносного ПО).

Чтобы обезопасить себя от угроз кибермошенников, кредитным организациям следует сформировать единую систему обеспечения безопасности, которая обязана содержать следующие компоненты:

1. Оценка рисков. Первое, что необходимо сделать для формирования надежной защиты от кибератак – уделять больше внимания объективной и разносторонней оценке рисков [4]. С этой целью нужно изучить вероятность угроз информационной безопасности и дать оценку возможного ущерба целенаправленных атак.

2. Поддержание ключевых основ информационной безопасности:

– контроль и анализ (реализация периодического анализа всех элементов программного обеспечения для своевременного определения наличия уязвимостей);

– многоуровневая система защиты (отдельная защита каждой ступени информационной инфраструктуры);

- стандартизация (соответствие каждого компонента программного обеспечения всем условиям внутренних стандартов безопасности);
- мониторинг и аудит (осуществление учета всех процессов на каждом уровне информационной инфраструктуры и централизованное изучение полученных данных);
- централизованное и оперативное реагирование на угрозы;
- минимальные права сотрудников на доступ к информации и выполнение определенных задач (даст возможность снизить вероятность разглашения информации либо ее некорректного применения);
- распределение ответственности за функционирование каждого бизнес-процесса;
- документирование каждой операции и ее отдельных элементов [5].

Также необходима работа с нормативно-правовой базой, а именно утверждение и реализация следующего закона:

- Банк России вносит в список требований для получения лицензии на осуществление банковской деятельности наличие комплексной системы обеспечения безопасности;
- Банк России проверяет уже существующие банки на наличие данной системы: при ее отсутствии деятельность кредитной организации прекращается до момента установки и активации системы; при выявлении недочетов в системе на кредитную организацию возлагается крупный штраф.

Таким образом, реализация данных мер позволит противостоять хакерам и в разы снизить те огромные финансы киберпреступности, которые в настоящий момент не могут не повергать в ужас. Также данная система предоставит банку необходимый фундамент для развития и увеличения доли рынка, так как поддержание информационной безопасности на должном уровне в настоящее время является критерием конкурентоспособности.

Литература:

1. Кутуб-Заде А.О. Внедрение кибербезопасности в банковской системе, новейшие подходы и разработки риска // Вектор экономики. 2019. № 1(31).
2. Политика ЦБ в сфере защиты информации (кибербезопасности) [Электронный ресурс: <http://dialog-e.ru/market-news> (дата обращения: 20.03.2019)]
3. Гафнер В.В. Информационная безопасность: Учебное пособие. – Ростов н/Д., 2016.
4. Громов, Ю.Ю. Информационная безопасность и защита информации. – Ст. Оскол: ТНТ, 2017.
5. Отчет Центра мониторинга и реагирования на компьютерные атаки в кредитно-финансовой сфере Главного управления безопасности и защиты информации Банка России 2016 г. [Электронный ресурс: <http://www.cbr.ru/FinCER.pdf> (дата обращения: 23.03.2019)]

*Киселева А.А.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: alinakiselyova.com@gmail.com*

*Научный руководитель:
Артюшкова А.Ю.,
доцент, к.п.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: ayuaryushkova@fa.ru*

Капперы и новый вид бизнеса

Аннотация: Данная работа посвящена тенденциям развития букмекерских контор в России и их дальнейшей пользе, как государству так и гражданам РФ. Целью статьи является создание нового вида бизнеса и анализ деятельности капперов. В основе анализа заложены данные по большинству букмекерских контор и профессионалов, занимающихся аналитикой, позволяющие выявить наличие потенциала развития нового вида бизнеса и букмекерских контор в России.

Ключевые слова: каппер, букмекерские конторы, ставки на спорт, новый вид бизнеса.

*Kiselyova A. A.,
the student of 1 course
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: alinakiselyova.com@gmail.com*

*Scientific Adviser:
Artyushkova A.U.,
Docent
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: ayuaryushkova@fa.ru*

The capper and a new kind of business

Annotation: This work is devoted to the trends in the development of bookmakers in Russia and their further benefits, both the state and citizens of the Russian Federation. The purpose of the article is to create a new type of business and analyze the activities of cappers. The analysis is based on the data on the majority of bookmakers and professionals engaged in Analytics, allowing to identify the potential for the development of a new type of business and bookmakers in Russia.

Keywords: capper, bookmakers, sports betting, new type of business.

Капперы – это люди, занимающиеся профессиональной аналитической работой. Наблюдая за всеми спортивными событиями и главными игроками,

они прогнозируют вероятность победы той или иной команды. Так как букмекерские конторы стали в недавнем времени легальными в России и в данный момент обильно развиваются, то и капперы не отстают от них. Введение в экономическую структуру нового вида бизнеса заключается в привлечении капперов не к индивидуальной деятельности, а совместной вместе с государством.

В России тотализаторы и букмекеры возникли еще в дореволюционное период, однако почти всю советскую эпоху букмекерской деятельности в Советском Союзе фактически не существовало. В 80-х годах в СССР учредили спортивный тотализатор «спортпрогноз» государственного управления лотерей, прежде занимавшегося только лишь лотереями и кено под наименованием «Лотерея», а приблизительно в 1991 г. в Москве возникли первые советские букмекерские конторы современности [1, с 303]. В настоящее время в Российской Федерации функционируют масса букмекерских контор, к ним можно отнести топ самых прибыльных и популярных: «Лига Ставок», «Winline», «1хСтавка», «Фонбет». 4 июля 2015 года был принят законопроект № 260152-6, который вносит изменения в игорное законодательство, легализуя онлайн-букмекеров в России. 28 март 2017 года глава России Владимир Путин подписал закон об отчислениях букмекерских контор в интересах развития спорта в размере 5 % от базы расчета целевых отчислений [3].

Прибыль от букмекерских контор варьируется от 480 млн. руб. и до 20 млрд. руб. в год. Бюджет некоторых стран на 10 - 15 % состоит из прибыли букмекерских контор [2, с 152]. Доходы капперов (самых профессиональных) составляют миллионы долларов в год.

Капперов можно разделить на 2 группы: те кто работает на себя и те кто работает на крупные компании. Естественно больше тех кто занимается таким видом деятельности ради собственной выгоды. Их успех зависит в основном от их знаний определенного вида спорта и интуиции. У таких людей нет специального аналитического образования. Своим упорным трудом они добиваются успеха. В основном их доход состоит от продаж прогнозов и самостоятельных ставок.

Главная идея нового вида бизнеса заключается в том, чтобы создать новые рабочие места для капперов. Что если организовать новое предприятие, в котором капперы будет работать на частные лица, предлагать свои услуги за определенную плату. Так как капперы сейчас работают сами на себя, они не вносят % от налогов на заработную плату. Создав такое предприятие 13 % от их з/п будет уходить в казну государства, также это новые рабочие места, которых так не хватает нынешнему поколению. Принцип деятельности состоит в том, что компания предлагает уже готовый выигрышный прогноз и сама же делает ставку, а клиенту остается только внести ту сумму, которая ему угодна (начиная с 1000 руб.), ему не требуется вносить дополнительную часть денег за оказанную услугу. То есть обычные люди смогут зарабатывать деньги из ничего и при этом не прикладывая к этому никаких усилий – в этом и состоит преимущество нового бизнеса перед другими. В случае выигрыша компания забирает 10 % от полученных денег, все остальные она отдает клиенту, в случае проигрыша возвращает 75 % от вложенной суммы, то есть сейчас можно убедиться в

том, что компания будет работать на честных условиях, так как ей не выгодно проигрывать, тем самым капперы будут предоставлять своим клиентам только от 95 до 100% выигрышные ставки. Компании не понадобятся начальные вложения, так как инвесторами в данном случае будут сами клиенты. Так же 20 % от НДС будут идти в казну государства, но за НДС клиенты не будут ничего переплачивать, как это происходит в обычных магазинах, когда люди покупаются товарами на 5000 руб. и из них 1000 руб. уходит не за товар, а идет как налог, что очень огорчает, так как % не мал. Компания в конце каждого месяца сама из своей полученной прибыли будет вычитать 20% на налог государству. Примерная прибыль за год 60 млн. руб., из них часть уйдет за налоги, часть на зарплату, премии и издержки. Чистая прибыль будет равняться примерно 40 млн. руб. Сами ставки будут осуществлять на различных сайтах букмекерских контор, как зарубежных, так и российских. Государству выгодно иметь такой бизнес, так как он позволит «вытянуть» огромные суммы денег с других стран. Так же такому бизнесу не обойтись без собственного мобильного приложения, сайта и рекламы, гарантий и т.д. Как нам известно букмекерские конторы, ставки относятся к азартным играм, чтобы как-то уберечь клиентов от зависимости, компания вводит такие ограничения как: 1. возраст клиентов не должен быть меньше 18 лет; 2. количество ставок для каждого клиента ограничено 1 ставкой в день.

В заключении хотелось бы перечислить плюсы и минусы такого бизнеса.

Плюсы: новые рабочие места, прибыль из ничего, налог государству, также, если хорошо развить этот бизнес, то можно создать новый вид профессиональной деятельности и добавить в высшие учебные заведения обучение спортивной аналитики, защита от азарта, пополнение государственного бюджета за счет зарубежных букмекерских компаний, высокая прибыль, никаких начальных вложений, простой и удобный механизм работы.

Минусы: разорение букмекерских контор. Но этот минус неприятен только для заграницы, если же брать исключительно зарубежные конторы.

Так как букмекерские конторы с каждым годом набирают обороты развития, то и этот бизнес, за счет капперов, не будет стоять на месте, будет развиваться и приносить свою пользу и прибыль.

Литература:

1. Соколов Д. А., Ракулиев Ш. Н. Тенденции развития букмекерских контор в России. // Аллея науки – 2017 – №5 - с. 300-306.

2. Пешин Н.Л., Песков А.Н. К вопросу о развитии экономики спорта, азартных играх и преступном поведении (о некоторых криминологических и правовых проблемах). // Национальные интересы: приоритеты и безопасность – 2016 – с. 152-159.

3. Федеральный закон "О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации" от 29.12.2006 N 244-ФЗ (последняя редакция).

*Копылова Д.В.,
студент 3 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
Краснодар, Россия
e-mail: german.daria@mail.ru*

*Научный руководитель:
Тазин А.А.,
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
Краснодар, Россия
e-mail: aatazin@fa.ru*

Проект создания интернет-сервиса для повышения миграционной активности в России

Аннотация: В данной статье рассматривается проблема осуществления переезда из-за не знания конкретного и подходящего для этого местожительства. В результате исследования был разработан проект специализированного сайта, где реализуется возможность поиска и отбора региона и города для переезда.

Ключевые слова: миграция, переезд, проект сайта, информационные-технологии.

*Kopylova D.V.,
student, 3 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: german.daria@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Tazin A. A.,
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: aatazin@fa.ru*

Project to create an Internet service to increase migration activity in Russia

Abstract: This article deals with the problem of moving because of ignorance of the specific and suitable place of residence. As a result of the study, a project of a specialized site was developed, where the possibility of searching and selecting a region and a city for moving is realized.

Key words: migration, moving, site project, information technologies.

Эмиграционные и миграционные процессы сейчас являются достаточно постоянным явлением в обществе. Во многом это объясняется стремительно растущей географической мобильностью граждан всех стран мира. Переезды обуславливаются многими причинами: получение достойного образования и хорошей работы, медицинские показания, изменение климатических, экологических условий, психологическая тяга к новому месту и жизни. И развитие ин-

формационных технологий с каждым днем способствует упрощению процесса смены местожительства людей, будь то соседняя улица, другой город или регион. Существует множество интернет-сервисов, благодаря которым можно рассмотреть возможность переезда, например: сайты Superjob, HeadHunter – расскажут ситуации на рынке труда; на сайтах Cian и Avito – можно посмотреть недвижимость и ее стоимость, а информационный портал федеральной службы государственной статистики проиллюстрирует социально-экономические и другие показатели регионов. Однако по-настоящему комплексного подхода и метода решения всех аспектов вопроса, связанного с переездом, не существует. Более того, стоит отметить, что помимо проблемы уже осуществления переезда, также можно наблюдать тенденцию, связанную с желанием переезда, которое подкреплено знанием места, подходящим для миграции, что, безусловно, делает смену местожительства для многих людей затруднительной.

В связи с этим целью данного исследования является разработка предложения по созданию «Миграционного навигатора» по России, который будет представлять собой специализированный интернет-сервис по определению максимально подходящего места жительства для пользователя среди населенных пунктов страны, а также просмотр самостоятельно выбранного места для переезда по различным критериям отбора.

Для определения целесообразности создания предлагаемого сайта, был проведен социологический опрос среди жителей России. Результаты представлены на рисунках 1,2.

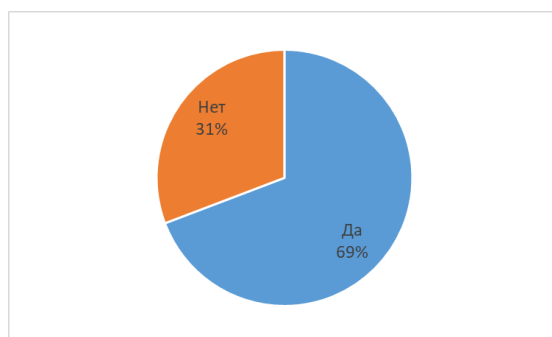


Рисунок 1 – Ответ на вопрос «Задумывались ли Вы о переезде внутри страны?»

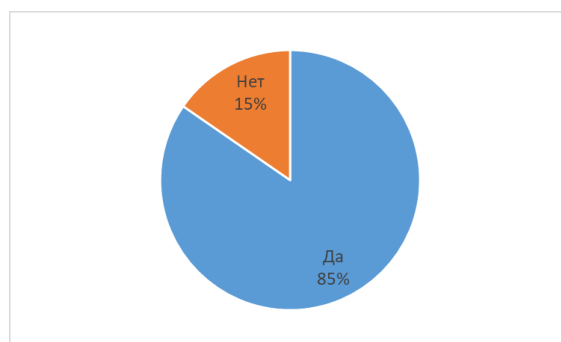


Рисунок 2 – Ответ на вопрос «Хотели бы Вы узнать какой регион/город в России максимально подходит для проживания именно Вам?»

Исходя из этого, можно сказать, что большая часть опрошенных задумы-

валась о смене местожительства, а значит потенциально данный сервис мог бы быть им полезен. Более того, стоит отметить, еще большей доле респондентов было бы интересно узнать о том, какое место в России подходит больше всего именно для них, что позволяет говорить о том, что услуги «Навигатора миграции» имеют хорошую перспективу для популяризации среди населения. Таким образом, можно утверждать об актуальности и практической значимости предложения по созданию подобного интернет-сервиса.

Так как же будет проходить процесс подбора нового местожительства? Рассмотрим данную процедуру поэтапно.

Первый этап – заполнение исходных данных на сайте.

Для возможности использования навигатора необходимо пользователю произвести выбор и настройку из предложенного списка информацию о себе: текущее место проживания, возраст, профиль и сфера занятости.

Второй этап – заполнение формы запроса.

Помимо ответов на вопросы социологического опроса, респондентам было предложено также написать важные для них факторы, определяющие выбор местожительства в масштабе города или субъекта. Благодаря этому, удалось выделить критерии, по которым навигатор должен проводить комплексную оценку и отбор регионов/населенных пунктов:

- Рынок труда и уровень заработной платы;
- Инфраструктура и масштабы города;
- Уровень жизни;
- Климат и погода;
- Экология;
- Географическое положение;
- Культурная развитость;
- Природа;
- Безопасность и уровень преступности;
- Народный рейтинг регионов;
- Рейтинг среди пользователей.

Делая выбор в том или ином фильтре в основном уже по готовым вариантам ответа, пользователь сможет самостоятельно определить степень важности и приоритетности каждого критерия, а также системой будет предусмотрена возможность оставить пустое значения поля ввода/выбора по тому или иному критерию.

Третий этап – Просмотр.

При подборе варианта по основным критериям система будет предлагать пользователю не один регион для рассмотрения, а несколько, которые будут представляться от наиболее подходящего к наименее в системе при выполнении запроса. После получения результатов выборки пользователь может ознакомиться с рейтингом и краткой характеристикой регионов, в зависимости от критериев.

После выбора подходящего субъекта страны пользователю предоставляется возможность просмотра региона в расширенном формате, а также подбор

конкретного места проживания, например, города, и примерного расчета стоимости переезда. Стоит отметить, что данный полноформатный режим предоставляется пользователю временно и действует в течении семи дней, далее необходимо подключить полный доступ к системе.Его стоимость носит символический характер: сам сервис автоматически предлагает оплатить сумму равную цене чашки кофе – 100 рублей, однако пользователь может самостоятельно откорректировать вносимую оплату. Таким образом, услугу сервиса можно получить минимум за 50 рублей, максимальное значение суммы оплаты не предусмотрено. Однако стоит отметить, что на первоначальном этапе развития и продвижения проекта полный доступ пользователю будет предоставляться за то, что тот «поделится» и «расскажет» о «Миграционном навигаторе» в социальных сетях (Вконтакте, Facebook, Одноклассники) на странице своего аккаунта, для этого также будут предусмотрены специальные кнопки.

Четвертый этап – Сохранение и выгрузка результатов.

После просмотра и выбора подходящих вариантов, результаты можно отправить результаты на электронную почту. Если пользователь работает в полноформатном режиме, то открыт доступ сразу и для скачивания полученных материалов.

Помимо того, что данный сервис может быть интересен выбранным для интеграции партнерам и рекламодателям, также, по нашему мнению, проект имеет ценность для органов государственной власти в рамках повышения географической мобильности граждан, которая окажет положительное влияние на распределение трудовых ресурсов по стране, увеличит популярность программ федеральных, региональных и муниципальных программ, например, в сфере предпринимательства, а также будет способствовать развитию субъектов в различных сферах. Поэтому «Миграционный навигатор» может также быть поддержан и со стороны государства в области финансирования, ресурсного обеспечения и тд.

На основании вышеизложенного, представим сильные и слабые стороны проекта, а также его возможности и риски (рис.3).

<p>Сильные стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> — Большой сегмент целевой аудитории — Интерес населения — Потенциальная заинтересованность органов государственной власти — Инновационность идеи — Широкий спектр возможных партнеров проекта — Перспектива развития 	<p>Слабые стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> — Отсутствие опыта внедрения подобных проектов в мире — Узконаправленная цель при получении услуги
<p>Возможности</p> <ul style="list-style-type: none"> — Получение прибыли — Улучшение ситуации на рынке труда — Увеличение уровня мобильности граждан по стране — Улучшение социальной среды 	<p>Риски</p> <ul style="list-style-type: none"> — Неокупаемость проекта

Рисунок 3 – SWOT-анализ проекта

Как мы видим, SWOT-анализ позволяет сделать вывод о том, что проект «Миграционного навигатора» можно считать достаточно перспективным и реально во плетимым в жизнь на территории России. А значит, предлагаемый сервис обладает хорошим потенциалом для разработки и дальнейшего развития, одним из которых может являться создание отдельного приложения.

Литература:

1. Бизнес-навигатор МСП-[электронный ресурс, режим доступа: <https://navigator.smbn.ru/st/31>(дата обращения: 05.02.2019)]

2. Навигатор поступления – [электронный ресурс, режим доступа: <https://propostuplenie.ru/university/>(дата обращения: 01.03.2019)]

УДК 004

*Куйда Г.Е.,
студент 1 курса
Финансовый университет при правительстве РФ, Краснодарский филиал
г. Краснодар, Россия
e-mail: german-k9@mail.ru*

*Научный руководитель:
Кирий В. А.,
старший преподаватель, к.ф.-м.н.
Финансовый университет при правительстве РФ, Краснодарский филиал
г. Краснодар, Россия
e-mail: vladimir@kiry.ru*

Внедрение информационных технологий в изучение иностранных языков

Аннотация: В статье ведется анализ внедрения информационных технологий в процесс изучения иностранных языков. Были представлены основные результаты научно-исследовательской работы, в результате чего была проанализирована информация и сделаны выводы.

Ключевые слова: информационные технологии, иностранный язык, ИТ в образовании.

*Kuida G.E.,
student, 1 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation, Krasnodar branch
Krasnodar, Russia
e-mail: german-k9@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Kiriy V.A.,
Candidate of Sciences (Physical and Mathematical)
Financial University under the Government of the Russian Federation, Krasnodar branch
Krasnodar, Russia
e-mail: vladimir@kiry.ru*

The introduction of information technology in learning foreign languages

Abstract: The article analyzes the implementation of information technologies in the process of learning foreign languages. The main results of the research work were presented, as a result of which the information was analyzed and conclusions were drawn.

Keywords: information technology, foreign language, IT in education.

Ни для кого не секрет, что за последние несколько лет, информационные технологии глубоко внедрили в разные сферы деятельности человека, в том числе и сферу образования. Одной из целей современного образовательного пространства является его информатизация. Главная цель внедрения информационных технологий в учебный процесс — повышение его качества и эффективности.

Информатизацию в значительной степени можно реализовать за счет внедрения в учебный процесс информационных технологий. В условиях современного динамичного развития общества и усложнения его технической и социальной инфраструктуры важнейшим стратегическим ресурсом становится информация [1].

Все ИТ делятся на обучающие, развивающие, образовательные. Обучающие технологии рассчитаны на систематическое и регулярное их применение преподавателем в решении задач обучающей деятельности. Развивающие технологии разрабатываются для активного совершенствования познавательных функций учащихся, пользующихся интернет-ресурсами. Образовательные технологии предназначены для расширения познавательных ресурсов для всех пользователей и удовлетворения их интеллектуальных запросов [2].

Цель исследования: провести анализ внедрения информационных технологий в обучении иностранным языкам.

Задачи исследования:

1. Выявить информационные технологии помогающие в обучении.
2. Выявить плюсы и минусы внедрения ИТ в образовательный процесс.

Основные информационные технологии используемые для упрощения обучения иностранных языков (табл. №1).

Таблица 1 – Информационные ресурсы используемые в обучение иностранным языкам.

№	Наименование	Пример
1	Видео-материалы	Видео-лекции
2	Аудио-материалы	Аудиозаписи
3	Электронные учебники	Методическое пособие в формате PDF
4	Образовательные порталы	duolingo.com
5	Вебинар платформы	clickmeeting.com

Все это помогает не только преподавателям, но и студентам, т.к. они могут дистанционно обучаться. Но, как и в других отраслях, здесь также имеются свои плюсы и минусы.

К плюсам можно отнести:

- Улучшение эффективности и качества образования.
- Занятия более увлекательные и запоминающиеся.
- Повышение качества наглядности.
- Возможность дистанционного обучения.

К минусам можно отнести:

- Требования к педагогам.
- Ухудшение физиологического состояния учащихся и педагогов.
- Большое количество недостоверной информации и некачественного контента.

Современное дистанционное обучение либо дополняет обучение в классе, либо направлено на достижение специальных целей в соответствии с разнообразными потребностями учащихся разного возраста. Эта система непрерывно развивается и поставщики образовательных услуг все более активно ищут «свою аудиторию» вне зависимости от возраста [2].

Виды дистанционного обучения:

- а) заочное обучение (с двумя-тремя сессиями в году и выполнением заданного количества контрольных заданий, высылаемых по почте);
- б) интерактивное обучение (с выполнением учащимися заданий учебных модулей и общением с педагогом по электронной почте);
- в) обучение в виртуальном сообществе (с участием в групповых видеоконференциях, чатах, блогах и интернет-проектах) [2].

В дистанционном обучении применяются следующие способы организации учебной деятельности:

- предъявление учебного материала;
- организация тренировочных заданий;
- использование «электронных тренажеров»;
- групповая работа в виртуальной учебной среде;
- индивидуальная работа под руководством тьютора посредством электронной почты или в реальном времени;
- выполнение индивидуальных учебных проектов;
- измерение успешности обучения на основе объективно наблюдаемых индикаторов [2].

Использование информационных технологий в обучении иностранным языкам закономерно ставит проблему информационной компетенции преподавателя иностранных языков, т.е. тех практических знаний современных возможностей компьютера и Интернета, и связанных с этим умений, которые необходимы педагогу в его обучающей деятельности.

Освоение педагогами новой техники — это не только знакомство с новыми информационными технологиями, но и умение грамотно их использовать в своей профессиональной деятельности. По мнению американского ученого

М. Ш. Ноулза, внесшего большой вклад в развитие теории и практики образования, одной из основных задач в сфере высшего профессионального образования является подготовка компетентных специалистов, которые были бы способны применять свои знания в изменяющихся условиях, а основная компетенция заключалась бы в умении включиться в постоянное самообучение на протяжении всей своей жизни [3].

В настоящее время существуют различные трактовки термина «профессиональная компетентность». Одна из них – способность учителя к эффективному осуществлению своей профессиональной деятельности.

Профессиональная компетентность учителя – понятие многогранное. В частности, А.С. Белкин определяет порядка 70 компетентностей педагога. Одной из основных компетентностей на современном уровне развития образования является информационная компетентность. В информационную компетенцию педагога можно включить следующие компоненты: цифровой, ресурсный, технологический (табл. №2) [4].

Таблица 2 — Компетенции педагога

Наименование компетенции	Обязанность
Цифровая	Создание и обработка интернет ресурсов
Ресурсная	Использование и создание сервисов
Технологическая	Умение и навыки в работе с программами

В результате проведенного исследования, мною был сделан вывод, что информационные технологии упрощают процесс изучения иностранных языков. позволяет активизировать деятельность учащихся, дает возможность повысить качество образования, повысить профессиональный уровень педагога. Новые технологии дают возможность обеспечить взаимодействие между педагогом и обучающимся в системе открытого и дистанционного обучения. Так как по сравнению с традиционным обучением, имеют ряд преимуществ:

1. Возможности дистанционного обучения.
2. Наглядная демонстрация за счет видеоматериала и презентаций.
3. Более эффективное усвоение материала.

Компьютерные технологии содержат огромный культурный и дидактический потенциал, который уже используется в обучении во всем мире. Однако для оптимального и эффективного использования информационных технологий в обучении иностранным языкам требуется огромная научно-исследовательская работа, результаты которой позволяют определить общие и частные принципы работы, критерии отбора материалов, а также существенно обновить арсенал методических средств и приемов обучения.

Так же для большего привлечения людей к изучению языков, можно использовать нейросеть для формирования интерактивного урока с яркой, статусной фигурой. Такое нововведение привлечет к изучению детей, которым будет интересно учить язык вместе с их любимыми героями и персонажами.

Литература:

1. Бариева А. А. Внедрение современных информационных технологий в образовательный процесс // Актуальные вопросы современной педагогики: материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Уфа, март 2015 г.). — Уфа: Лето, 2015. — С. 228-230. — URL <https://moluch.ru/conf/ped/archive/148/7414/> (дата обращения: 29.04.2019).
2. Журнал «Вестник» ТГУ, выпуск 5, 2012 г.
3. Интернет ресурс, URL: <https://center-yf.ru/data/Kadroviku/informacionnaya-kompetentnost-pedagoga.php>
4. Расширение библиотечного пространства в контексте программы "Информационное общество" Кирий В.А., Бакаева К.В. Культурная жизнь Юга России. 2018. № 4 (71). С. 105-107.

УДК 004.9

В.А. Левченко, Г.А. Батори,

студенты 3 курса,

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

Краснодар, Россия

e-mail: lerken_s@mail.ru

e-mail: hermanbathory@gmail.com

Научный руководитель:

Н.Ю. Нарыжная,

к. т. н., доцент

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

e-mail: nyunaryzhnaya@fa.ru

Биометрические системы как фактор влияния при выборе банка

Аннотация: В работе рассмотрены типы биометрических систем, их влияние на развитие банковского сектора. Также представлен практический интерес банковского сообщества к введению систем подобного рода. Авторами рассмотрен принцип работы систем аутентификации, указаны преимущества и недостатки, характерные для биометрии, ее роль в финансовом секторе и перспективы развития. Основываясь на данных организованного опроса, авторы проводят анализ предпочтений пользователей банковских услуг и оценку возможного влияния биометрических технологий как фактора при выборе банка с использованием регрессионного анализа.

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

Levchenko V.A., Bathory H.A.,

students, 3 courses

Financial University under the Government of Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: lerken_s@mail.ru

e-mail: hermanbathory@gmail.com

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

Biometric systems of authentication as a factor of influence in the process of choosing a bank

Abstract: This article aims at examining types of biometric systems and their impact on the development of the banking sector especially in the Russian Federation. The authors also take into account the practical interest of the banking community towards this new technology. The principle of authentication systems, the advantages and disadvantages characteristic of biometrics, its role in the financial sector and prospects for development are also discussed in this paper. Based on the data of the organized survey, the authors analyse the preferences of users of banking services, assess the possible impact of biometric technologies as a factor in choosing a bank using regression analysis.

Keywords: biometric systems, banks, economy, data protection, biometric technologies.

Создание условий для технологического прогресса, увеличение темпов роста научного прогресса – одни из наиболее приоритетных направлений развития Российской Федерации. Это обеспечивается созданием новых технологий, их внедрением, инновационным развитием внутреннего рынка товаров и услуг, увеличением объемов интеллектуальной собственности, усовершенствованием искусственного интеллекта.

Одним из подобных направлений является активно развивающаяся биометрическая идентификационная система, которая нашла широкое применение в банковской сфере. Данная технология выполняет одну из важнейших задач банковской системы – хранение персональной информации клиентов, способной являться коммерческой или личной тайной.

Банковский и финансовый сектор на сегодняшний день активно внедряют новейшие технологии в сферу услуг. Данные секторы отличает интерес к новым методам идентификации клиентов. Интерес этот заключается, как в стремлении повысить уровень информационной безопасности и защиты данных, так и в улучшении качества предоставляемого сервиса клиентам. В настоящее время целью банка является создание и внедрение такого способа идентификации, который потребует от клиента минимума усилий, и при этом обеспечит уверенностью в сохранности предоставленных данных.

Принцип работы биометрической системы заключается в том, что технология записывает образец определенной биометрической черты пользователя, обрабатывает информацию и сохраняет. Под чертами могут подразумеваться отпечатки пальцев, сетчатка глаза, рисунок вен, геометрия ладони и т.д. Система извлекает из биометрического образца уникальные индивидуальные черты, а

затем с помощью установленного алгоритма обрабатывает информацию и сохраняет, присваивая соответствующим информационным данным, которыми могут выступать имя, идентификационный номер и т.п. При дальнейшей работе система будет требовать аутентификацию, то есть сравнивать предоставляемые биометрические данные с теми, которые находятся в информационном банке, при совпадении она обеспечивает пользователю дальнейший доступ.

Биометрические системы распознавания личности массово начали применяться в некоторых странах в начале 90-х годов. Так в Канаде с 1993 года подобная система идентификации используется пограничными и иммиграционными службами, в качестве биометрического образца используются отпечатки пальцев. В США система нашла применение в работе правоохранительных органов, в биометрических системах страны хранится информация более 117 млн. американских граждан, здесь система работает на основе распознавания лиц. Мексика с 2011 года перешла на биометрические паспорта (ID-карты), которые выдаются детям до 17 лет. ID-карты включают в себя информацию о радужной оболочке глаз и отпечатках пальцев. Великобритания – страна, которая отличается быстроразвивающимся рынком биометрических технологий, применяет технологию, как в государственных, так и в частных заведениях. Биометрическое распознавание личности используется в пограничных службах, службах контроля миграции, школах, учреждениях правоохранительных органов и т.п. [4]

В Российской Федерации биометрические технологии используются правоохранительными органами, министерством обороны. С 2015 г. в стране выдают заграничные паспорта нового образца с биометрическими данными, с 2017 г. – водительские удостоверения. Также ведется работа над удостоверениями личности нового образца, которые будут содержать целый ряд биометрических показателей. «Аэрофлот» рассказал, что в ближайшем будущем собирается использовать биометрические системы при посадке пассажиров [8]. Более того, ряд банков в России инициировал активную политику по внедрению подобных технологий при работе с клиентами. Главная задача биометрии в банковском секторе – аутентификация клиента.

Аутентификация человека в различных системах основывается на трех фундаментальных принципах:

- Собственность. К данному положению могут относиться ключ, документы, удостоверяющие данные, пластиковая карта и т.д.
- Знание. Характеризуется наличием специфической информации: коды, пароли, ответы на специальные вопросы и т.д.
- Биометрические характеристики. Это могут быть рисунки вен, сетчатка глаза, овал лица и т.д.

Следует отметить, что данные принципы могут использоваться как вместе, так и отдельно. Они являются основанием для двух главных направлений биометрической системы: верификация и идентификация.

Верификация – метод подтверждения личности через биометрический признак. Данный способ основывается на том, что первичная аутентификация была пройдена по одному из двух оставшихся принципов. Таким образом, ме-

тод на основе информации или собственности подтверждает личность через биометрический признак. Верификация является наиболее надежным способом аутентификации, так как имеет двухфакторную систему, сводящую ошибку системы к минимуму. Однако именно двухфакторная система и является ее недостатком, пользователю необходимо будет помнить пароль или постоянно иметь при себе наличие какой-либо подтверждающей собственности.

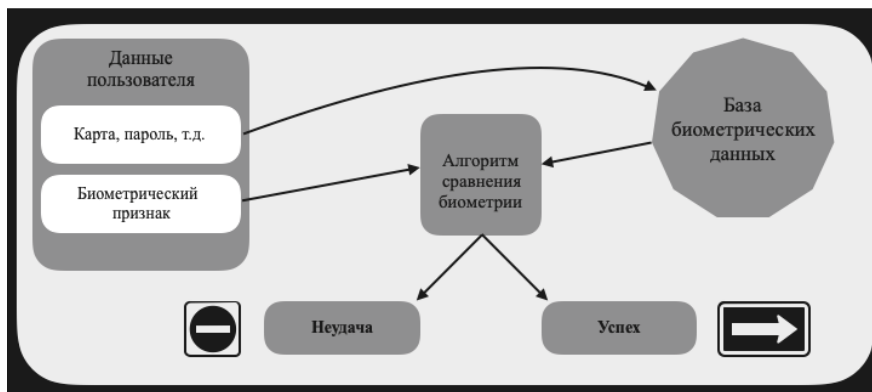


Рисунок 1.- Принцип работы верификационного метода

Идентификация – метод подтверждения личности, не требующий дополнительной информации или собственности. Поиск и сравнение биометрического признака осуществляется по всей базе данных и не требует предварительной стадии. Работа данного метода основывается на оценке предоставленного биометрического образца, его анализе и поиске соответствия в базе данных. Минусом данного метода является то, что при увеличении объема информационной базы, происходит увеличение времени работы идентификационного алгоритма[3].

Следует отметить, что биометрические системы аутентификации имеют естественные ограничения. Это обусловлено тем, что главным принципом данных систем является сопоставление двух биометрических образцов. Идеальная схожесть биометрических признаков при процессах регистрации и аутентификации встречается редко. Это обусловлено различным положением пальца при снятии/ сканировании отпечатка, позами при фотографировании и анализе и т.д. В таких случаях может произойти ложное соответствие или ложное несоответствие. Первое происходит когда два биометрических образца полученных от пользователя имеют низкий процент схожести. Пользователь получает отказ в дальнейшем доступе. Второе происходит, когда два биометрических образца, полученные от разных индивидуумов имеют высокий процент схожести. В таком случае посторонний человек получает дальнейший контроль над действиями[3].

Биометрические методы аутентификации являются одним из высокотехнологических нововведений в сфере банковской деятельности, в частности, система распознавания лиц. Биометрические технологии активно интегрируются в различные сферы, являясь удобным инструментом для решения широкого спектра задач.

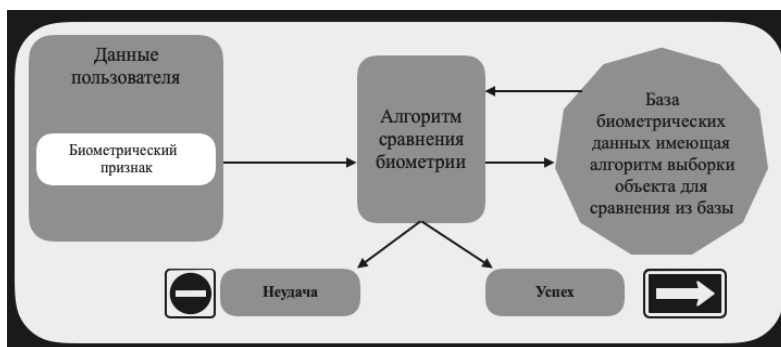


Рисунок 2 – Принцип работы идентификационного метода

Выделяют два типа систем биометрических данных:

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

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

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

На мировом рынке биометрических систем активно применяются различные технологии [4]. Отпечатки пальцев занимают наибольшую долю на рынке биометрических систем, следом за ними идет идентификация по лицу.

Однако, в соответствии с прогнозами до 2022 года, технология идентификации по отпечаткам пальцев будет расти медленнее средних темпов роста рынка биометрических систем в целом. При этом доля технологий идентификации по лицу вырастет в среднем на 2%, хотя темпы роста останутся ниже среднерыночных. Специалисты также прогнозируют рост в сегментах технологий идентификации по рисунку вен, голосу, радужной оболочке [4].

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



Рисунок 3.- Биометрические данные, активно применяющиеся на мировом рынке

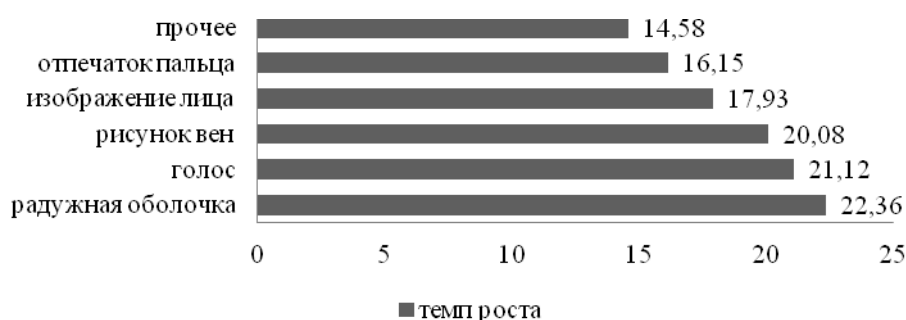


Рисунок 4.- Прогноз среднегодового темпа роста рынка биометрических систем до 2022 г., %

Обращаясь к зарубежному опыту применения биометрических технологий в банковском секторе, можно отметить, что большинство крупных банков США, Европы и стран Азии активно внедряют биометрию. По оценкам компании «TCS» 70% технологий используются в клиентских сервисах и лишь 30% – в корпоративных целях. Отсюда можно сделать вывод, что зарубежные банки стремятся упростить процедуру идентификации клиентов, путем включения новых технологий в сферу финансовых операций. Так, например, два крупных банка Сингапура «DBS Bank» и «Oversea-Chinese Banking Corp» используют системы распознавания голоса в своих call-центрах. В Великобритании «Barclays» используют технологию идентификации по рисунку вен пальца – VeinID для реализации доступа в мобильное приложение и платежей, помимо этого банк активно применяет голосовую биометрию. Крупнейшие банки США «Bank of America», «JPMorgan Chase», «Wells Fargo» уже используют идентификацию пользователей по отпечаткам пальцев в мобильном банкинге. Также «Wells Fargo» активно применяет решение российской биометрической компании ЦРТ – VoiceKey. OnePass – сочетание технологий распознавания по голосу и лицу. Таким образом, международные банки интегрируют системы двухфакторной биометрической аутентификации для обеспечения безопасности доступа пользователей к их личным кабинетам [4].

Российские банки также активно внедряют данную систему в финансовую деятельность в целях предотвращения мошеннических действий и повышения удобства для клиентов. Например, во многих крупных банках применяются голосовые технологии, технологии распознавания изображений, а также сканирование отпечатка пальца при входе в мобильное приложение банка или же для доступа к ячейке[6].

Ведущие российские банки, такие как «Сбербанк», «ВТБ», «Тинькофф Банк», «Альфа Банк» участвуют в разработке пилотов подтверждения личности с применением новейших биометрических технологий. В мобильной аутентификации наиболее передовыми являются технология Touch ID, а также голосовая биометрия. Кроме того, «ВТБ24» в 2017 году запустил пилот по подтверждению личности с использованием фотографии и голоса своих клиентов, однако проект отложили, сосредоточившись на развитии аутентификации только по «селфи».

Среди перечисленных банков следует выделить «Сбербанк», который с октября этого года приступил к сбору биометрических данных клиентов на собственной платформе [7]. Клиенты могут сдать голосовые данные в отделении банка или через call-центр в голосовом меню IVR. Представители банка отмечают, что в «Сбербанк Онлайн» также запущен функционал сбора согласий на обработку персональных данных [7]. Это позволит клиентам быстрее и безопаснее подтвердить личность при звонке в контактный центр. Собранные данные будут храниться в Единой биометрической системе, оператором которой является «Ростелеком».

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

1. Регистрация физического лица в ЕСИА и Единой биометрической системе – идентификация лица на основе ФЗ от 07.08.2001 № 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма», непосредственно регистрация пользователя и сбор биометрических образцов [2].

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

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

Особое внимание при внедрении нового механизма уделяется обеспечению защиты персональных данных. Банк России будет осуществлять контроль и надзор за выполнением банками организационных и технических мер по обеспечению безопасности персональных данных [4].

Безусловно, следует отметить важную роль государства в регулировании механизма удаленной аутентификации. Биометрические данные – это сведения,

компрометация которых ведет к серьезным последствиям. В этом случае государство берет под свой контроль создание уполномоченного органа, единых требований к передаче личных данных, их хранению и обработке.

В соответствии с Федеральным законом «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» № 482-ФЗ [1] появится федеральный орган власти, который будет осуществлять регулирование в сфере идентификации на основе биометрических персональных данных. В его сферу регулирования будут входить следующие действия:

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

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

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

Перечисленные требования будут устанавливаться по согласованию с Банком России[4].

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

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

Подводя итог, следует отметить, что Российский рынок финансовых услуг выходит на новый уровень развития, способный конкурировать с иностранными рынками.

Для определения важности биометрических технологий как фактора при выборе банка авторами организован и проведен опрос среди пользователей

банковскими услугами. Опрос включал в себя как вопросы с несколькими вариантами, так и с развернутыми.

В опросе принимали участие 167 человек. Ниже приведен рисунок 5, из которого следует, что наиболее широко представлена возрастная группа от 18 до 22 лет.

Респонденты должны были отметить свой статус, оценить работу мобильного приложения своего банка, рассказать о своем отношении к биометрическим технологиям, их применении в повседневной жизни и указать является ли внедрение биометрических технологий ключевым фактором при выборе банка.

Таблица 1 – Процентное соотношение ответов на вопросы в проводимом опросе

Вопросы	Ответы				
	Студент 64,7%	Работающий 32,3%	Безработный 1,2%	Пенсионер 1,8%	
«Являетесь ли вы пользователем мобильного приложения Вашего банка?»	Да 95,8%			Нет 4,2%	
«Насколько от 1 до 5 Вы оцениваете работу приложения Вашего банка, где 1-очень плохо, 5-очень хорошо»	1 2,4%	2 1,8%	3 7,2%	4 42,5%	5 46,1%
«Используете ли Вы биометрические технологии в повседневной жизни?»	Да 80,2%			Нет 19,8%	
«Как Вы относитесь к внедрению биометрических технологий в банковской сфере?»	Положительно 61,1%		Нейтрально 31,1%	Отрицательно 7,8%	
«Сдавали ли Вы биометрические данные в своем банке?»	Да 9%			Нет 91%	
«В ситуации, когда Ваш банк не намеревался бы внедрять биометрические технологии для повышения безопасности, сменили бы Вы его на тот, который бы использовал данную технологию?»	Да 31,1%			Нет 68,9%	

Процентное соотношение возрастных групп респондентов показывает, что почти 75% из них – активные молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет, 25% приходится на людей среднего и более старшего возраста – более 30 лет (рис. 5).

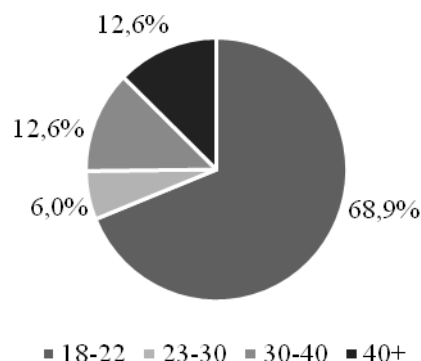


Рисунок 5.- Процентное соотношение возрастных групп в проведенном опросе

Большинство опрошенных (95,8%) являются пользователями мобильного приложения своего банка, это говорит о том, что они предпочитают выполнять большинство простых операций, не посещая банк или пользуясь компьютером, это также подтверждает, что они отдают предпочтение комфорту и скорости совершения подобных действий. Биометрические технологии способны еще больше повысить показатели комфортности и скорости выполнения операций, более того, их главным преимуществом является безопасность.

Отрицательно к внедрению биометрических технологий в банковской сфере относится 7,8%, подавляющее большинство 61,1% – положительно, а 31,1% нейтрально. Сами респонденты, ответившие положительно объясняют свои ответы на данный вопрос преимущественно следующим образом:

1. Повышенная безопасность.
2. Ускоренный процесс работы банка.
3. Возможность пользоваться услугами банка на расстоянии.

Те, кто выбрал ответ «нейтрально» затрудняются в объяснении. Они отмечают, что они либо не понимают, как это изменит их привычный процесс взаимодействия с банком, либо до конца не понимают, в чем заключаются задача и назначение биометрических технологий.

Респонденты, ответившие отрицательно, уверены, что данная технология способна стать источником новых проблем, а не инструментом их решения. Прежде всего, их беспокоит вопрос безопасности хранения биометрических данных.

Однако когда респондентам был задан вопрос «В ситуации, когда Ваш банк не намеревался бы внедрять биометрические технологии для повышения безопасности, сменили бы Вы его на тот, который бы использовал данную технологию?» большая часть (68,9%) ответили отрицательно. Для того чтобы понять, на чем основывается подобный ответ, авторами был включен вопрос с развернутым ответом, где респондентам предлагалось пояснить свой выбор. Основываясь на данных ответах, можно сделать вывод о том, что условия предоставления банковских продуктов намного важнее для респондентов, нежели вопрос безопасности. Поэтому в подобной ситуации, ключевым аспектом будут выступать банковские продукты и условия их предоставления, а не применение биометрических технологий.

Представим полученные ответы в виде круговой диаграммы, где число ответивших выражено в процентном соотношении к общему числу респондентов.

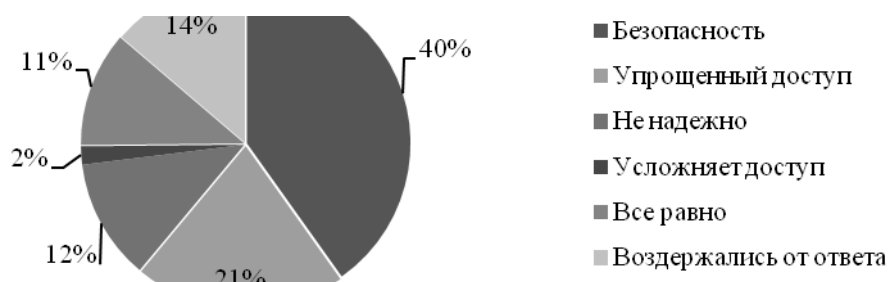


Рисунок 6.- Удельный вес групп респондентов по уровню доверия биометрическим технологиям в банке, %

Исходя из результатов диаграммы 7, подавляющее большинство ответивших (40%) уверено, что внедрение биометрии повышает безопасность и сохранность информации, а также является одним из факторов доверия банку своих личных данных. Следующая группа опрошиваемых (21%) придерживается мнения, что биометрия в мобильном банкинге, а также в банковских отделениях упрощает получение услуг, доступ клиента к личным данным, при этом сохраняя высокую степень безопасности. Однако 12% респондентов не уверены в надежности подобной системы защиты личных данных и сомневаются в том, что злоумышленники не смогут получить доступ к конфиденциальной информации из единой системы хранения. 2% опрошенных считают, что биометрия усложняет доступ к услугам и входу в мобильный банкинг тем, что следует сдавать образцы или же иметь под рукой гаджет, оснащенный биометрическим сканером. Тем не менее, среди участников опроса остаются те, кому все равно (12%) и те, кто воздержались от ответа (14%).

Анализируя полученные ответы и учитывая тот факт, что большинство ответивших – молодые люди от 18 до 22 лет, очевидно, что пользователи онлайн-банкинга уверены в сохранности данных с вводом биометрии, отмечая удобный доступ, быстроту получаемых услуг и растущие технологии. Что касается респондентов, воздержавшихся от ответа, не уверенных в пользе данной технологии и тех, кому все равно, здесь немаловажным фактором выступает низкая финансовая грамотность населения. Большинство граждан не заинтересовано в безопасности личных данных потому, что не понимает последствий мошеннических действий по отношению к их финансам. В этой связи, на крупные банки и финансовые организации возложена обязанность уделять больше внимания распространению полезной для клиентов информации, проведению курсов финансовой грамотности не только среди работников, но и среди обычных граждан. Это позволит сократить уровень мошенничества: люди будут заранее знать, и понимать, с чем могут столкнуться. Более того, чем выше финан-

совая грамотность населения, тем больший интерес оно проявляет к банковским продуктам и услугам, что, конечно же, даст толчок развитию и внедрению новых технологий в банковский сектор.

Основываясь на полученных из опроса данных, составлена таблица, с помощью которой можно оценить влияние таких факторов как возраст, оценка мобильного приложения и отношение респондента к биометрии на выбор банка: поменяет ли человек банк, не использующий биометрию, на внедривший такую технологию. Ниже приведена модель таблицы (таблица 2), в которой число респондентов – 167, а письменным ответам поставлены в соответствие баллы 1, 2 или 3. Так, например, в вопросе о выборе банка с биометрией ответу «да» присвоена оценка в 2 балла, ответу «нет» – 1; положительной оценке биометрии присуждается 1 балл, нейтральной – 2 балла, отрицательной 3 балла. Возрастные группы были поделены на категории от 1 до 4, где к первой категории относились молодые люди в возрасте от 18 до 22 лет, ко второй категории – от 23 до 30. К третьей категории относились люди возрастом 30-40 лет и к четвертой – категория людей от 40 лет и старше. Оценка мобильного приложения производилась по 5-балльной шкале, где 1 – очень плохо, а 5 – очень хорошо.

По этим данным был произведен корреляционный анализ и с помощью шкалы Чеддока оценена величина корреляции между приведенными показателями. Корреляционная матрица представлена в таблице 2.

Таблица 2 – Корреляционная матрица

	Банк с биометрией	Отношение к биометрии	Возраст	Оценка мобильного банка
Банк с биометрией	1	-0,2498	0,0724	0,0095
Отношение к биометрии		1	0,1728	-0,0978
Возраст			1	-0,0022
Оценка мобильного банка				1

В соответствии со шкалой Чеддока между выбранными показателями связь очень слабая или же практически отсутствует. Однако такие результаты были ожидаемы, так как полученные данные характеризуются высокой неоднородностью, как в возрастных группах, так и по отношению к биометрии. Как упоминалось выше, «нейтральное» или «отрицательное» отношение связано с тем, что респонденты либо не понимают, о чем идет речь, либо никогда не сталкивались с подобными технологиями, что они и пояснили в развернутых ответах (рис. 7).

Анализируя данные корреляционной матрицы, на выбор банка (с биометрией или без) в основном влияет отношение людей к подобной технологии. Респонденты отмечали, что биометрическая система данных – это надежный и безопасный способ хранения банковской информации. Однако, как отмечалось выше, на вопрос о смене банка, который не использует биометрические техно-

логии, большинство ответивших (69,4%) отказались менять банк, обосновывая это тем, что их устраивает клиентская политика и банковские продукты в банке, клиентом которого они являются. Это говорит о том, что люди не осведомлены в достаточной мере о рисках и различного рода мошеннических действиях по отношению к банковским счетам и информации.

На основании проведенного анализа, можно сделать вывод, что на данный момент невозможно полноценно оценить влияние такого фактора как «отношение к биометрии» на выбор банка, применяющего биометрические системы в своей деятельности, по ряду причин. Во-первых, несмотря на положительные отзывы респондентов о преимуществах биометрии, лишь 31% опрошенных согласились сменить банк на новый, если их банк не использует биометрические образцы как идентификацию клиента. Свои ответы респонденты пояснили тем, что для них ключевым аспектом выступают банковские услуги и продукты, условия их предоставления, а не применения биометрических технологий. Отсюда следует, что вопрос безопасности – не основной критерий при выборе банка. Во-вторых, весомую долю среди участников опроса, а именно 39%, составляют респонденты, воздержавшиеся от ответа, считающие биометрию ненадежной или высказывающиеся против ее внедрения в банковские услуги. Таким образом, можно прийти к выводу, что это связано с непониманием, о чем идет речь (рисунок 7 – 0,6% ни разу не сталкивались с биометрией), также с невозможностью оценить преимущества или недостатки ввиду субъективных причин: отсутствие интереса к наукоемким банковским технологиям, низкий уровень финансовой грамотности, недоверие к существующим системам защиты.

В связи с этим можно предложить следующие пути решения данной проблемы. Направить деятельность финансовых организаций и банков на развитие интереса среди населения к новым технологиям, применяемым в банковской и финансовой сферах. Данное направление может быть реализовано посредством обучающих программ: онлайн-вебинаров, открытых лекций и других мероприятия, ставящих своей главной целью поднятие финансовой грамотности. Следует вовлекать молодежь и студентов, которые проявляют повышенный интерес к новейшим технологиям и активно ими пользуются в повседневной жизни. Среди преимуществ осуществления подобного направления можно выделить растущий уровень финансовой грамотности населения. Чем выше уровень финансовой грамотности, тем выше интерес к банковским продуктам и услугам, что, в свою очередь, даст толчок развитию и внедрению новых технологий в банковский сектор.

Кроме того, на основе вышесказанного, следует также подчеркнуть практический интерес банковского сообщества от внедрения биометрии. Во-первых, это развитие банковского сектора, путем внедрения новейших технологий. Во-вторых, повышение конкурентоспособности, что выражается в поиске ранее не внедряемых в банковскую сферу разработок. В-третьих, благодаря улучшению качества услуг, обусловленного новыми методами, вводимым в банковскую систему, банк способен привлечь все больше клиентов. Также, стоит сказать, что новые технологии во многом упрощают финансовые сделки, позволяют расши-

рить спектр услуг, предоставляемый банком, повысить уровень безопасности системы [4].

Литература:

1. Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 31.12.2017 N 482-ФЗ.
2. Федеральный закон «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» от 07.08.2001 № 115-ФЗ.
3. Anil K. Jain, Kathik Nandakumar, Biometric Authentication: System Security and User Privacy. // IEEE Computer, November 2012 P. 87-92.
4. Левченко, В.А. Биометрические системы и их применение в банковском секторе Российской Федерации [Текст] / В.А. Левченко, В.В. Бондаренко // Экономика, финансы, проектное управление и социальная сфера России: императивы устойчивости: Материалы региональной научно-практической конференции студентов и молодых учёных: сб. статей. – 2018. С. 22-28.
5. 360TV [Электронный ресурс]: сайт / - Режим доступа URL:<https://360tv.ru/news/tekst/biometrics-bank-system/> (дата обращения: 14.11.2018).
6. РБК [Электронный ресурс]: сайт / - Режим доступа URL: <https://www.rbc.ru/finances/19/02/2018/5a8aadfd9a7947193fced49f> (дата обращения: 14.11.2018).
7. 5Lenta.ru [Электронный ресурс]: сайт / - Режим доступа URL: <https://lenta.ru/news/2018/10/05/biobank/> (дата обращения: 14.11.2018).
8. РБК [Электронный ресурс]: сайт / - Режим доступа URL: <https://www.rbc.ru/business/14/11/2018/5bec387c9a7947e4d1ebf5d9?> (дата обращения: 14.11.2018).

УДК339.138

*Непомнящая О.В.,
студент 3 курса,
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, РФ
E-mail: o.nep1997@yandex.ru*

*Научный руководитель
Ариничев И.В.,
доцент, к.э.н.
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, РФ
E-mail: iarinichev@gmail.com*

Реклама и объем продаж: эконометрическая реализация

Аннотация: В статье поднимается вопрос целесообразности включения в классическую функцию спроса параметра количества рекламных сообщений.

Были проведены теоретические и практические исследования зависимости объема продаж от объема рекламы, в результате чего был сделан вывод о том, что оптимальное отношение объема рекламы к объему продаж зависит только от отношения эластичности рекламных сообщений к ценовой эластичности спроса.

Ключевые слова: Реклама, функция спроса, зависимость спроса от рекламы, эластичность рекламных сообщений, эластичность спроса.

*Nepomnyaschaya O.V.,
Student, 3 courses
Kuban State University
Krasnodar, Russian Federation
E-mail: o.nep1997@yandex.ru*

*Scientific Adviser:
Arinichev I.V.,
Candidate of Science (Economics), Docent
Kuban State University
Krasnodar, Russian Federation
E-mail: iarinichev@gmail.com*

Advertising and sales: econometric implementation

Abstract: The article raises the question of the expediency of including the parameter of the number of advertising messages in the classical demand function. Theoretical and practical studies of the dependence of sales volume on advertising volume were carried out, as a result of which it was concluded that the optimal ratio of advertising volume to sales volume depends only on the ratio of the elasticity of advertising messages to the price elasticity of demand.

Keywords: Advertising, demand function, dependence of demand on advertising, elasticity of advertising messages, elasticity of demand.

Влияние рекламы на современного человека сложно переоценить. Она побуждает нас покупать то, что нужно производителям, любить то, что нужно производителям и верить в то, во что нужно им же.

Из экономической теории известно, что функция спроса Q зависит от цены, и что эта зависимость обратно пропорциональна. Однако на совокупный спрос влияет не только цена товара, но и его продвижение. Недаром в рекламу из года в год вкладываются все большие средства и силы, а ведущие корпорации готовы платить профессиональным маркетологам баснословные суммы. Попробуем доказать зависимость Q от количества рекламных сообщений M на практике.

Так как товары одной и той же фирмы могут рекламироваться в различных источниках, на данном этапе развития маркетинговых технологий не представляется возможным точный подсчет доставленных рекламных сообщений. Можно взять примерные статистические данные, скажем, баннер на перекрестке в день видит 1000 человек. Однако далеко не каждый из них действительно принял данное сообщение, а главное, запомнил его. Для анализа часто прово-

дятся различные опросы потребителей, в частности, задается вопрос: «откуда Вы узнали о нашем товаре?».

Для получения более точных данных возьмем продажи наручных часов Orient на интернет-платформе магазина «Ювента» (табл.1). Количество доставленных рекламных сообщений принимается равным количеству кликов по ссылке с рекламным баннером в интернете.

Пусть функция спроса будет иметь вид $Q = Q (M, P)$, где Q — количество товара; P — цена.

Перед нами стоит три вопроса:

- 1) Вид модели;
- 2) Целесообразность включения M в модель;
- 3) Значимость уравнения и коэффициента при M .

С помощью пакета анализа табличного редактора MS Excel была проведена проверка различных моделей методом наименьших квадратов и получены следующие результаты:

- 1) Линейная модель

$$Q (P;M) = \alpha + \beta * P + \lambda * M$$

$$Q = 5,980 - 0,00017 P + 0,00344 M$$

$$R^2 = 0,68.$$

- 2) Дробно-линейная модель:

$$Q (P;M) = (\alpha + \beta * M) / \lambda + \gamma * P$$

$$Q = (10,83 + 231,19 * M) / 7,949 + 2,95 * P$$

$$R^2 = 0,71.$$

- 3) Степенная модель:

$$Q (P;M) = \alpha * P^\beta * M^\lambda$$

$$Q = 0,558 * P^{-0,189} * M^{0,625}$$

$$R^2 = 0,82.$$

Таблица 1 – статистика продаж магазина «Ювента»

	Q (шт)	P (руб)	M (клик)
Январь, 2018	11	14990	2151
Февраль, 2018	14	14990	3119
Март, 2018	12	14990	2567
Апрель, 2018	10	14990	1956
Май, 2018	9	14990	1502
Июнь, 2018	10	14990	1837
Июль, 2018	13	14990	2751
Август, 2018	11	15400	2129
Сентябрь, 2018	10	15400	1964
Октябрь, 2018	14	15400	3058
Ноябрь, 2018	15	15400	3290
Декабрь, 2018	10	15400	1957
Январь, 2019	12	15400	2542
Февраль, 2019	11	15400	2156
Март, 2019	8	15400	1423

Как видно при сравнении, последнее уравнение является наиболее достоверным. Для проверки статистической значимости коэффициента λ , был использован t-критерий Стьюдента

$$T_{\text{набл 1}} = -4,856492$$

$$T_{\text{набл 2}} = 4,143957$$

$$T_{\text{крит}} = 2,0738731$$

$t_{\text{набл}} > t_{\text{крит}}$, что доказывает целесообразность включения M в модель функции спроса.

Проверим гипотезу H_0 о совокупной значимости всех коэффициентов уравнения на основе F-критерия Фишера

$$F_{\text{набл}} = 92,539751$$

$$F_{\text{крит}} = 3,8852938$$

$F_{\text{набл}} > F_{\text{крит}}$, гипотеза отвергнута. Можно сделать вывод о прямой зависимости Q от M .

Выведем формулу прибыли как разницу между доходом и издержками:

$$\pi = P * Q(M,P) - C [Q(M,P)] - M * T,$$

где T – цена одного рекламного сообщения, а $C[Q(M, P)]$ показывает, что издержки производства зависят от объема выпуска Q , который в свою очередь, зависит от цены P и количества рекламных сообщений M , как мы убедились ранее.

Примем параметр T неизменным, в таком случае получаем абсолютно эластичную кривую предложения.

Условие первого порядка для максимизации прибыли выглядит следующим образом:

$$d\pi/dP = P * dQ/dP + Q - (dC/dQ) * (dQ/dP) = 0.$$

Далее обозначим предельные издержки $MC = dC/dQ$, получим:

$$(P - MC) * dQ/dP = -Q.$$

Разделим обе части уравнения на P , а затем на dQ/dP . В результате уравнение будет выглядеть как:

$$(P - MC)/P = -1/E,$$

где $E = (dQ/dP) * (P/Q) = d \ln Q / d \ln P$ — это эластичность спроса по цене.

Условие первого порядка для максимизации прибыли по количеству рекламных сообщений M , соответственно:

$$d\pi/dM = (P - MC) * dQ/dM - T = 0,$$

что дает нам:

$$(P - MC) * dQ/dM = T.$$

Для дальнейшей интерпретации результатов рассмотрим эластичность величины спроса по количеству рекламных сообщений как:

$$m = (dQ/dM) * (M/Q).$$

Это будет значить, что

$$dQ/dM = m * Q/M.$$

Если подставить это выражение в предыдущее уравнение, получим:

$$(P - MC) * m * Q/M = T,$$

это означает, что

$$(P-MC)/P = (1/m) * (M*T)/(P*Q).$$

Поскольку левые части уравнений совпадают, мы можем приравнять и их правые части. Сделав это и выполнив нужные перестановки, получим следующий результат:

$$(M*T)/(P*Q) = -m/E.$$

Данное уравнение означает, что оптимальное отношение объема рекламы (цена одного рекламного сообщения, умноженную на их количество) к объему продаж (цена товара, умноженная на объем продаж) зависит только от отношения эластичности рекламных сообщений к ценовой эластичности спроса.

Теперь мы можем сделать ряд выводов.

Оптимальное соотношение рекламы и объема продаж возрастает по мере уменьшения эластичности спроса по цене в абсолютном значении. Следовательно, фирмам, не имеющим конкурентов, для максимизации прибыли выгоднее держаться стратегии наращивания объема рекламных сообщений, а не снижения стоимости продукции, если спрос будет становиться менее эластичным по цене.

Говоря о продуктах, давно завоевавших свои позиции на рынке, то m и E для них зачастую оказываются практически неизменными. Когда такое происходит (даже если цены на рекламу в СМИ резко изменятся), оптимальное соотношение объемов рекламы и продаж остается на прежнем уровне.

Таким образом, данное уравнение дает возможность рационально интерпретировать часто наблюдаемое явление — стабильность соотношения объемов рекламы и продаж для товаров, давно занявших свою нишу на рынке; это соотношение также объясняет широко распространенную в промышленности практику формирования рекламных бюджетов в виде фиксированного процента от ожидаемого объема продаж.

Применительно к новым продуктам регулярно высказывается гипотеза о том, что эластичность продаж по рекламе m изначально высока, а затем постепенно снижается, между тем как эластичность спроса по цене E сперва мала, а затем увеличивается по модулю. Это позволяет предположить, что для новых товаров изначальное соотношение объемов продаж и рекламы в чаще всего будет сильно отличаться от того же соотношения на более поздней или завершающей стадии жизненного цикла продукта.

Данные выводы важны для фирм, желающих максимизировать свою прибыль, а так же могут дать представление об оптимальных расходах на рекламу с учетом желаемого объема продаж. Таким образом, представляется целесообразным включить параметр объема рекламы в функцию спроса для возможности более точного прогнозирования возможного объема продаж, исходя из эластичности спроса и эластичности рекламных сообщений.

Литература:

1. MicrosoftExcelOnline <https://office.live.com/start/Excel.aspx>
2. Берндт Э.Р. Практика эконометрики: Классика и современность // М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.

3. Кремер, Н. Ш. Эконометрика: учебник для студентов высших учебных заведений // М. : ЮНИТИ, 2008 .

4. Маслова А.А. Оценка инноваций, современных тенденций в рекламе и маркетинге // Теория и практика современной науки. 2018. № 5 (35). С. 529-532.

5. Н. Дрейнер, Г. Смит: Прикладной регрессионный анализ/Пер. с англ., М.: Статистика, 1973.

6. Федеральная служба государственной статистики - <http://www.gks.ru/>

УДК 004

Радионова К.Ю.,

студент 4 курса

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: kristina_radionova_97@mail.ru

Научный руководитель:

Кирий В.А.,

к. ф.-м. н., старший преподаватель

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: vladimir@kiry.ru

Принципы разработки информационной системы анализа конкурентной среды по «1С»-представителям

Аннотация: В статье ставится задача метода совершенствования процессов, формирования модели информационной системы. Определена возможность применения СММІ методологии, к разработке технологий автоматизации.

Ключевые слова: 1С, BPMN, СММІ, уровни зрелости, процессные области, оптимизация.

Radionova K.Y.,

Student of, 4 courses

Financial University under the Government of the Russian Federation (KF)

Krasnodar, Russia

e-mail: kristina_radionova_97@mail.ru

Scientific Adviser:

Kirij V.A.,

Candidate of Physico-Mathematical Sciences

Financial University under the Government of the Russian Federation (KF)

Krasnodar, Russia

e-mail: vladimir@kiry.ru

Study of the interrelationships of process areas of the CMMI maturity level definitions for the Organization

Annotation: The article sets the task of the method of improving processes, the formation of a model of an information system. The possibility of application of

CMMI of methodology, to development of technologies of automation is defined.

Keywords: 1С, BPMN, CMMI maturity levels, process area, optimization.

На сегодняшний день спрос на программные продукты «1С» достаточно велик и запросы на покупку и внедрение превышают 3 млн. в месяц. Поисковые системы, к которым в большей степени вероятности прибегают потенциальные клиенты «1С», формируют ранжированный список «1С»-представителей, занимающихся продажей и внедрением программных продуктов «1С», исходя из вложений в разработку и продвижение сайта, не учитывая реальные возможности, компетенции фирм. Как следствие – возникает риск получения недостоверной информации об «1С»-представителях, из-за невозможности отображения процессных возможностей компаний.

Непрозрачность сведений о компетенциях «1С»-представителей объясняет актуальность разработки информационной системы, основу которой будет составлять научно-обоснованный способ выдачи информации об 1С-представителях, их возможностях.

Целью исследования является описание бизнес-процессов и построение плана оптимизации, обзор существующих методологий для проектирования и разработки информационной системы анализа конкурентной среды «1С».

Компания «1С» – российский разработчик и дистрибьютор программного обеспечения и баз данных. Программные продукты «1С» разработаны на платформе «1С» Предприятие 8 и являются «стандартом» для бухгалтерского, управленческого и других видов учета в организациях малого и среднего бизнеса. Компания осуществляет свою деятельность с помощью дочерних компаний и партнерской сети.

На рынке услуг компании-партнеры «1С» конкурируют друг с другом, предлагая различные виды консалтинговых услуг, отраслевые разработки, возможность адаптации и доработки типовых программных продуктов «1С» под любую сферу деятельности клиента. Но не всегда заявленные возможности «1С»-представителей соответствуют реальным.

Процесс поиска компании-представителя «1С» первоначально происходит, как правило, в сети Интернет, путем обращения в поисковую систему и обозначения параметров программного продукта «1С», компании-представителя «1С», региона. Клиенты обращают внимание на рекламу в социальных сетях, баннеры, вывески, читают отзывы на форумах, прибегают к опыту сотрудничества и рекомендаций знакомых.

Бизнес-процесс взаимодействия клиентов с «1С»-представителями «as-is» представлен в виде BPMN-диаграммы на рисунке 1.

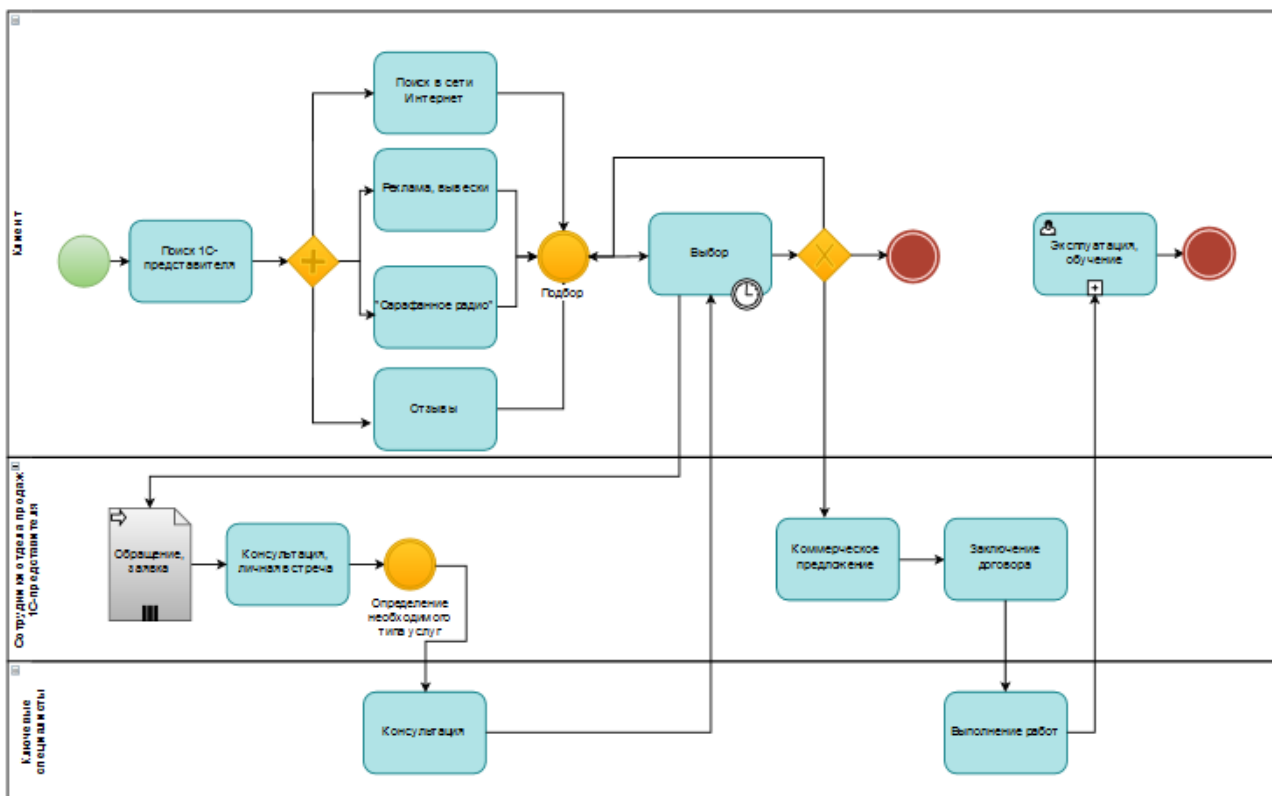


Рисунок 1 – BPMN диаграмма взаимодействия клиентов и «1С»-представителей

Процесс поиска и выбора клиентами компании-представителя «1С» является трудоемким и не всегда успешным.

Как правило, поиск «1С»-представителя, который будет соответствовать предъявляемым клиентом параметрам, занимает от нескольких дней до двух и более недель. Это объясняет необходимость оптимизации процесса «as is», посредством создания информационной системы, где будет предоставлена возможность выбора типа услуг, предоставляемых представителями компании «1С» в выбранном регионе, ранжированного по процессным возможностям - компетенциям компаний, с возможностью перехода на сайт для ознакомления со всеми предлагаемыми услугами.

На рисунке 2 представлен план оптимизации взаимодействию клиента и компании-представителя «1С» с помощью информационной системы в виде BPMN диаграммы – бизнес-процесс «to be».

Разработка информационной системы предполагает выявление компетенций организаций, являющихся представителями фирмы «1С».

Выявление компетенций связано с возможностью взаимосвязи между процессами по модели СММІ, применение которой способствует:

- выявление надежности компании-представителя «1С»;
- уменьшение рисков;
- оптимизация процесса поиска и выбора «1С»-представителя.

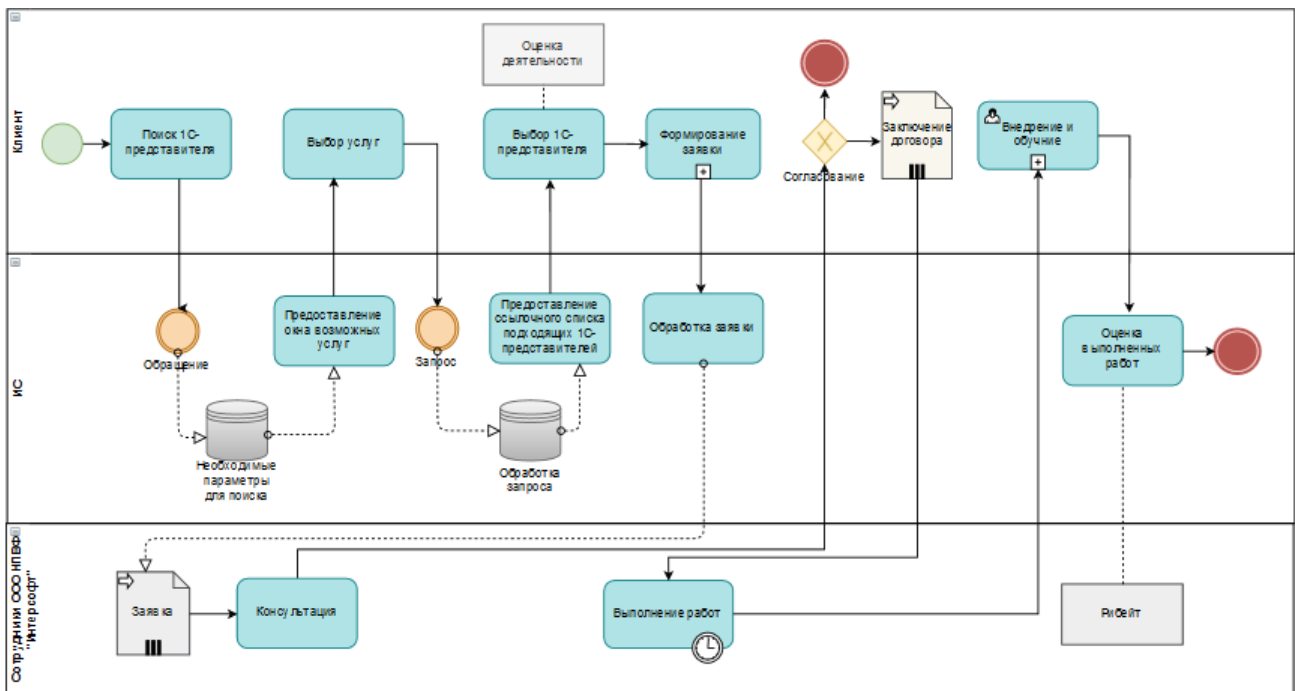


Рисунок 2 – BPMN диаграмма плана оптимизации «to be»

Для проектирования технологий ввода, сортировки и вывода запросов в информационной системе анализа конкурентной среды, проведен анализ проектной деятельности трех компаний партнеров фирмы «1С» на соответствие процессным областям второго уровня зрелости по методологии СММІ (рисунок 3), так как реальный рынок «1С»-представителей ограничен вторым уровнем зрелости СММІ.

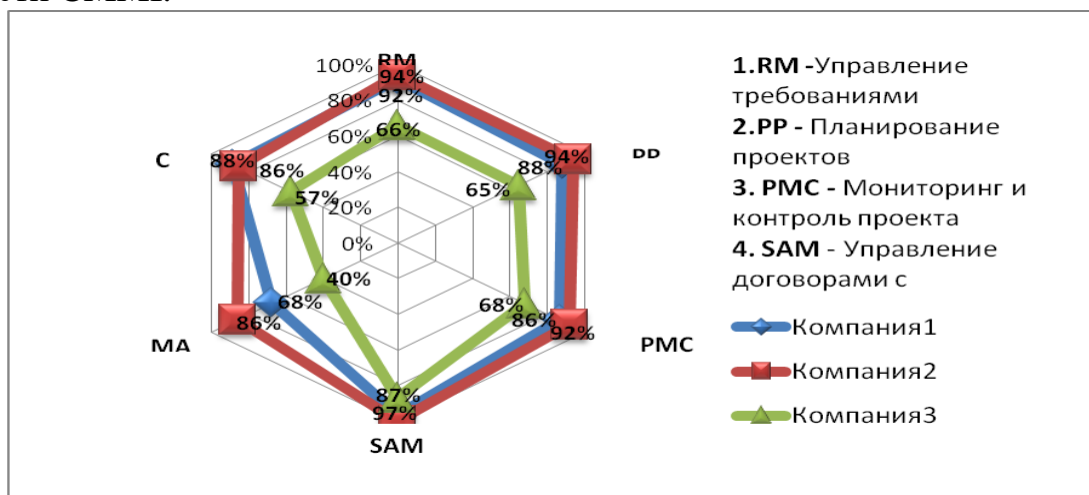


Рисунок 3 - Анализ проектной деятельности «1С»-представителей на соответствие второму уровню зрелости СММІ

При вводе пользователем необходимых параметров, информационная система должна отбирать из поискового индекса, соответствующих запросу, «1С»-представителей. Результаты поиска в информационной системе анализа конкурентно среды могут сортироваться по текстовым, процессным индексам и индексу релевантности.

Если пользователь, на этапе поиска, не имеет четкого представления об 1С-представителях и предлагаемых ими услугах, то необходимо использовать процессный индекс для сортировки и выдачи запроса.

Предлагается ввести коэффициент покрытия организацией процессных областей для разработки алгоритма отбора «1С»-представителей.

Коэффициент покрытия процессных областей, предполагает усредненный показатель покрытия организацией каждой процессной области второго уровня методологии СММІ и рассчитывается по формуле:

$$K_{\text{п}} = \frac{\sum P_{\text{по}}}{n}$$

где $P_{\text{по}}$ – покрытие процессной области, определенной в методологии СММІ;

n – общее количество процессных областей.

Проведем расчет коэффициента покрытия процессных областей для Компании, исходя из данных, представленных на рисунке 3:

$$K_{\text{п}} = (92 + 88 + 86 + 97 + 68 + 88) / 6 = 86,5\%$$

Аналогичным образом рассчитаем коэффициенты для компании 2 - 92% и компании 3 - 63,83%. Ранжированный список, сформированный из запроса пользователя на подбор «1С»-представителя, будет определен с следующей последовательности:

1. Компания 2
2. Компания 1
3. Компания 3

Если пользователь задает конкретные параметры запроса, то в первую очередь ранжирование результатов будет формироваться по конкретным процессным областям. В данном случае применяется индекс релевантности. Однако, при равном проценте покрытия процессной области, используется процессный индекс и вводится коэффициент покрытия процессных областей.

Итоги исследования.

Выявлена необходимость оптимизации процесса поиска и сформулирована модель системы, реализующей подбор «1С»-представителей. Проведен анализ применимости методологии СММІ к анализу процессных областей «1С»-представителей. Показана практическая значимость применения выбранного подхода к результатам ранжирования компаний.

Литература:

1. Шамрай А.В. Заметки консультанта [Электронный ресурс] // СММІ – Режим доступа: <https://ashamray.wordpress.com/>
2. Ицыксон В.М. Технологии разработки ПО [Электронный ресурс] // Качество процесса проектирования ПО – Режим доступа: http://kspt.icc.spbstu.ru/media/files/2016/course/se/SE2017_13_ProcessQuality.pdf
3. Федоров И.Г. Моделирование бизнес-процессов в нотации BPMN 2.0 / Научно-практическое издание. — М: МЭСИ, 2013

4. Ажеронок, В. А. Профессиональная разработка в системе 1С: Предприятие 8 /В. А. Ажеронок, А. П. Габец, М. Г. Радченко. – СПб.: 1С-Публишинг, 2013

УДК 004.42

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

*Научный руководитель:
Кузьмина Э. В.,
доцент, к.п.н.
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: lin37@yandex.ru*

Исследование методов оценки эффективности ИТ-проектов

Аннотация. В статье рассматриваются методы оценки эффективности ИТ-проектов, проводится их сравнение по рассчитываемым показателям, выявляется наиболее оптимальный метод.

Ключевые слова: ИТ-проект, инвестиции, бизнес, методы оценки эффективности, показатели.

*Stepanova A. A.,
student, 1 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: stepanova_ann@inbox.ru*

*Scientific Adviser:
Kuzmina E. V.,
associate Professor, Ph. D.
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar Branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: lin37@yandex.ru*

Research of evaluation methods the effectiveness of IT- projects

Abstract: The article discusses methods for evaluating the effectiveness of IT projects, compares them by calculated indicators, defines the most optimal method.

Keywords: IT project, investments, business, evaluation methods of effectiveness, indicators.

Внедрение информационных технологий имеет существенные преимущества, но также и недостатки – продолжительность и высокая стоимость. При этом, не всегда такие внедрения приносят положительный результат. Для каждого владельца бизнеса важна эффективность внедрений автоматизированных

информационных систем, поэтому необходимо предоставить ему инструменты, которые помогут оценить результаты нововведения [1].

Внедрение информационных технологий в бизнес является одной из форм инвестиционного проекта, которая обладает высокими рисками[2]. Требование, которому должна соответствовать внедренная система – это её экономическая составляющая, показывающая, что предприниматель сможет получить, вложив финансы в данный проект [3].

Существуют следующие финансовые методы оценки эффективности ИТ-проектов: расчет экономической эффективности АСУП (Автоматизированная система управления предприятием); срок окупаемости; чистый приведенный доход; внутренняя норма доходности; индекс прибыльности; средняя норма доходности; рентабельность инвестиций; экономическая добавленная стоимость; полная стоимость владения [4].

Для разных видов бизнеса существуют различные ключевые показатели эффективности - KPI (KeyPerformanceIndicators), выражающиеся в числовом значении. Для формирования таких показателей необходимо вести непрерывный сбор статистики, анализ полученных данных по каждому ИТ-проекту в фирме [5].

Существуют следующие показатели:

- количество ИТ-сотрудников из общего числа работников компании;
- нарушение предоставления услуг - характеризует время простоя информационной системы и связанные с этим финансовые убытки.
- количество происшествий в связи с инфраструктурой
- количество открытых заявок, не превышающих планового значения - рассчитывается в процентах к количеству открытых заявок на начало периода отчета
- количество выполненных заявок выше запланированного - рассчитывается в процентах к количеству поступивших заявок за весь период
- количество невыполненных заявок пользователей
- оценка степени удовлетворенности пользователей услугами ИТ по результатам анкетирования
- количество единиц оборудования на каждого сотрудника - характеризует динамику изменения загрузки персонала

Для исследования методов оценки эффективности ИТ-проектов, а также выявления наиболее качественного, достоверного из них был проведен анализ достоинств и недостатков каждого способа. Данные отражены в таблице 1.

Таблица 1 - Сравнение методов оценки эффективности ИТ-проектов

Название метода	Рассчитываемый показатель	Достоинства	Недостатки
Расчет экономической эффективности АСУП	Годовой экономический эффект	Возможность рассмотрения разных показателей (сроки, вложения)	Не удалось выявить
Срок	Срок, за который при-	Простота в понимании	Отсутствие учета

окупаемости, PP	быль покроет инвестиции		изменения валютного курса
Чистый приведенный доход, NPV	Прибыль от внедрения ИТ-проекта	Возможность определить сумму, которую необходимо вложить для получения желаемой прибыли	Отсутствие анализа рисков
Внутренняя норма доходности, IRR	Процентная ставка от проекта	Возможность сравнения проектов с разными критериями	Сложные расчеты
Индекс прибыльности, PI	Прибыльности проекта	Возможность влиять на оцениваемые параметры в процессе функционирования проекта	Необходимость дополнительной проверки NPV
Средняя норма доходности, ARR	Эффективность инвестиций	Простота расчетов и удобство использования	Отсутствие учета изменения валютного курса
Рентабельность инвестиций, ROI	Прибыльность инвестиций	Определение выгоды	Отсутствие анализа рисков
Экономическая добавленная стоимость, EVA	Разница между чистой прибылью и затратами	Возможность применения как к отдельному проекту, так и для оценки преобразований всей ИТ-структуры	Использование результатов исключительно в динамике
Полная стоимость владения, TCO	Расходы при внедрении ИТ-проекта	Возможность сравнения своих показателей с показателями конкурентов	Отсутствие возможности оценки качества и времени разработки новой продукции

В ходе исследования был проведен анализ возможности использования различных КРІв сочетании с рассмотренными ранее методами оценки эффективности ИТ-проектов. Данные сведены в таблицу 2.

Таблица 2 – возможность использования показателей КРІв сочетании с методами оценки эффективности ИТ-проектов

Название метода	Рассчитываемый показатель	Рекомендуемые показатели КРІ
Расчет экономической эффективности АСУП	Годовой экономический эффект	– Количество единиц оборудования
Срок окупаемости	Срок, за который прибыль покроет инвестиции	– Количество единиц оборудования – Количество выполненных заявок выше запланированного
Чистый приведенный доход	Стоимость проекта в текущий момент	– Количество ИТ-сотрудников – Нарушение предоставления услуг – Количество невыполненных заявок пользователей

Внутренняя норма доходности	Процентная ставка от проекта	– Количество единиц оборудования – Нарушение предоставления услуг – Количество невыполненных заявок пользователей
Индекс прибыльности	Прибыльность проекта	– Количество единиц оборудования – Количество происшествий в связи и инфраструктуре
Средняя норма доходности	Эффективность инвестиций	– Количество выполненных заявок выше запланированного – Нарушение предоставления услуг
Рентабельность инвестиций	Прибыльность инвестиций	– Количество единиц оборудования – Количество ИТ-сотрудников
Экономическая добавленная стоимость	Разница между чистой прибылью и затратами	– Количество открытых заявок – Нарушение предоставления услуг
Полная стоимость владения	Сумма всех расходов при внедрении проекта	– Количество единиц оборудования

В ходе анализа был сделан вывод о том, что каждый показатель КРІ может быть использован в сочетании со всеми методами оценки эффективности ИТ-проектов. Это связано с тем, что финансовые методы используют в своих расчетах такие показатели, как величина прибыли и инвестиций. КРІ в свою очередь представляют собой количественные характеристики, влияющие на данные показатели. Однако, нами были выявлены наиболее эффективные сочетания методов оценки эффективности ИТ-проектов и КРІ. Например, для метода «Срок окупаемости» целесообразно использовать КРІ «Количество единиц оборудования» и «Количество выполненных заявок выше запланированного». Рекомендуемые сочетания методов представлены в таблице 2.

Подводя итог можно сказать, что для оценки эффективности ИТ-проектов в реальной жизни необходимо пользоваться несколькими методами в совокупности, потому что только так можно получить наиболее подробную картину функционирования внедренного проекта, а также определить, какие его стороны повышают эффективность предприятия и увеличивают прибыль.

Литература:

1. Кузьмина Э.В., Нарыжная Н.Ю., Пьянкова Н.Г., Третьякова Н.В., Саллий В.В., Силюнская С.М., Ищенко О.В. Особенности системного анализа и применения информационных технологий при исследовании явлений и процес-

сов в различных сферах деятельности: Коллективная монография, Краснодар, 2019. – 125с.

2. Кузьмина Э.В., Пьянкова Н.Г. Автоматизация аналитических технологий // Актуальные проблемы экономической теории и практики Сборник научных трудов. Под редакцией В.А. Сидорова.- Краснодар, 2018.- С. 213-221.

3. Кузьмина Э.В., Пьянкова Н.Г. Электронный документооборот как основа разработки стандарта корпоративной информационной среды // Семнадцатые Кайгородовские чтения. Культура, наука, образование в информационном пространстве региона Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Главный редактор С.С. Зенгин. 2017. С. 81-85.

4. Петунина И.А., Денисенко Т.Д., Кузьмина Э.В., Монахова Н.А., Острожная Е.Е., Пьянкова Н.Г., Третьякова Н.В., Лучишина Л.Б. Экономико-математические, информационные и технические модели оптимизации деятельности предприятия.- Краснодар, 2014

5. Орлянская Н.П., Лукьяненко Т.В. Методы системного исследования экономических процессов.- Краснодар, 2018.

УДК 004.42

*Шакиров Н.Д.,
студент 4 курса
Финансовый Университет при Правительстве РФ
г. Краснодар, Россия
e-mail: nikifforoff96@gmail.com*

*Научный руководитель:
Кузьмина Э.В.,
доцент, к.пед.н.
Финансовый Университет при Правительстве РФ
г. Краснодар, Россия
e-mail: EVKuzmina@fa.ru*

Разработка мобильного приложения для автоматизированной информационной системы ЖКХ

Аннотация: В статье ставится задача оптимизации бизнес-процессов подсистемы взаимодействия с жильцами типовой управляющей компании в сфере ЖКХ, использующей автоматизированную информационную систему жилищно-коммунального хозяйства (программный продукт «АИС ЖКХ») путём разработки и внедрения мобильного приложения «Личный кабинет АИС ЖКХ».

Ключевые слова: жилищно-коммунальное хозяйство, мобильное приложение, личный кабинет, оптимизация бизнес-процессов, управляющая компания, анализ рынка программных продуктов.

*Shakirov N.D.,
student, 4 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation*

Krasnodar, Russia
e-mail: nikifforoff96@gmail.com

Scientific Adviser:
Kuzmina E.V.,
Candidate of Pedagogic Sciences, Docent
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: EVKuzmina@fa.ru

Development of a mobile application for an automated housing and utilities information system

Abstract: The article poses the problem of optimizing business processes of the interaction subsystem of a typical management company in the housing and utilities sector, using an automated information system for housing and utilities (the AIS Housing and Utilities software) through the development and implementation of the AIS Housing and Communal Services Personal Account mobile application.

Keywords: housing and communal services, mobile application, personal account, optimization of business processes, management company, software market analysis.

Автоматизированные системы в сфере жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ) появились достаточно давно, необходимость производить сложные расчёты начислений потребителям жилищно-коммунальных услуг (ЖКУ), вести учёт зарегистрированных лицевых счетов, их документов и зарегистрированных приборов учёта вынудила управляющие компании использовать программные продукты. Но до самых потребителей автоматизация не дошла. По любому вопросу собственнику жилья необходимо непосредственно контактировать с органами управляющей компании: вручную сдавать показания счётчиков или ждать сотрудника управляющей компании в определённое время, получать квитанцию в бумажном виде, искать место оплаты и многие другие бизнес-процессы, никак не автоматизированные для потребителей. Последние четыре года государство внедряет свою автоматизированную систему, объединяющую данные со всех управляющих компаний. С июля 2019 года вся компания, ведущие учёт или предоставляющие ЖКУ будут обязаны синхронизировать данные с государственной информационной системой жилищно-коммунального хозяйства (ГИС ЖКХ) [1]. Для потребителей появился личный кабинет на портале ГИС ЖКХ.

Следующим шагом автоматизации для потребителей ЖКХ стали мобильные приложения личных кабинетов, предоставляющие доступ к личному кабинету в любое время и в любом месте при наличии Интернет-соединения и смартфона [2]. Разработчики программного обеспечения для управляющих компаний в сфере ЖКХ стали разрабатывать и интегрировать в свои системы мобильные приложения личных кабинетов [3].

Компания ООО “Научно-внедренческая фирма Интерсофт” (НПВФ Интерсофт) является разработчиком программного продукта “АИС ЖКХ” (авто-

матризованная информационная система жилищного коммунального хозяйства) – отраслевого решения на технологической платформе “1С Предприятие 8” [4]. В целях поддержания конкурентоспособности программного продукта “АИС ЖКХ” на рынке систем автоматизации управляющих компаний в сфере ЖКХ, а также для создания компании “НПВФ Интерсофт” репутации на рынке, как компании разработчика мобильных приложений для привлечения в будущем заказчиков мобильных приложений, руководством было принято решение о необходимости разработки мобильного приложения “Личный кабинет АИС ЖКХ”. Мобильное приложение должно быть предназначено для собственников жилья, чья управляющая компания использует для своей автоматизации программный продукт “АИС ЖКХ”.

Перед началом проектирования и разработки мобильного приложения был проанализирован рынок автоматизированных систем для управляющих компаний в сфере ЖКХ, а также проведен сравнительный анализ некоторых конкретных программных продуктов. Был проведен анализ рынка мобильных приложений для оценки состояния конкурентной среды, выявления типичных недостатков мобильных приложений, их “узких” мест и функционала, на который необходимо ориентироваться при разработке собственного решения. Затем определен ряд задач для достижения поставленной цели и сформулированы требования к функционалу мобильного приложения [5].

Мобильное приложение личного кабинета жильца представляет собой средство обмена данными с основной автоматизированной системой управляющей компании в сфере ЖКХ. Оно осуществляет двустороннее взаимодействие потребителя жилищно-коммунальных услуг с серверной частью автоматизированной системы его управляющей компании.

Результатом интеграции мобильного приложения с учётной системой является оптимизация бизнес-процессов подсистемы взаимодействия с потребителями жилищно-коммунальных услуг, из которой следует:

- повышение лояльности собственников жилья к управляющей компании;
- удобство и высокая скорость сбора показаний индивидуальных приборов учёта и платежей за жилищно-коммунальные услуги;
- удобство проведения опросов, информирования и претензионной работы;
- прозрачность расчетов и начислений, возможность их контроля и анализа потребителями.

На российском рынке мобильных приложений было выявлено три наиболее популярных: “ЖКХ: Личный кабинет” компании “1С-РАРУС Тиражные решения”, мобильное приложение “ГИС ЖКХ”, разработанное Почтой России и “Система Город - Алтайский край” компании ООО Лабиринт. Приложением с самым широким функционалом и высокими оценками является “ЖКХ: Личный кабинет”, компания-разработчик которого является главным конкурентом компании «НПВФ Интерсофт».

Исходя из результатов анализа рынка мобильных приложений было выявлено, что зачастую мобильные решения личных кабинетов потребителей

ЖКУ негативно воспринимаются пользователями из-за их нестабильности, нерегулярной синхронизации, сложности или неудобства интерфейса, судя по оценкам и отзывам пользователей на платформе Google Play.

Была осуществлена постановка задачи на разработку мобильного приложения компанией «НПВФ Интерсофт»: приложение должно превосходить по своим функциональным возможностям мобильное приложение конкурента "1С-РАРУС Тиражные решения" и должно быть разработано на платформе «1С Предприятие»

В соответствии с поставленной задачей определен функционал разрабатываемого мобильного приложения:

Форма регистрации, профиль пользователя, квитанция на оплату с детализацией по всем видам начислений, приборы учёта (счётчики), раздел обращений, жалоб, справок и предложений с возможностью получения ответа управляющей компании, раздел новостей управляющей компании, страница опросов жильцов многоквартирного дома с возможностью голосования, внутрисетевой чат пользователей, статистические отчёты по начислениям за выбранный пользователем период времени, форма обратной связи для отправки сообщений об ошибке, предложениях и пожеланиях, касательно мобильного приложения, кнопка выхода из аккаунта лицевого счёта с возможностью аутентификации под другим лицевым счётом.

Управляющая компания, использующая “АИС ЖКХ” должна предоставить каждому собственнику жилья его учётные данные для входа в систему, а именно лицевой счёт и пароль. При первом запуске приложения, а также после выхода пользователя из аккаунта должна быть доступна только форма аутентификации (не считая формы обратной связи с разработчиком).

Профиль должен включать в себя основную информацию по лицевому счёту и зарегистрированной на него собственности, дату и сумму последнего платежа, информацию об управляющей компании, её реквизитах и контактных данных.

На странице квитанции пользователю должен быть доступен выбор месяца, по которому выводится квитанция, и раскрытие начислений для детализации по всем их видам. Возможность оплаты квитанции через QR-код или с помощью подключаемой платёжной системы.

На странице приборов учёта пользователь должен видеть все приборы учёта, зарегистрированные на его лицевой счёт, тарифы по каждому из них и место установки. Пользователь должен иметь возможность отправить новые показания в “АИС ЖКХ”.

Сформулированные требования определяют функциональность ПО, которую разработчики должны построить, чтобы пользователи смогли выполнить свои задачи в рамках бизнес-требований.

На основании разработанных функциональных требований было составлено техническое задание и план внедрения мобильного приложения в подсистему взаимодействия «АИС ЖКХ».

На технологической платформе «1С Предприятие» штатными программистами компании «НПВФ Интерсофт» в соответствии с техническим задани-

ем были разработаны объекты метаданных: константы, справочники, документы, регистры сведений, общие формы, обработки, веб-сервисы и отчёты, а также написаны программные модули к каждому из них. В программный продукт «АИС ЖКХ» также были добавлены объекты метаданных для осуществления обмена между мобильным приложением и основной программой, расположенной на сервере.

Мобильное приложение было протестировано и размещено на платформе «Google Play» для бета-теста на пилотной управляющей компании «ТСЖ Фрегат», использующей для своей автоматизации программный продукт «АИС ЖКХ».

Разработка и дальнейшая интеграция мобильного приложения личного кабинета потребителя жилищно-коммунальных услуг (ЖКХ) в систему «АИС ЖКХ» повлечет за собой изменения, направленные на оптимизацию бизнес-процессов в подсистеме взаимодействия управляющей компании, использующей программный продукт «АИС ЖКХ».

Литература:

1. Закон Российской Федерации "О государственной информационной системе жилищно-коммунального хозяйства" от 21.07.2014 № 209-ФЗ // Российская газета. 2014 г. № 6435. с изм. и допол. в ред. от 31 декабря 2017 г.

2. Кузьмина Э.В., Нарыжная Н.Ю., Пьянкова Н.Г., Третьякова Н.В., Салий В.В., Силинская С.М., Ищенко О.В. Особенности системного анализа и применения информационных технологий при исследовании явлений и процессов в различных сферах деятельности: Коллективная монография, Краснодар, 2019. – 125с.

3. Кузьмина Э.В., Пьянкова Н.Г. Автоматизация аналитических технологий // Актуальные проблемы экономической теории и практики Сборник научных трудов. Под редакцией В.А. Сидорова.- Краснодар, 2018.- С. 213-221.

4. О компании // ИНТЕРСОФТ URL: <https://inter-soft.ru/about/> (дата обращения: 15.03.2019).

5. Кузьмина Э.В., Пьянкова Н.Г. Электронный документооборот как основа разработки стандарта корпоративной информационной среды // Семнадцатые Кайгородовские чтения. Культура, наука, образование в информационном пространстве региона Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Главный редактор С.С. Зенгин. 2017. С. 81-85.

*Шапвалова Я.Д.,
студент 3 курса
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: ynksh@yandex.ru*

*Научный руководитель:
Нарыжная Н.Ю.,
к.т.н., доцент
Кубанский государственный университет
г. Краснодар, Россия
e-mail: nunar-teacher@bk.ru*

Влияние информационных технологий на современное общество

Аннотация. В статье приведен анализ развития современного общества с учетом повсеместного распространения понятия и технологий цифровизации, определены тенденции и направления его развития, проведен опрос различных групп населения и анализ полученных результатов опроса, выявлены правительственные направления развития современного общества, а также их соответствие реальному состоянию цифровых преобразований всех сфер жизнедеятельности современного человечества.

Ключевые слова: цифровизация, цифровая экономика, цифровые преобразования, современное общество, цифровые технологии.

*Shapovalova Y.D.,
student, 3 courses
Kuban State University, Krasnodar, Russia
e-mail: ynksh@yandex.ru*

*Scientific Adviser:
Naryzhnaya N.Yu.,
Cand. Techn. Sci., docent
Kuban State University, Krasnodar, Russia
e-mail: nunar-teacher@bk.ru*

The impact of information technology on modern society

Abstract. The article analyzes the development of modern society taking into account the wide distribution of the concept and technologies of digitalization, identifies trends and directions of its development, conducted a survey of different groups of the public and the analysis of the results of the survey, identified government directions of development of modern society, as well as their compliance with the real state of digital transformation of all spheres of life of modern people.

Key words: digitalization, digital economy, digital transformation, modern society, digital technology.

В настоящее время происходит стремительное развитие и изменение общества, экономики и других отраслей в государствах, в связи с движением

научно-технического прогресса, с необходимостью внедрения цифровых технологий в сферы жизни людей. Появление свободного доступа в интернет стало «прорывом», благодаря которому изменился образ жизни, поведение и реакции каждого человека по отдельности и общества в целом.

Формы развития общества взаимосвязаны между собой. Изменения в социальной структуре, статусных функциях и нормах поведения способствуют переходу общества в качественно новое состояние.

Цифровая трансформация (или электронный инжиниринг) является достаточно новым, но быстро набирающим обороты процессом, как преобразования структуры, связей, механизмов, функционала любой области жизнедеятельности человека, такой как: быт, домашнее хозяйство, спорт, путешествия и туризм, образование, хобби, профессиональная и/или производственная деятельность, социальная и культурная сферы, общественная и государственная деятельность, экономика (по отраслям) и т.д., за счет активного внедрения в нее и эксплуатации ею современных технических средств, интеллектуальных систем и информационно-телекоммуникационных технологий.

Необходимо выделить сферы, на которые воздействует повсеместная цифровизация и описать особенности их развития. В качестве основных сфер жизнедеятельности человека можно выделить: образование, производство, политику, бизнес, медицину, науку, банковскую сферу, сельское хозяйство и другие (табл. 1) [1,2,5].

Таблица 1 – Особенности цифрового развития сфер жизнедеятельности человека

Отрасль	Особенности цифрового развития
Производство	<ul style="list-style-type: none"> - обновленное оборудование с электронным управлением - проведение анализа и управление жизненным циклом предприятия - использование технологий цифрового моделирования и проектирования - использование автономной робототехники - использование «bigdata», «machinelearning» - привлечение бизнес-аналитиков и др.
Бизнес	<ul style="list-style-type: none"> - автоматизация рутинных операций - использование облачных технологий - применение стратегии «mobilefirst» - использование «bigdata», «machinelearning» - интернет расширяет границы ведения бизнеса - использование цифровых клиентоориентированных инструментов решения управления бизнес-процессами и др.
Наука	<ul style="list-style-type: none"> - проведение исследований в интернете - изучение и внедрение квантовых технологий - изучения и выводы о технологии беспроводной связи и «интернет вещей» - возможность развития нейротехнологий, технологий VRиAR - применение технологий машинного обучения и др.
Банковская сфера	<ul style="list-style-type: none"> - оцифровка документов - использование виртуального банкинга

- использование программных интерфейсов (например, внедрение такого инструмента обратной связи как «чат-боты»)
- использование таких средств автоматизации как, например, СУБД и др.

Для определения актуальности темы и изучения наглядной информации был проведен социологический опрос, в котором приняло участие около 500 человек в возрасте от 17 до 65. По результатам проведенного исследования выяснилось следующее: все опрошенные пользуются электронными устройствами, такими как телефон и компьютер, а 33% всех опрошенных даже используют «умную» технику (рисунок 1).

Используете ли Вы электронные устройства?

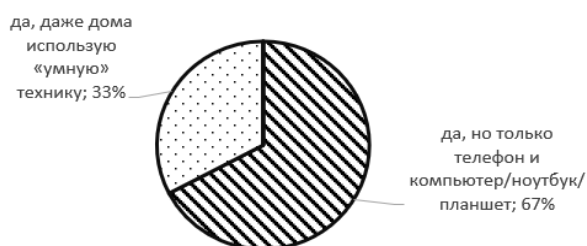


Рисунок 1–Процентное распределение ответов на вопрос: «Используете ли Вы электронные устройства?»

Кроме того, было выявлено отношение людей к внедрению цифровых технологий в их жизни: 89% имеют положительное отношение, 7,2% нейтральное (рисунок 2). 62% опрошенных используют телефон при оплате покупок (рисунок 3) и 73% используют ресурс «госуслуги» (рисунок 4), из чего можно сделать вывод, что большей части людей нравятся последствия цифровой трансформации.

«Как Вы относитесь к внедрению цифровых технологий в жизни?»

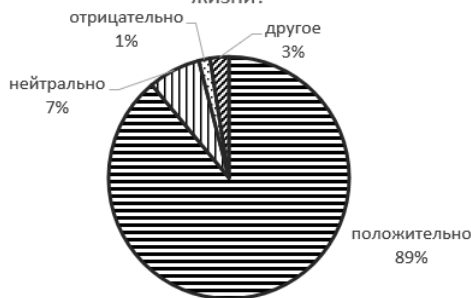


Рисунок 2–Процентное распределение ответов на вопрос: «Как Вы относитесь к внедрению цифровых технологий в жизни?»

Используете ли Вы телефон при оплате покупок?

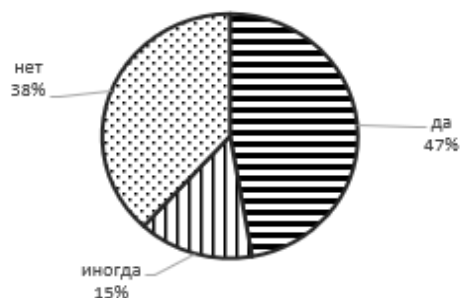


Рисунок 3–Процентное распределение ответов на вопрос: «Используете ли Вы телефон при оплате покупок?»

Пользуетесь ли Вы порталом «госуслуги»?

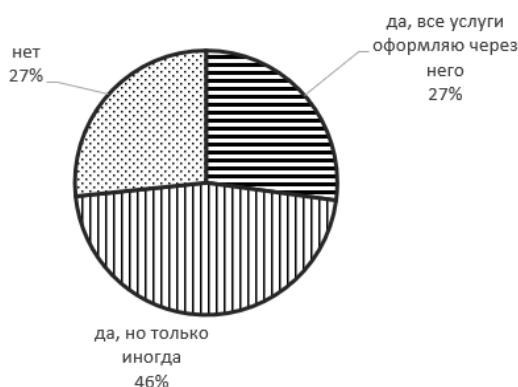


Рисунок 4–Процентное распределение ответов на вопрос: «Пользуетесь ли вы порталом «госуслуги»?»

Обратимся к данным, предоставляемым государством относительно развития сфер общественной жизни. Правительство выделяет 5 ключевых направлений стратегий развития информационного общества, которые были утверждены распоряжением от 28 июля 2017 года [3]:

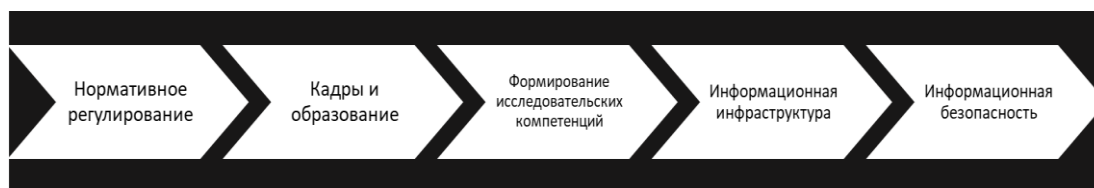


Рисунок 5– Государственные направления развития цифровой экономики

Таким образом, как показывает исследование, цифровые технологии стремительно модифицируют экономические и бытовые отношения в современном обществе, объединяя изменения в различных отраслях. Регулирование таких изменений подконтрольно правительственной комиссией «по цифровому развитию, использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности», основная задача которой состоит в выработке решений в области цифрового развития, с

учётом проработки многоплановых отраслевых задач наиболее широким числом участников и экспертов[4].

Литература:

1. Косоруков А.А. Научная статья «Цифровое правительство в практике современного государственного управления на примере Российской Федерации» [Электронный ресурс: www.e-notabene.ru/pr/article_25086.html (дата обращения: 10.04.2019)]

2. Материалы Общественной палаты Российской Федерации «Цифровизация социальной сферы: собрать все сервисы и возможности в едином онлайн-окне» [Электронный ресурс: www.oprf.ru/press/news/2018/newsitem/45729 (дата обращения: 10.04.2019)]

3. Материалы альманаха «Управление производством» о тенденциях развития экономики «Цифровое будущее России: что нам готовит программа «цифровая экономика»?» [Электронный ресурс: www.up-pro.ru/library/strategy/tendencii/cifrovoe-budushee.html (дата обращения: 10.04.2019)]

4. Материалы с сайта Правительства России «Отчет заседания президиума правительственной комиссии по цифровому развитию» [Электронный ресурс: www.government.ru/news/35622 (дата обращения: 10.04.2019)]

5. Трелевская К-А.И., Мамыкина Е.В. Научная статья «Исследование процессов «цифровизации» банковского сектора в рамках экосистемы цифровой экономики России» [Электронный ресурс: www.cyberleninka.ru/article/v/issledovanie-protsessov-tsifrovizatsii-bankovskogo-sektora-v-ramkah-ekosistemy-tsifrovoy-ekonomiki-rossii (дата обращения: 10.04.2019)]

6. Кузьмина Э.В., Нарыжная Н.Ю., Пьянкова Н.Г., Третьякова Н.В., Саллий В.В., Силинская С.М., Ищенко О.В. Особенности системного анализа и применения информационных технологий при исследовании явлений и процессов в различных сферах деятельности: Коллективная монография, Краснодар, 2019. – 125с.

Раздел 6

РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО В ТРАНСФОРМИРУЮЩЕМСЯ МИРЕ: ОТ ИСТОКОВ К СОВРЕМЕННОСТИ

УДК 159.99

*Воргунова В.Р.,
студент 3 курса
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: Vorgunova2013@yandex.ru*

*Научный руководитель:
Ботоева А.В.,
доцент, к.п.н.
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: annalobanova@bk.ru*

Реклама как социокультурный фактор формирования ценностных ориентаций молодежи

Аннотация: В данной работе были раскрыты особенности ценностных ориентаций у студентов. Также были представлены результаты эмпирического исследования влияния рекламы на молодежь, показавшие как позитивное, так и негативное её влияние.

Ключевые слова: социальная реклама, современная молодёжь, студенты, общение, ценностные ориентации.

*Vorgunova V.R.,
student, 3 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: Vorgunova2013@yandex.ru*

*Scientific Adviser:
Botsoeva A.V.,
Docent, Candidate of Psychological Sciences
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: annalobanova@bk.ru*

The impact of social advertising on the value orientation of today's youth

Abstract: In this paper, the features of value orientations among students were revealed. Also presented were the results of an empirical study of the impact of social advertising on young people, which showed both positive and negative effects.

Key words: social advertising, modern youth, students, communication, value orientations.

Реклама является довольно важным и тонким механизмом, который все чаще вмешивается в жизнь человека, управляя им на сознательном и бессознательном уровнях. Это неотъемлемый атрибут современной цивилизации. Ежедневное влияние рекламы содействует не только лишь развитию потребительских предпочтений, но и принимает участие в создании определенного социального поведения молодых людей, так как в силу своего возраста они ослабили барьерную функцию сознания, которая необходима при оценке информации и ее восприятию.

На сегодняшний день практика рекламной деятельности показывает то, что реклама способна формировать не только потребности, но и внушать социальные стереотипы. Другими словами, реклама является одной из самых основных составляющих социализации нынешнего молодого поколения наряду с семьей, сверстниками, а также школой [3].

Какова сила воздействия рекламы на молодежь? Молодые люди ежедневно сталкиваются с различными видами рекламы, не всегда впитывая позитивно окрашенную информацию. Часто реклама зомбирует молодежь, развивает специфические негативные установки, не вырабатывая позитивного мышления, что впоследствии влияет на действия молодых людей. Реклама пропагандирует ценности, которые отражаются в сознании и поведении молодежи, влияют на формирование идентичности.

Вопрос влияния рекламы на формирование ценностных ориентаций молодежи в современном обществе является достаточно актуальным. Ценности являются не только ориентиром жизни молодого человека, который определяет его цель и стремления, но также ценности выступают в качестве механизма социального контроля и демонстрации здорового образа жизни. Реклама, как и любой другой социальный институт должна вести целенаправленные работы в этом направлении [1].

Для получения более объективного представления о влиянии рекламы на ценностные ориентации современной молодежи было проведено анкетирование среди студентов очного отделения Краснодарского филиала Финансового Университета при Правительстве РФ. Целевая аудитория - 100 студентов. Возраст респондентов 18-20 лет, это студенты 1, 2 и 3 курсов.

Для начала необходимо было выяснить отношение студентов к общечеловеческим ценностям и оценочным высказываниям, характеризующим идеологические ценности молодежи.

Проведенное исследование позволило выявить приоритетные жизненные ценности молодежи. На первое место студенты ставят ценность крепкой семьи, затем идут ценности карьеры и власти, а одинаковое количество голосов составили такие ценности как интересная работа и уверенность в завтрашнем дне [2].

Затем респондентам был предложен ряд суждений для более детального рассмотрения данного вопроса с целью выявления отношения к социально-значимым ценностям.

<i>Что из перечисленного наиболее важно для Вас?*</i>	кол-во студентов, %
Интересная работа	11
Чувство собственного достоинства, самоуважение	5
Уважение со стороны окружающих	4
Карьера, власть	30
Крепкая семья, хорошие дети	39
Уверенность в завтрашнем дне	11

Рисунок 1 – Приоритетные жизненные ценности студентов, %.

<i>Отношение респондентов к следующим оценочным высказываниям</i>	Да, согласен	Не могу дать точный ответ	Нет, не согласен
Для достижения успеха в жизни необходимо рисковать	78	11	11
Материальных успехов люди должны добиваться сами, а те, кто этого не хочет, пусть живут бедно — это справедливо	63	23	14
Только на интересную работу стоит потратить значительную часть жизни	67	10	23
Главное в работе — это сколько за нее платят	47	16	37
Главное в жизни — материальное благополучие, а свобода второстепенна	44	12	44
Современный мир жесток, поэтому чтобы выжить и преуспеть, нужно бороться за свое место в нем, а иногда и переступить через некоторые нормы и принципы	46	22	32
Выделяться среди других и быть яркой личностью лучше, чем жить как все	66	12	22
Мое материальное положение зависит, прежде всего, от меня	68	13	19

Рисунок 2 – Показатели отношения респондентов к оценочным высказываниям, характеризующим личностные социально-значимые ценности, %

Анализируя отношения студентов к оценочным высказываниям, представленным в таблице, а если быть точнее к социально-значимым ценностям, можно сделать вывод:

1. Для большинства молодых людей ценность "жизненного успеха" в данный период времени преобладает над такой традиционной ценностью, как сострадание.

2. Такая ценность, как «первый(ая) среди остальных», по-другому данную ценность называют «ценность конкурентоспособности», достаточно активно внедряется в жизнь подрастающего поколения, что свидетельствует о духовном кризисе значительной части молодежи.

3. Можно сделать вывод о постепенном повышении ценности материального благополучия среди молодежи Краснодарского филиала Финансового Университета при Правительстве РФ, что перекликается и с отношением молодежи к нравственным нормам.

Следующим моментом, который необходимо выяснить, является ли реклама предметом интереса для молодых людей.

В ходе анкетирования респондентам было предложено ответить на вопрос: «Какую информацию Вы получаете из рекламной продукции?» [1].

13% сообщили о том, что из рекламной продукции они получают информацию о поведении в определенных ситуациях, 26% о здоровом образе жизни, 13% сказали о том, что обращают внимание на внешне привлекательных персонажей, поддерживающих красоту специальными средствами, 17% обращают внимание на успешных и модно одетых людей, и большую часть респондентов (31%) привлекает информация о новинках, брендах и стиле жизни.

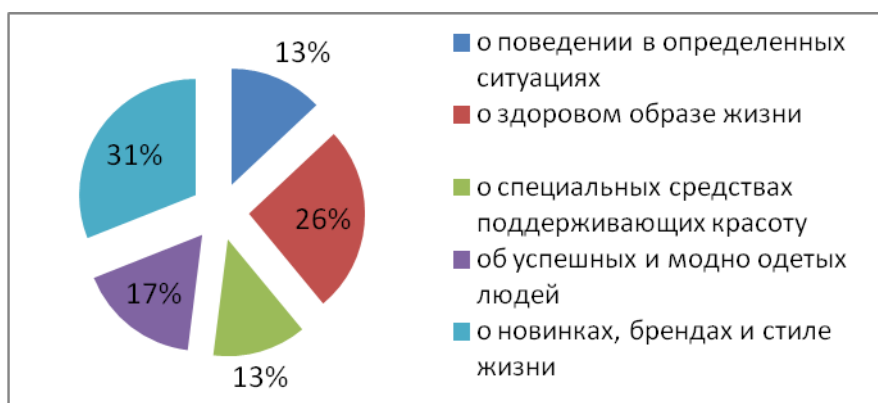


Рисунок 3 – Показатели, определяющие вид информации, получаемой студентами из рекламной продукции, %

Если говорить о привлекательности ценностей молодого поколения, то на первое место они ставят эстетические ценности, ценности самосохранения и достижения. Это говорит о том, что рекламная деятельность, оказывая воздействие на ценностные ориентации молодых людей, возделывает в них заботу о собственном имидже, а также потребность постоянно быть в тренде [2].

Можно сделать вывод, что у многих учащихся студентов Финансового университета при Правительстве РФ под влиянием рекламных образов развиваются процессы конформности и пассивности, другими словами их поведение меняется под воздействием информационного давления, и в следствии стираются границы индивидуальности. Молодое поколение, выбирая определенную модель поведения, а также стиль и одежду, с полной уверенностью заявляют, что это их собственный выбор, а не «навязанный извне образ». Молодежь до конца не понимает и не осознает, как реклама может повлиять на их самовосприятие, самооценку и “собственное Я” [1].

По вопросу «возникало ли у Вас желание купить товар после просмотра или прослушивания рекламы?» 47 респондентов сообщили о своём желании совершить покупку, а у оставшихся 43 студентов подобного желания не возникло.

Затем у студентов необходимо было выяснить, как они относятся к тому или иному виду рекламы.

Ваше отношение к некоторым видам рекламы	положительное	нейтральное	отрицательное
Рекламные буклеты/листочки	21	63	16
Реклама на ТВ	26	36	38
Реклама на транспорте	33	58	9
Рекламные щиты	40	53	7
Реклама в Интернете	26	59	15

Рисунок 4 - Отношение респондентов к некоторым видам рекламы, %

Из представленных выше данных оказалось, что в среднем 17% студентов имеют отрицательное отношение к рекламе и совсем не уделяют ей внимания. 29,2% студентам, то есть треть опрошенных проявляют значительный интерес к рекламе, а вот 53,8% учащихся обращают внимание на рекламу, но очень редко. Интересно отметить, что, несмотря на большое количество респондентов, которые выбрали отношение к рекламе «отрицательное» и «нейтральное» (в сумме 70,8%), смогли определить предложенные рекламные сюжеты, а также смогли ответить на такие вопросы, как: «Какую информацию Вы получаете из рекламной продукции, и на какую рекламу вы чаще обращаете внимание»? Все данные сведения говорят о том, что респонденты не осознают влияние рекламы на них, но оно оказывается, и факт состоит в том, что рекламная информация достаточно узнаваема и запоминаема.

Затем студентам Краснодарского филиала Финансового Университета при Правительстве было предложено ответить немаловажный вопрос: «Обращаете ли Вы внимание (проявляете ли Вы интерес) на рекламу табака и спиртных напитков в средствах массовой информации?».

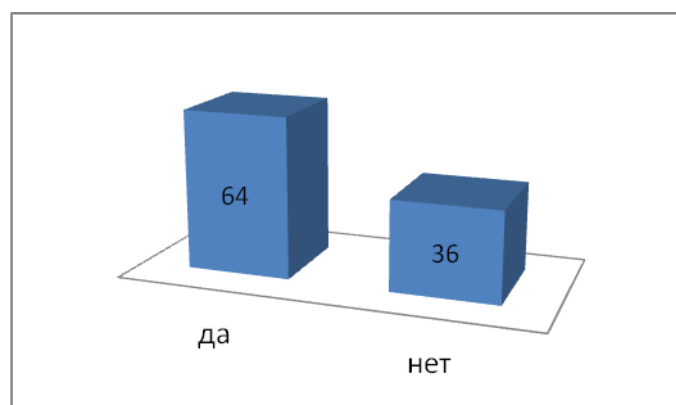


Рисунок 5 – Показатели, определяющие уровень обращения внимания респондентов на рекламу табака и спиртных напитков в СМИ, %

Как видно из результатов исследования 64% студентов обращают внимание на данную рекламу, что является прискорбной статистикой, поскольку вера в иллюзорные идеалы заставляет молодых людей в раннем возрасте попадать под влияние вредных привычек.

Следующий вопрос, заданный студентам звучал так: "Оказывает ли влияние на Вас социальная реклама?" Респондентам были предложены два варианта ответа: 1. Да, я узнаю новую информацию, доверяю и следую её призыву. 2. Я считаю информацию смешной, нелепой, верю лишь только собственному опыту, а также мнению друзей и товарищей.



Рисунок 6 – Показатели, определяющие уровень оказания социальной рекламы на молодежь

Из рисунка, представленного выше, видно, что подавляющее большинство (53%) студентов считают информацию смешной, доверяют лишь личному опыту и мнению друзей, а то время как 47 % узнают новую для них информацию, доверяют и выполняют призыв.

Анализ результатов социологического исследования показал, что студенты очного отделения Краснодарского филиала Финансового Университета при Правительстве относятся к рекламной информации неоднозначно. Реклама воспринимается молодыми людьми как положительно, так и отрицательно, но большинство респондентов убеждены в необходимости рекламы [2].

Исходя из всех представленных выше данных, можно отметить следующие принципы рекламы:

1. Рекламная деятельность способствует стереотипизации мышления молодежи.
2. Реклама подталкивает молодых людей к приобретению определенных товаров и услуг, символизирующих определенный социальный статус.
3. Реклама способствует деиндивидуализации молодежи.

Современному миру, а в частности молодежи, присущи такие тенденции, как выдвигание на первый план не духовно-нравственные, а материальные ценности: индивидуализм, карьеризм, желание заработать как можно больше денег, добиться личного успеха, обрести независимость и поднять уровень жизни. Стоит отметить, что такое желание само по себе не является чем-то предосудительным, гораздо более негативным является то, что желание построить карьеру и достойно зарабатывать в виде конечной цели имеет расширение диапазона возможностей в виде потребления и не предназначено для достижения более полной самореализации, саморазвития, построения общественного блага и блага своей страны.

Молодые люди, руководствуясь данной моделью, стремятся к определенному внешнему виду, к определенному стилю, к выбору модных новых смартфонов, приобретению брендовой одежды и тд., и в тот же момент у них не всегда есть возможность приобрести тот или иной товар. Кроме того, это приводит к выбору престижных форм отдыха, посещению дорогих центров, баров, клубов, просмотру соответствующих телешоу, а также интернет-порталов. И это говорит о том, что семейные, культурные и творческие ценности уходят на второй план.

Следует отметить, что в Российской Федерации, существует государственное регулирование рекламной деятельности, пока формально и только в центре, но всё же, оно есть. Также существует рекламное саморегулирование, но отсутствует общественное (социальное) регулирование, которое предполагает урегулирование рекламы “на местах”, то есть через общественные советы с законодательными и исполнительными органами правительства региона[1].

Таким образом, резюмируя всё вышесказанное, можно сделать вывод о том, что любая рекламная деятельность обязана быть социальной, то есть оказывать содействие прогрессу общества, его развитию в долгосрочной перспективе, а не только краткосрочному экономическому эффекту.

Литература:

1. Социальная реклама: Учебное пособие / Под ред. Л.М. Дмитриевой. - М.: Юнити, 2014. - 271 с.
2. Становление и развитие индустрии рекламы в России, Бородай А.Д., Грибок Н.Н. - Москва, 2012.

УДК 34.096

*Гаспарян А.А.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: anna.gasparyan.krrrrrr@mail.ru*

*Научный руководитель:
Чупрова А.А.,
доцент, к.ф.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: chuprova.albina@yandex.ru*

К вопросу о гендерном равенстве в сфере труда

Аннотация: В статье показана важность учёта гендерного фактора в развитие человеческого потенциала, а также необходимость продолжения разработок стратегий, которые включают в себя анализ гендерного равенства в сфере организации труда.

Ключевые слова: гендерное неравенство, равноправие, организация труда, экономика, государство.

*Gasparyan A.A.,
student, 1 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: anna.gasparyan.krrrrr@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Chuprova A.A.,
Docent
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: chuprova.albina@yandex.ru*

The issue of gender equality in employment

Abstract: The article shows the importance of gender mainstreaming in human development, as well as the need to continue to develop strategies that include the analysis of gender equality in the field of labor organization.

Keywords: gender inequality, equality, labour organization, economy, state.

Гендерное равенство на современном этапе является предметом многих теоретических исследований как у нас в стране, так и в зарубежной научной мысли. Официальные документы мирового сообщества, подчеркивая важность учета этого фактора в развитии человеческого потенциала, закрепляют нормы ликвидации всех форм дискриминации по половому признаку, по возрасту, расе, национальности, а также делают акцент на равных возможностях доступа к социальным благам общества. В соответствии с международным правом 165 государств взяли на себя обязательства, обеспечивать равенство между мужчинами и женщинами в общественной, культурной, экономической, политической и социальной сферах, в связи с чем мы считаем, что принцип гендерного равенства в настоящее время получил универсальное признание. Сложившиеся в обществе стереотипы негативно влияют на развитие экономики, мы солидарны с выводом исследования Всемирного банка, что чем лучше обстоят дела с гендерным равенством, тем выше уровень экономического развития страны.

Полное равноправие достигнуто только в 6 странах: Бельгия, Дания, Франция, Латвия, Люксембург и Швеция. В рейтинге Всемирного банка по уровню гендерного неравенства Россия по итогам 2018 года заняла 71-е место. Это хуже, чем позиции Таиланда, Танзании и Монголии в рейтинге, но лучше, чем Греции, Чехии и Кипра. Эксперты высоко оценили возможности для участия женщин в экономической жизни России (31-е место), в образовании (28-е место) и в медицине (1 место в ряду с другими странами). Однако по возможности участия женщин в политике Россия заняла только 123-е место из 149 стран, участвующих в исследовании.

Анализируя вопрос равноправия мужчин и женщин, необходимо уделить особое внимание вопросу организации труда, который является одним из важнейших аспектов жизни в современном обществе России, где закон предоставляет равные права при трудоустройстве и возможность сочетания карьеры с семейной жизнью.

Основных критериев женского равноправия 8: оплата труда, трудоустройство, ведение собственного бизнеса, управление своими активами, пенсионное обеспечение, свобода передвижения, а также брак и дети. Что касается России, то по мнению авторов исследования мы достигли полного равноправия в том, что касается владения имуществом и свободы передвижения, но проблемными остаются равная оплата труда, начало карьеры и права, связанные с расторжением брака.

Так Конституция Российской Федерации 1993 г. в части 3 статьи 19 провозгласила, что «мужчины и женщины имеют равные права и свободы и равные возможности для их реализации». Таким образом, действующая Конституция РФ закрепила преемственные начала реализации принципа равенства. СССР еще в 1981 году, ратифицировал Конвенцию ООН «О ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин» и закрепил данный принцип и в некоторых иных международных документах, обязательных для Российской Федерации, как правопреемника СССР, возлагающих на участников этих соглашений конкретные обязательства по обеспечению реального равноправия полов и повышению социального статуса женщин [3].

Хотя и в Конституции РФ четко прописано, что у мужчин и женщин равные права и обязанности, нельзя говорить о том, что гендерного неравенства нет. К сожалению, законы, гарантирующие равные права, не соблюдаются. Зато сильное влияние имеют устои и традиции. В нашем обществе сохраняются остатки патриархальной модели, которая сказывается на уровне современного правосознания. Однако, решительные изменения в сфере социальной жизни общества не могли не повлечь изменений в сфере правового регулирования, так как человеческая деятельность предполагает всегда осознанный характер. Эти изменения связаны, прежде всего, с глубиной социальной модернизации. Правосознание приобретает особое значение и ценность, поскольку правовая система современного общества стремится закрепить и реализовать общедозволительный тип правовой регламентации как наиболее эффективный для поступательного развития [4].

Вопрос повышения правовой регламентации социального статуса женщин, имеет исторические корни в отечественном праве. В первом советском правительстве из 67 занимавших различные посты народных комиссаров, была единственная женщина – член правительства революционной России – Александра Коллонтай. В период с 1922 по 1991 гг. картина привлечения женщин к управлению страной практически не менялась. Среди министров СССР мужчин насчитывалось 95,5% [1].

Хотя история участия женщин в высших органах правительства Российской Федерации небогата событиями, можно опровергнуть стереотип о том, что политика является уделом мужчин.

Российский политик, дипломат - Валентина Матвиенко. Председатель Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации с 21 сентября 2011 года, представитель в Совете Федерации от исполнительного органа государственной власти Правительство Санкт-Петербурга. К мнению Валентины Матвиенко прислушиваются первые лица в государстве.

Ольга Голодец – заместитель премьер-министра Российской Федерации. Эльвира Набиуллина – с 2013 года возглавляет Центробанк. Элла Памфилова – экс-министр соцразвития, глава Центризбиркома. Наталья Тимакова – пресс-секретарь премьер-министра РФ Д. Медведева. Вероника Скворцова – министр здравоохранения Российской Федерации с 21 мая 2012 года

Конечно, данные факты свидетельствуют о грубом отступлении от принципа равенства, поскольку в политике нужно говорить не о мужчинах или женщинах, а именно о гражданах. На политическом уровне есть только один статус - гражданин, обладающий набором прав и свобод, одинаковых (равных) независимо от гендерных, расовых или этнических характеристик [2].

Дифференциация правового регулирования труда мужчин и женщин представляет собой не только правовую, но и сложнейшую социально-экономическую проблему, охватывающую политические и этические стороны общественной жизни.

По данным Росстата в России проживает около 79 000 000 женщин и только 63% из них трудоустроены. Руководители выбирают на работу мужчин, так как считается, что ему не нужно заниматься работой по дому и он не будет брать отпуск по уходу за ребенком. Следует отметить, что грани между мужскими и женскими профессиями постепенно стираются, однако о полном смешивании речи пока не ведётся.

Разделение профессий на «мужские» и «женские» связано с тем, что всё ещё существуют представления о том, что социальная разница между мужчинами и женщинами определена физиологическим фактором. Также такое разделение создаёт экономическую уязвимость для граждан. Гендерные стереотипы, которыми руководствуются люди, влияют на выбор профессии. В женских профессиях, к которым относят работу учителя, воспитателя, медицинского, социального работника заработная плата на 25% меньше, чем в мужских, таких как архитектура, строительство, энергетика или транспорт. Маленькая заработная плата сегодня – это маленькая пенсия завтра. Это значит, что в молодости женщина, работая в малооплачиваемых сферах, будет зависеть от мужа, а в старости – от детей. Такие взгляды на профессию вредят не только женщинам, но и всему обществу.

Поднятые проблемы носят комплексный - не только правовой характер и касаются смены в обществе стереотипов, относительно места женщины ее прав в современных реалиях, а также правосознания самих женщин.

Считаем, что в России уже пришло время разработки закона о гендерном равенстве, обеспечивающего реализации конституционных основ принципа равенства, а также включения в Конституцию РФ или федеральное законодательство специальных норм, направленных на борьбу с дискриминацией по признаку пола. А в законодательство — определение дискриминации, охватывающее прямую и косвенную дискриминацию в общественной и частной сферах. Необходимо принятие Правительством РФ нормативного правового акта по надомному труду, который может совмещаться с трудом женщин с семейным хозяйством.

Равное распределение домашних обязанностей вместе с равной защитой трудовых прав и безопасными условиями труда обеспечит устойчивый экономический рост страны.

Литература:

1. Абдулаева З. З. Проблема реализации политических прав женщин – Махачкала. – 2016. – 17с.
2. Гендерное равенство: проблема равных прав и равных возможностей мужчин и женщин: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 521400 "Юриспруденция" и специальности 021100 "Юриспруденция" / С. В. Поленина. - Москва : Аспект Пресс, 2005. - 266, [3] с.; 22 см.
3. Проблемы гендерного равенства в трудовом праве России : автореферат дисс. ... канд. юр. наук : 12.00.05 / Карамурзова Инна Барасбиевна; [Место защиты: Моск. гос. юрид. акад.]. - Москва, 2018. - 21 с.
4. Чупрова А.А. К вопросу о природе российского правосознания: концептуально-теоретический аспект // государство и право в XXI веке. № 2. 2018.

УДК 930.85

*Копылова Д.В.,
студент 3 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
Краснодар, Россия
e-mail: german.daria@mail.ru*

*Научный руководитель:
Бершадская О.В.,
доцент, к.и.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
Краснодар, Россия
e-mail: berscholl@mail.ru*

Проблематика еврейского холокоста в современной культуре России

Аннотация: В данной статье рассматривается тема закрепления в российской культуре памяти о холокосте еврейского народа. В исследовании рассмотрены такие сферы искусства как кинематограф и театр. Исходя из полученных результатов автор предложил заимствовать зарубежный опыт и развивать тему холокоста в балетных постановках.

Ключевые слова: еврейский холокост, российская культура, кинематограф, театральные постановки.

*Kopylova D.V.,
student, 3 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: german.daria@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Bershadskaya O.V.,*

Problems of the Jewish Holocaust in modern Russian culture

Abstract: This article deals with the theme of consolidation of the memory of the Holocaust of the Jewish people in Russian culture. The study deals with such areas of art as cinema and theater. Based on the results, the author proposed to borrow foreign experience and develop the theme of the Holocaust in ballet productions.

Key words: Jewish Holocaust, Russian culture, cinema, theatrical performances.

Холокост оставил глубокий след во всей истории человечества. Современному миру невозможно по-настоящему представить и до конца осознать то, с чем пришлось столкнуться еврейскому народу... Да, нам никогда до конца не понять, но помнить мы обязаны. Помнить все и передавать память сквозь века в будущее, закрепляя это в искусстве и культуре.

Цель данной работы: рассмотреть отражение темы холокоста в современной культурной сфере российского общества.

Задачи:

- Рассмотреть сферу российского кинематографа;
- Описать вклад в разработанность темы холокоста современных театральных постановок в стране;
- Дать общую оценку распространенности данной темы в искусстве;
- Сформулировать предложение по улучшению культурной среды.

Если в советские годы освещение темы геноцида и дискриминации евреев в искусстве было во многом связано с проблемой ксенофобии и общей гнетущей политической обстановки по отношению к этому народу, то сейчас русская культура направлена на сохранение памяти о событиях прошлого и их уроках, на прославление героизма и мужества людей в борьбе с ненавистью и жестокостью. Большой вклад в создание толерантного общества и предупреждения появления и развития антисемитских настроений вносят различные центры и фонды, некоторые из которых поддерживаются представительствами других стран в России. При участии таких организаций сейчас в нашей стране активно развивается кинематограф [5].

Одним из популярных жанров по этой теме является документальные фильмы, где в качестве самой известной и впечатляющей картины, стоит выделить «Список Киселёва. Спасённые из ада». Это история великого подвига, который был совершен белорусским партизаном Николаем Киселевым во время Второй мировой войны. Будучи членом отряда «Мечь», он спас жизнь 218 евреям в августе 1942 года, выведя их за линию фронта из оккупированной немцами деревни Долгиново. Работа и идея Якова Каллера не осталась без внимания в обществе: за этот фильм Федерация еврейских общин России в номинации «Телевидение» присвоила ему звание «Человек года».

Сейчас в кинематографе также развиваются и другие картины различных жанров, которые могут полноценно рассказать обществу о холокосте и тех глубоких следах, которые он после себя оставил в истории человечества. Например, военно-историческая драма «Свидетели», которая состоит из трех киноновелл: «Туфельки», «Брут» и «Скрипка». Каждая из частей фильма – отдельное действие, где в центре внимания перед зрителем возникают не солдаты и даже не люди. В первой сцене – это пара женской обуви. Во второй – это немецкая овчарка. В третьей части – это скрипка. Создатели применили, достаточно интересный и современный подход к композиции и смысловой нагрузке фильма. Ведь основной целевой аудиторией картины, по словам автора, является именно молодое поколение.

Если же фильм «Свидетели» можно считать не совсем известным и популярным, то про эту российскую военную драму, вышедшую на экраны в 2018 году, так сказать точно нельзя. «Собибор» является одним из главных примеров по-настоящему массового кино в России, затрагивающее тему холокоста. Это история, основанная на реальных событиях 1943 года, о единственном успешном восстании и побеге узников из лагеря смерти, который был возглавлен советским евреем Александром Печерским.

Помимо кинематографа сейчас довольно популярно и театральное искусство.

Спектаклей, где так или иначе зритель сталкивается с трагедией еврейского народа, в России показывают не много. И, пожалуй, самым известным из них на текущий момент является – «Суд над Джоном Демьянюком. Холокост Кабаре». По праву или нет, но во всем мире эта постановка считается скандальной. Она даже получила свой уникальный лозунг: «Спектакль-шок». В основе пьесы лежит история реального судебного процесса, разбирательство по которому длилось более 30 лет, итогом которого стало признание гражданина США украинского происхождения виновным в содействии осуществлению убийств 28 тыс заключенных в нацистском лагере смерти Собибор. По мнению автора, главный герой стал неким «символом попытки найти виновных в кошмарах Второй мировой войны.». И неудивительно, ведь на момент оглашения приговора Демьянюку было 89 лет.

Безусловно, помимо таких масштабных театральных работ на сценах российских театров играют и небольшие экспериментальные спектакли. Например, такой является оригинальная постановка «Наш класс». История разворачивается на востоке Польши в селе Едвабне, где было совершено массовое убийство евреев. Основной особенностью и трагизмом произошедшего является то, что это совершили не напавшие нацисты, а их польские друзья, соседи и местные жители. Спектакль рассказывает не просто о ксенофобии, а об античеловечности общества в те годы. Однако не только это является основным смыслом постановки, здесь также присутствует своеобразная метафора современной ситуации в мире по отношению к истории холокоста, а точнее попыткам ее изменить.

Не меньше внимания, заслуживает и упоминание авторских спектаклей. Одним из таких редких проектов у нас в стране можно назвать постановку "Долгий путь", которая основана на истории рода Гаазов, которая сложилась

путем долгих поисков необходимой информации, документов и фотографий. Многие предки режиссера являются жертвами гитлеровского и сталинского кровавых режимов. Уникальность разворачивающихся действий в том, что в качестве актеров задействован сам автор постановки Эрвин Гааз и его сын Вилли. Быть может именно поэтому, речь героев очень эмоционально и чувственно раскрывает правду о дискриминации и убийствах представителей еврейского народа.

В процессе исследования современной культуры, было определено, что в нашей стране тема холокоста хоть и не особо популяризирована, но она затрагивается. Находит свое отражение не только в кинематографе, театральном искусстве, но и в музыке, литературе. Помимо российской культурной сферы, мы рассмотрели и другие страны. Которые навели на мысль о том, что в России, где самые признанные балетные труппы и постановки, нет ни одного балета на данную тематику. В связи с этим, считаем необходимым перенять зарубежный опыт. Примером одного из таких может быть «Проект — Свет. Холокост и человечество», который был поставлен в Америке на основе истории Наоми Уоррен. Во время Второй мировой войны она побывала в трех концентрационных фашистских лагерях. Автор идеи, Стефан Миллс, встречался со многими евреями, пережившими холокост. После общения с ними он пришел к выводу, что со временем от увиденного у человека в памяти остаются образы, а не слова. Поэтому, по его мнению, танец - это наиболее подходящий способ передать эмоции и чувства людей.

Таким образом, на основании вышеизложенного, можно считать, что проблематика еврейского холокоста в современной культуре России затрагивается, однако недостаточно распространена и в основном может быть причислена к искусству элитарного типа. Одними из основных вариантов освещения данной темы в обществе – являются кинематограф и театр. В процессе исследования было выявлена необходимость заимствования западного опыта в виде балетных постановок о холокосте.

Литература:

1. Воронежский камерный театр – [электронный ресурс, режим доступа: <http://chambervrn.ru/> (дата обращения: 2.12.2018)]
2. Интернет-журнал «Область культуры» – [электронный ресурс, режим доступа: <http://okultureno.ru/> (дата обращения: 18.01.2019)]
3. Российский фонд культуры– [электронный ресурс, режим доступа: - <http://fond.culture.ru/>(дата обращения: 1.12.2018)]
4. Центр-фонд Холокост– [электронный ресурс, режим доступа: <https://holocf.ru/> (дата обращения: 20.11.2018)]
5. Бершадская О.В. Учебная дисциплина «История России» как составная часть гуманитарной подготовки бакалавров, обучающихся по направлению «Бизнес-информатика»//Национальные экономики в условиях глобальных и локальных трансформаций: сборник статей международ. научн.-практ. конф. – М.: Изд-во АНО «Научно-исследовательский институт истории, экономики и права», 2017. – С. 35-36.

6. Электронная еврейская энциклопедия – [электронный ресурс, режим доступа: <https://eleven.co.il/> (дата обращения: 20.01.2019)]

7. New Tang Dynasty Television -[электронный ресурс, режим доступа: <http://www.ntdtv.ru> (дата обращения: 05.03.2019)]

УДК 323.2

Кулинич В.В.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: kulinichvly@yandex.ru

Научный руководитель:
Бершадская О.В.,
доцент, к.и.н.
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: berscholl@mail.ru

Политические условия деловой активности в России: история и современность

Аннотация: В статье рассматриваются особенности политического развития российского государства, определившие специфику условий деловой активности и взаимодействия власти, бизнеса и общества.

Ключевые слова: политические условия, деловая активность, особенности исторического развития России.

Kulinich V. V.,
student, 1 courses
Financial University under the Government of Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: kulinichvly@yandex.ru

Scientific Adviser:
Bershadskaya O. V.,
Doctor of Science (history), Docent
Financial University under the Government of Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: berscholl@mail.ru

Political conditions of business activity in Russia: history and modernity

Abstract: The article deals with the features of the political development of the Russian state, which determined the specifics of the conditions of business activity and interaction of government, business and society.

Keywords: political condition, business activity, features of historical development of Russia.

В современной науке под термином «деловая активность» понимается как экономическая деятельность, конкретизированная в виде производства того или иного товара или оказания конкретной формы услуг, так и определенная характеристика индивида, проявляющаяся в мобильности, предприимчивости, инициативе.

Для успешного развития деловой активности, как экономической деятельности и качества экономического субъекта, необходимы соответствующие условия, в том числе определенная государственная политика. Цель нашей работы – рассмотреть политические условия деловой активности в России в прошлом и настоящем [1]. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: 1) изучить взаимоотношения российского общества, государства и предпринимателей в историческом аспекте; 2) выявить особенности политического климата и правовых условий в современной России, определяющих деловую активность экономических субъектов.

Предпринимательство как экономическое и социальное явление стало формироваться в городах Западной Европы в период Средневековья. В Русском государстве X-XII вв. города и городские жители тоже играли важную роль в экономике, политике и общественной жизни. Однако монгольские завоевания изменили естественный ход развития русских княжеств. Сильный урон был нанесен численности горожан: профессиональных ремесленников, воинов и представителей княжеских династий. Из 74 городов домонгольской Руси 49 были разорены, из них 14 так и не смогли возродиться, а 15 превратились в села. Гибель городов означала не только утрату культурных ценностей, ремесел и технологий. Если в Западной Европе города превратились в независимые оплоты свободы и права, а формирующаяся буржуазия (торгово-предпринимательские слои населения) стала играть весомую роль в экономической и политической жизни, то русские города лишились такой возможности. Городские собрания (вече), за исключением Новгорода, повсеместно утратили свое значение и отошли в прошлое. Горожане полностью подчинялись князю, который в условиях монгольского ига выступал единственным защитником и покровителем.

Дальнейшее развитие российской государственности пошло по пути укрепления самодержавной власти. Представители купечества и ремесленники-мастерские рассматривались правителями как государевы слуги, обязанные выполнять любые поручения и беспрекословно подчиняться великокняжеским указам. Значительное влияние на историческую судьбу нашей страны оказало крепостное право. Последствиями многовекового крепостничества стали резкое разграничение трудового народа и элиты, подавление индивидуальности и самостоятельности [2].

Первая стадия капитализма – мануфактурное производство, началась в России в XVII в. Однако формирование рынка наемной рабочей силы было затруднено тем, что большая часть трудоспособного населения находилась в крепостной зависимости. В 1721 г. Петр I издает указ о разрешении владельцам мануфактур покупать крепостных крестьян. Данный указ решил проблему с рабочей силой на мануфактурах, но оказал крайне негативное влияние на даль-

нейшее развитие страны. Крестьяне обрабатывали на мануфактурах свои повинности, поэтому не были заинтересованы в повышении квалификации и совершенствовании навыков и умений. С другой стороны, большинство промышленников не стремилось поднять производительность труда с помощью внедрения новых технологий, им проще было прикупить еще работников. По мнению ряда отечественных историков (Н. Семенниковой, А. Радугина), подневольный труд в промышленности явился одной из причин отставания России от передовых западных стран, а превращение предпринимателей в крепостников деформировало их социальное развитие.

Становлению сельского предпринимательства и капитализма в российской деревне препятствовало не только крепостное право, но и длительная консервация общинных порядков. Общинный уклад предполагал коллективизм, взаимовыручку и взаимоподдержку, поэтому большинство крестьян, не решаясь хозяйствовать самостоятельно, не воспользовалось возможностями выхода из общины, предоставленными в годы аграрной реформы П.А. Столыпина.

В условиях крепостничества и самодержавия было невозможно создать институты гражданского общества. Бюрократия, коррупция и «кумовство» в государственном аппарате породили недоверие к правовым способам регулирования отношений между индивидами и социальными институтами.

Специфика взаимоотношений общества и бизнеса в России была обусловлена и православным вероисповеданием. Отличия православия от католицизма и протестантизма состоят не только в разном понимании Символа Веры и некоторых христианских ритуалов, но и ряде мировоззренческих принципов. Основными ценностями православной этики, которой придерживалось подавляющее большинство жителей России, были самопожертвование и аскетизм во имя духовного совершенствования, блага Отечества и народа. В народной культуре осуждалось стремление к обогащению и личной выгоде, что нашло отражение в распространенных поговорках и пословицах («не обманешь – не продашь», «не имей сто рублей, а имей сто друзей» и т.п.).

Новое время (XVII-XIX вв.) в странах Запада ознаменовалось буржуазными революциями и становлением парламентаризма. В России буржуазия оставалась немногочисленным социальным слоем, лишенным привилегий и доступа к власти. Закономерно, что инициатором и организатором русских буржуазно-демократических революций стала интеллигенция, а не буржуазия.

На рубеже XIX-XX вв. в России обрело популярность учение К. Маркса и Ф. Энгельса о пролетарской революции и коммунистическом бесклассовом обществе, свободном от частной собственности и денежных отношений. Марксистские идеи соответствовали ценностям российской духовной культуры и отвечали стремлениям к равенству, справедливости, нестяжательству, общественному благу.

Марксизм стал официальной идеологией Советского государства, просуществовавшего с 1917 г. по 1991 г. В Советском Союзе сформировалась командно-административная система и плановая экономика, исключая свободную конкуренцию. Частная собственность и предпринимательство находились под жестким контролем государства, некоторые виды самостоятельной

экономической деятельности (операции с валютой и спекуляция) были уголовно наказуемы.

Особенности исторического развития сформировали российскую политическую культуру, основными чертами которой стали: 1) персонализация государственной власти; 2) этатизм, признание безусловного приоритета государства в решении общественных проблем; 3) отсутствие практики функционирования демократических институтов; 4) неразвитость гражданского общества, автономного от государства.

Эти факторы предопределили специфику политических условий деловой активности в современный период. После падения Советского Союза началась интеграция России в мировую экономическую систему, основанную на рыночных отношениях. Однако историческое наследие оказывает влияние на взаимоотношения российского бизнеса, власти и общества. В 1990-е гг. в постсоветской России сформировалась финансовая олигархия, которая удачно воспользовалась приватизацией и экономическими свободами. Однако попытки олигархов (в частности, Б. Березовского, В. Гусинского, М. Ходорковского) оказать влияние на политическую ситуацию в стране, были жестко пресечены в начале 2000-х гг. государственной властью в лице Президента РФ Путина В.В.

В Российской Федерации, по сравнению со странами Запада, более значительна регулирующая роль государства. Модели экономического развития нашей страны выстраиваются не усилиями экономических субъектов, а формируются в процессе деятельности властных структур. Эти модели являются успешными или неуспешными попытками обеспечить рост экономики со стороны государства, а не бизнеса.

Сложившиеся правовые условия и политическая практика не позволяет российскому бизнесу законным образом участвовать в вопросах разработки ключевых решений по развитию национальной экономики. Этому препятствует и незрелость политико-правового сознания делового сообщества. Бизнес, потерпев неудачу в попытке политического влияния в 1990-е гг., в настоящее время пытается оказать влияние на власть через так называемые «неформальные механизмы» продвижения своих интересов. В сфере принятия решений по экономическим вопросам преобладающее значение имеют не правовые регуляторы, а так называемые «традиционные» – личные отношения, земляческие, родственные, этнические, кланово-групповые и иные неформальные связи. Преобладание неформальных отношений бизнеса с властью является важнейшей чертой российской ситуации.

В России не сложилось равноправного сотрудничества политической власти и частного бизнеса. Неограниченное вмешательство государства в экономику привело к тому, что чиновники видят в предпринимателях источник дополнительных налоговых поступлений, а не рассматривают их как носителей перспективных экономических начинаний, выгодных стране и обществу. Традиция взаимопомощи и взаимоподдержки бюрократии и бизнеса в России развивалась и развивается преимущественно в теневых условиях. Эта ситуация порождает «серый бизнес», который, действует на грани законного бизнеса и криминального. Контуры сферы «серого бизнеса» сложно определить, в него

нередко тайно вовлекаются представители отдельных звеньев политики и чиновники всех уровней, и это обстоятельство блокирует работу правоохранительных органов, вносит в сферу деловых отношений дополнительные риски.

Особенности российской политической культуры обусловили определенную позицию общества в отношениях власти и бизнеса. Общество в целом не симпатизирует бизнесу и не желает оказывать ему поддержку, тогда как, на наш взгляд, именно поддержка широкой общественности поможет представителям крупного бизнеса вести конструктивный и равноправный диалог с государственной властью. Думается, что для исправления данной ситуации необходимо внедрять в предпринимательскую среду идеи патриотизма и социальной ответственности с целью сформировать традиции добровольного самоограничения бизнеса в пользу общественных интересов.

Литература:

1. Бершадская О.В. К вопросу о системном обновлении и сохранении преемственности в образовательном процессе (на примере преподавания дисциплины «История» («Экономическая история»))// Проблемы достижения экономической эффективности и социальной сбалансированности: императивы, правовые и хозяйственные механизмы: сборник статей Международ. научн.-практ. конф., посвященной 95-летию Финансового университета. – Краснодар: Изд-во ФГКОУ ВПО «Краснодарский университет МВД РФ», 2014. – С. 18-20.

2. Бершадская О.В. Отечественная наука 1920-х годов о проблемах и перспективах развития крестьянского хозяйства //Северо-Запад в истории России: научный журнал. – Калининград: Изд-во БФУ им. И. Канта, 2015. – С. 171-178.1/

3. История России. Учебное пособие для самостоятельной работы / Л. И. Семенникова, Н. Л. Головкина, В. И. Калинов и др. — КДУ Москва, 2012. — 415 с

4. Левченко А.С. Сущность и факторы формирования деловой активности промышленного предприятия //Современные проблемы науки и образования, 2013, № 4 [Электронный ресурс <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=9746> (дата обращения 12.04.2019)].

4. Политология: учебник для студентов вузов /Под ред. В.К. Батурина. – 4-е изд., перераб. и допю – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 567 с.

5. Экономика и право: словарь-справочник. М.: Вуз и школа. Л.П. Кураков, В.Л. Кураков, А.Л. Кураков. 2004 [Электронный ресурс https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_economic_law/3202 (дата обращения 10.04.2019)].

6. Экономическая политология: Отношения бизнеса с государством и обществом / Отв. ред. А. Д. Богатуров. — М.: Аспект Пресс, 2012. — 240 с.

*Мальцева Ю.П.,
студент 1 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: juliamalt23@gmail.com*

*Научный руководитель:
Титоренко М.Ф.,
д-р ист. наук
Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: MFTitorenko@fa.ru*

Алкоголь и потерянная молодость

Аннотация: В данной статье рассмотрена проблема взрослого и подросткового алкоголизма в Российской Федерации. На основании проведенных социологических опросов и исследований оценена степень алкогольной зависимости населения, предложены пути решения проблемы.

Ключевые слова: алкоголь, подростковый алкоголизм, законодательство, алкогольный рынок России.

*Maltseva J.P.,
student 1 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: juliamalt23@gmail.com*

*Scientific Adviser:
Titorenko M.F.,
Doctor of Historical Science
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: MFTitorenko@fa.ru*

Alcohol and lost youth

Abstract: This article addresses the problem of adult and adolescent alcoholism in the Russian Federation. The degree of alcohol dependence of the population is estimated on the basis of conducted sociological surveys and studies. Suggested ways to solve the problem.

Key words: alcohol, adolescent alcoholism, legislation, alcohol market of Russia.

Обращаясь к реалиям современного российского общества, выявляем множество проблем. Среди них особое место занимает потребление алкогольной продукции молодежью. В данном вопросе пальму первенства занимает Китай, но и в России эта проблема налицо.

Общество беспокоит омоложение алкоголизма, так как с каждым годом увеличивается число подростков, страдающих этим заболеванием. Популярным и легкодоступным видом алкоголя является пиво, в 12 лет его употребляет

1/3 от общего числа детей, в 13 – уже 2/3. Среди них 33,1% мальчиков и 20,1% девочек употребляют алкоголь ежедневно. Известный немецкий психиатр Крепелин отметил, что 45% пациентов его клиники, страдающих алкоголизмом, потребляли только пиво.

Средний возраст первой пробы спиртного по данным Psychoday.ru составляет 14 лет, к 17 годам эта цифра заметно возрастает. Проблему на наш взгляд, следует рассматривать в семье, ближайшем окружении, сверстниках. Государственные структуры отмечают относительное сокращение страдающих алкоголизмом в 2016-2019 гг. При этом наблюдается рост несовершеннолетних алкоголиков и наркоманов, которые выдерживают минимум двухлетнюю ремиссию.

Говоря о проблеме в общероссийских масштабах, обратимся к статистике по Краснодарскому краю. Какие виды алкогольной продукции наиболее реализуемы в пределах края? По результатам исследований наш край входит в топ-10 регионов по количеству реализуемого алкоголя в России. В 2018 г. продажа составила 609,0 тыс. декалитров. Наиболее покупаемы пивные и винные напитки, увеличилась продажи водки, что связано с легализацией рынка. Подобная статистика выглядит угрожающе. Отметим, что подросток не всегда может приобрести алкоголь, но он найдет способы его заполнить.

В апреле 2019 г. в ходе анонимного опроса несовершеннолетних удалось собрать следующие данные. На вопрос: «Какие чувства вызывает у Вас человек, отказывающийся от спиртного во время застолья?», последовали ответы. Удивление – 30 %, недовольство – 6,6 %, обида, что отказывается выпить с вами – 10 %, жалость – 13,3 %. Конечно, не все так плохо. Например, популярными ответами в графе «ваш вариант» были «уважение» – 10 %, и «никаких, это его дело» – 10 %, остальные 20,1% ушли от ответа. Данные представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Результат опроса респондентов

Немалое количество социальных роликов сейчас существует в интернете, в которых затрагиваются социальные проблемы. Так жители г. Алма-Ата в ходе социального эксперимента были готовы помочь молодому человеку, не достигшему возраста 21 года, приобрести крепкий алкоголь. А как обстоят дела в

Краснодарском крае? За примером далеко ходить не приходится. В пределах нескольких кварталов вокруг Краснодарского филиала Финуниверситета расположено 4 специализированных магазина алкогольной продукции и около 18 продуктовых точек, в которых реализуют алкоголь. Расстояние до ближайшего специализированного винного магазина составляет 450 метров, а вот до ближайшего продуктового магазина 110 метров. Расчеты расстояния можно увидеть на рисунке 2.

Напрашивается вывод, единообразная структура реализации алкогольной продукции выдерживается далеко не везде. В соответствии с ФЗ №108 и Указом Президента РФ №202 на период проведения чемпионата

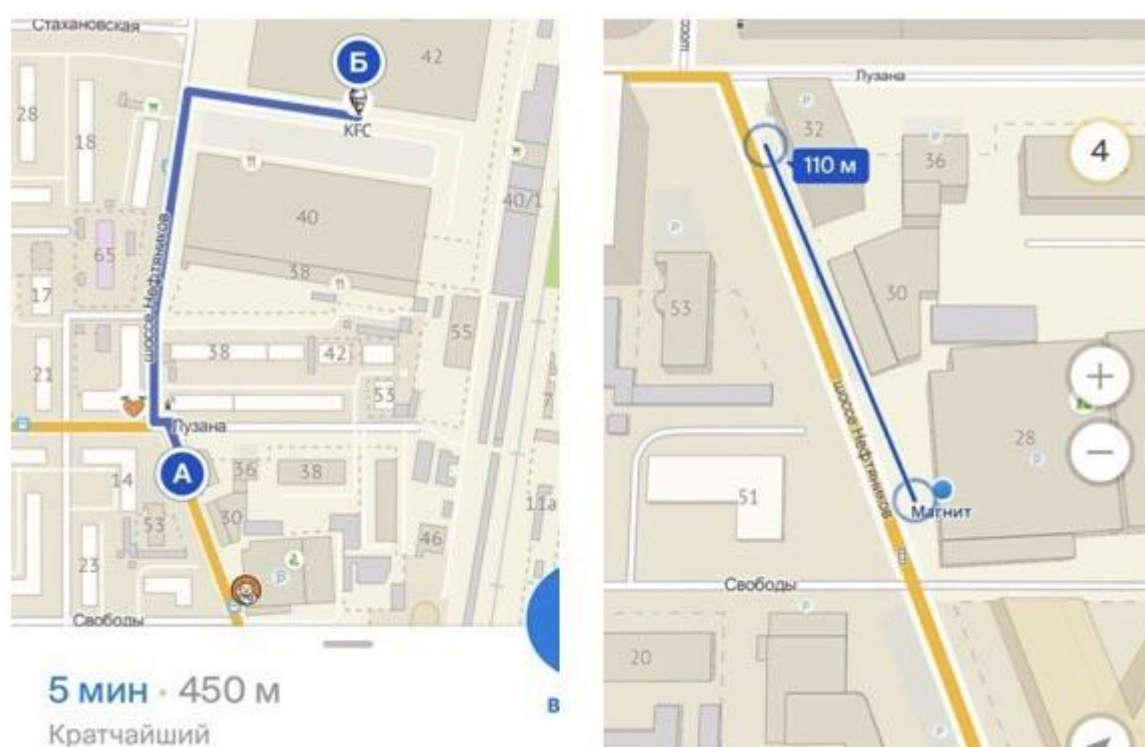


Рисунок 2 – Расстояние от здания университета до ближайших точек, торгующих алкогольной продукцией

FIFA 2018 в России был принят закон, ограничивающий продажу алкогольной продукции в стеклянной таре вблизи стадионов. Закон был принят на период чемпионата и преследовал цели безопасности, но вовсе не цели сокращения употребления алкогольных напитков в общественных местах. В феврале 2019 г., по данным Портала пивного рынка, состоялось обсуждение вопроса по увеличению времени продажи алкогольной продукции на территории Краснодарского края на 4 часа. Инициатором идеи выступил комитет потребительского и финансового рынков края. Министерство здравоохранения края данную идею не поддержало, т. к. она направлена не на сохранение и укрепление здоровья нации, а на увеличение прибылей от реализации алкоголя.

Во время слушаний в Государственной Думе депутат ЛДПР Андрей Свинцов внес предложение о том, чтобы родители в семьях самостоятельно наливали детям вино и шампанское, дабы обезопасить молодое поколение от

суррогата. Кроме того, запреты со стороны родителей порой являются для подростков своего рода мотивацией для познания чего-то запретного. Такой подход является дискуссионным.

Злоупотребление спиртными напитками и формирование алкогольной зависимости у женщин приходится в основном на возраст от 31 до 50 лет. Факторы, провоцирующие алкоголизм и способствующие его становлению у женщин, проявляются позже. Женщины более чем мужчины склонны преуменьшать количество выпитого ими алкоголя. Изменения личности, характерные для поздней стадии хронического алкоголизма у женщин, выявляются быстрее и более выражены. На ранних стадиях болезни женщины сохраняют стыдливость, скрывают влечение к алкоголю, пьют в одиночку, чаще дома.

А.Н.Толстой в статье «Пора опомниться» пишет: «вино ...губит телесное здоровье людей...., губит душу людей и их потомство, несмотря на это с каждым годом все больше и больше распространяется употребление спиртных напитков и происходящее от него пьянство. Заразная болезнь захватывает все больше и больше людей: пьют женщины, девушки, дети. И взрослые уже не только не мешают этому отравлению, но, сами пьяные, поощряют их».

Эксперты ВОЗ (Всемирная организация здравоохранения) пришли к выводу, что 12 - 21 из ста хронических алкоголиков предпринимают попытки покончить с собой, а 2,8 -8,0 % страдающих алкоголизмом кончают жизнь самоубийством. Средняя продолжительность жизни страдающих хроническим алкоголизмом на 15 – 20 лет меньше, чем у людей, воздерживающихся от спиртного. Во всем мире алкоголизм в последние десятилетия связан с высокими темпами роста пьянства среди молодых людей обоих полов.

Трудность борьбы с пьянством заключается в том, что оно вплетено в ритуал многих обычаев и обрядов, «довлест над личной жизнью человека, его обыденным сознанием».

Для разрешения реальной проблемы необходима помощь молодым людям, пристрастившимся к выпивке, и правильное воспитание. В центрах реабилитации им требуется не только врачебная и психологическая помощь, крайне важно участие семьи, сверстников. Такой подход, на наш взгляд, поможет вернуть подростка в привычный ритм жизни. Профилактические беседы вряд ли помогут. Необходимо собирать малые группы, в которых старшие поделятся реальными историями из жизни, помогут молодежи сделать осознанный выбор. Следует прививать моду не на алкоголь и наркотики, а на спорт и здоровье. Указанные позиции уже на протяжении нескольких десятилетий ведут активную борьбу, которая не всегда заканчивается в пользу здорового образа жизни. Среди молодежи и подростков популярными в последнее время стали крафтовые спиртные напитки, в том числе пиво. Стало модным пить пиво ручного производства, но и свежавыжатые соки и смузи тоже модны.

Будущее страны – его молодое поколение в настоящем. Не сработает полное табу на алкогольную продукцию. Обществу необходимо прививать правильную культуру питания, используя СМИ, беседы, медиа, пропаганду здорового образа жизни и др. Тогда повысится здоровье граждан, россияне перестанут быть символом пьянства в мире.

Литература:

1. Онлайн-журнал психологии Psychoday.ru// <https://psychoday.ru/zavisimosti/alkogolizm-sredi-molodezhi.html> // дата обращения: 18.04.2019г
2. Статья интернет страницы газеты «Известия»// <https://iz.ru/832948/2019-01-11/deputat-gosdumy-predlozhit-priuchat-detei-k-khoroshemu-alkogoliu> //дата обращения: 18.04.2019г
3. Федеральный закон «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 07.06.2013 N 108-ФЗ
4. Указ Президента Российской Федерации от 9 мая 2017 года №202 «Об особенностях применения усиленных мер безопасности в период проведения в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года и Кубка конфедераций FIFA 2017 года»

УДК 378.1

*Мезенцева О.А.,
студент 3 курса
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: oksanka.mezentseva.1998@mail.ru*

*Боцоева А.В.,
к.п.н., доцент,
Финансовый Университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: annalobanova@bk.ru*

Плюсы и минусы цифровизации в образовании

Аннотация: В статье рассматривается влияние цифровизации на современное российское образование. Определены положительные и отрицательные стороны данной образовательной сферы. Проанализированы мнения россиян о воздействии «цифры» на интеллектуальные способности подрастающего поколения.

Ключевые слова: цифровизация, образовательная сфера, образовательные проекты, цифровые технологии.

*Mezentseva O.A.,
student, 3 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia
e-mail: oksanka.mezentseva.1998@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Botsoeva A.V.,
Candidate of Psychological Sciences, assistant professor
Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)
Krasnodar, Russia*

Pros and cons of digitalization in education

Abstract: The article discusses the impact of digitalization on modern Russian education. Positive and negative sides of this educational sphere are defined. The opinions of Russians about the impact of "figures" on the intellectual abilities of the younger generation are analyzed.

Key words: digitalization, educational sphere, educational projects, digital technologies.

Сегодня мы являемся свидетелями глубокой трансформации российского образования, которая осуществляется в соответствии с форсайт-проектами «Образование 2030», «Образование 2035», конечной целью которых является «слом-ликвидация традиционных моделей образовательной системы» и замена их «цифровым образованием». Ярким выражением этого стал национальный проект «Образование», утверждённый в сентябре 2018 г., которому уделяется приоритетное значение.

Актуальность и значимость процесса цифровизации профессионального образования и обучения вызвана глобальными процессами перехода к цифровой экономике и цифровому обществу.

Цифровизация образования только на первый взгляд кажется перспективной и полезной для образования. Но существует и обратная сторона медали. Проблемы цифровизации образования очевидны. В первую очередь - это утрата умственных способностей, снижение социальных навыков и появление онкологических заболеваний.

Цифровое образование - широкое понятие. Сюда включаются и массовые открытые онлайн-курсы, и системы управления образованием (LMS), позволяющие осуществлять смешанное обучение, и использование новых технологий: дополненной и виртуальной реальностей, анализа больших данных, искусственного интеллекта, машинного обучения, достижений робототехники. В общем среднем образовании онлайн-обучение фактически не используется, в дополнительном школьном образовании доля онлайн-обучения - 2,7%. По прогнозам экспертов, к 2021 году доли увеличатся до 1,5% и 6,8% в общем и дополнительном школьном образовании соответственно [3].

Профессор РГПУ Инна Романенко, выступившая на Петербургском международном образовательном форуме в 2018 году с докладом «Современное образовательное пространство и постматериальные ценности», рассказала о чертах, которые формируются у молодежи в современном информационном обществе: слабая привязанность к окружению, коллективу и ценностям, отсутствие долгосрочных планов, поздняя социализация и т. д. [4].

Безусловно, цифровизация образования заключается в оснащении образовательных учреждений качественным программным обеспечением. К такому программному обеспечению можно отнести различные информационные системы, которые позволяют получать доступ к образовательным ресурсам, ре-

зультатам современных научных исследований и разработок, электронным научным библиотекам на различных языках мира.

Плюсы цифровой системы образования:

1. Приучение к самостоятельности. Будущая система подразумевает самостоятельную работу, подросток поймет, что он сам должен стремиться к знаниям.

2. Отсутствие бумажной волокиты. Цифровое образование избавляет человека от горы бумаг и книг. В компьютере вместятся все учебники и пособия, а планшет заменит рабочие тетради.

3. Экономия. Так как цифровизация избавляет от бумажных версий, родителям не придется тратить деньги на тетради, учебники, ручки и прочую канцелярию.

4. Упрощение работы педагогов. В цифровой системе работа учителя подразумевает лишь помощь. Педагог задает направление, по которому развиваются ученики. Школьники обращаются к нему лишь в спорных ситуациях.

5. Шаг в будущее. Сейчас наука развивается с большой скоростью, каждый день появляются новые структуры. Цифровизация обучения поможет школьникам лучше ориентироваться в информационном мире в будущем.

Минусы цифровой системы образования:

1. Риск отрицательного результата. Эти изменения будут кардинальными. Нет возможности точно сказать: будет ли такое новшество положительным. Данная система применится впервые, поэтому сравнить с чем-то подобным не получится.

2. Отсутствие творчества. Ученые доказали, что цветное оформление помогает человеку лучше запомнить информацию. Однако информационные технологии исключают возможность проявить себя. Ребенок быстро привыкнет к скучному повествованию. Детское творчество заметно пострадает.

3. Снижение умственной активности. Это явление можно наблюдать уже сейчас. Человеку нет нужды размышлять о чем-то, достаточно иметь доступ в Интернет, чтобы узнать необходимые сведения. Это приводит к ослаблению мыслительных способностей.

4. Плохая социализация. Когда ученик впервые приходит в школу, есть лишь малая вероятность, что там он встретит знакомого. Ребенок тут же попадает в другой социум, где никого не знает. Информационная система значительно снижает уровень социализации человека. Это повлияет на дальнейшее развитие личности.

5. Проблемы с физическим развитием. Зрение и мелкая моторика изменятся в первую очередь. Длительное пребывание за экранами приводит к глазной усталости. Со временем, появятся: сухость; покраснение; раздражение; ухудшение зрения. В следующих поколениях уже вряд ли найдется человек с хорошим зрением. Однако, возможно, в будущем технологии станут более безопасными для детского развития. Работа с клавиатурой и планшетом приведет к изменению физиологии пальцев. Могут поменяться строение костей, суставов и мышц.

6. Абсолютный контроль. Это относится к школьникам, педагогам и родителям. На каждого человека заводится личное дело, собирается подробная информация о семье. Это приведет к тотальному контролю общества. Если рассуждать на более низком уровне: ребенок не сможет ничего скрыть от взрослых. Раньше можно было спрятать дневник, исправить оценку, умолчать о замечании. В будущем такой возможности не будет, что плохо для детей.

7. Функция педагогов. После цифровизации понятие учителя будет полностью изменено. Профессионалов заменят роботы и виртуальные системы. Люди лишатся работы [5].

Оценить все плюсы и минусы такой системы, ее последствия будет возможно спустя десятилетия. Когда придет время, поменяется вся структура образования. Хорошо это или плохо — решится спустя время.

По данным РИА Новости, к концу 2019 года российские школы будут подключены к высокоскоростному интернету в рамках национального проекта "Образование", что безусловно является огромным плюсом к достижению постепенной, полной цифровизации в образовательной сфере.

По плану, к декабрю 2020 г. планируется внедрить «цифровые учебно-методические комплексы». Эти комплексы должны «частично или полностью» заменить традиционные бумажные учебники. У учеников будут «сертифицированные в установленном порядке устройства персонального доступа», дети смогут дистанционно участвовать в уроке при нетяжелом заболевании. Проект направлен на создание индивидуальных траекторий обучения, и по итогам окончания школы выпускники должны использовать для поступления в средние и высшие учебные заведения цифровые образовательные портфолио.

Безусловно цифровизация глобально может менять наш современный мир. Но только в положительную или отрицательную сторону, зависит от нас. Для того, чтобы детально ознакомиться с результатами влияния цифровизации на образование, хотелось бы продемонстрировать ряд исследований, проведенными Российскими Научными Центрами.

Опрошено 1600 человек в 130 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках России.

Одним из первых представленных исследований, проведенным Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), было выяснено: «Как россияне оценивают состояние российской системы образования в эпоху цифровизации и сегодня и 25 лет назад?»

При этом только 20% опрошенных сегодня оценивают состояние системы образования как «плохое» или «очень плохое» - эта доля ниже показателя 27-летней давности (27%), тогда как 33% считают его «хорошим» или «отличным» (против 8% в 1992 г.). Однако наиболее распространенным (как в советские годы, так и в наше время) является то мнение, что образование у нас посредственное (41% в 2017 г. и 46% в 1992 г.).

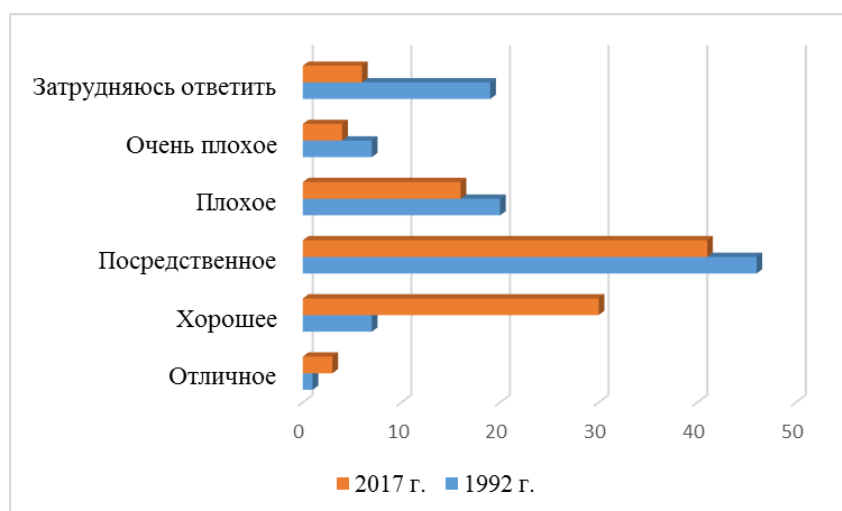


Рисунок 1 – Состояние российской системы образования в 1992 г. – 2017 г., %.

Если говорить о всемирноизвестной паутине, то почти вся молодежь пользуется Интернетом, ищет там всю необходимую информацию, читает книги, смотрит фильмы и тд., но все забыли про библиотеки. Ведь раньше многие ходили в читальные залы и изучали литературу без помощи интернета.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представляет данные опроса о том, что популярность печатной литературы снижается, тогда как электронные форматы, напротив, используются все чаще.

Респондентам был задан вопрос: «Когда в последний раз Вы посещали библиотеку?».

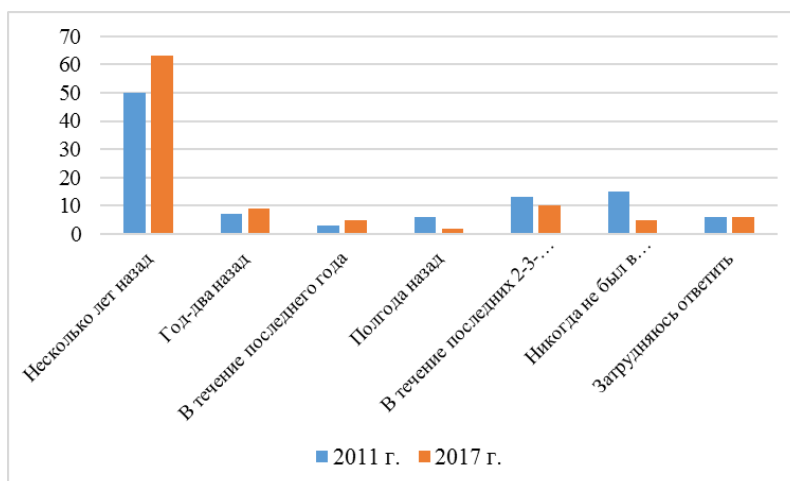


Рисунок 2 – Посещение молодежью библиотек за 2011 г. - 2017 г., %.

В библиотеках бывали несколько лет назад (63%) – более двух лет назад. Один-два года с момента визита прошло у 9%, около года – у 5%. Еще 2% ходили в книгохранилища в последние полгода, 10% - не более двух-трех месяцев назад (среди 18-24-летних – 20%, среди обучавшихся в ВУЗах – 15%).

Из данного опроса, следует сделать вывод о том, что молодежь все больше и больше пользуется Интернетом, а не библиотеками для поиска информации, например, приходя в библиотеки студенты изучали учебный материал, ознакомились с научной литературой – все прочитанное откладывалось у

них в голове, а заходя в Интернет много умственных способностей для нахождения той или иной информации не потребуется, что в свою очередь ведет к деградации современного поколения, кроме того цифровизация оказывает все больше воздействие на человека.

Третий вопрос для респондентов звучал так: «Ухудшилось ли качество подготовки и знаний учащихся?»



Рисунок 3 – Состояние подготовки и знаний учащихся за 2018 г., %.

Некоторые убеждения о проведении ЕГЭ оказались наиболее устойчивыми и распространенными среди россиян. Так, 77% считают, что учащихся натаскивают только на прохождение тестов, в связи с этим ухудшается качество знаний. В том, что госэкзамен не учитывает индивидуальные особенности школьников уверены 77%. А 71% думают, что проверка знаний после введения ЕГЭ стала формальной.

На основе данного вопроса, хотелось бы отметить роль цифровизации при внедрении ЕГЭ. Данный вид экзамена в последние годы значительно повлиял на школьников учебных учреждений, так как при сдаче ЕГЭ многие недовольны необъективностью экзамена, также сдача госэкзамена – это большой стресс для учеников и их родителей.

Из этого следует еще один опрос, представленный молодежи: «Как, повлияло введение ЕГЭ как единственной формы выпускных экзаменов в школе и основной формы вступительных экзаменов в ВУЗы на следующие аспекты в образовании?»

Из данного графика следует отметить, что общий уровень школьной подготовки (1) снизился, считают 51% опрошенных респондентов, объективность оценки знаний (2) также снизилась, считают 54% опрошенных, и охват оцениваемых знаний (3) в учебных учреждениях понизился на 49%, соответственно. Говоря об уровне нагрузки на школьников (4), то он весьма велик, считают 69% респондентов. Также следует выделить то, что доступность высшего образования (5) по мнению опрошенных 32%, осталась неизменной и коррупция при поступлении в ВУЗы (6) не осталась без изменений тоже по мнению 34% респондентов.

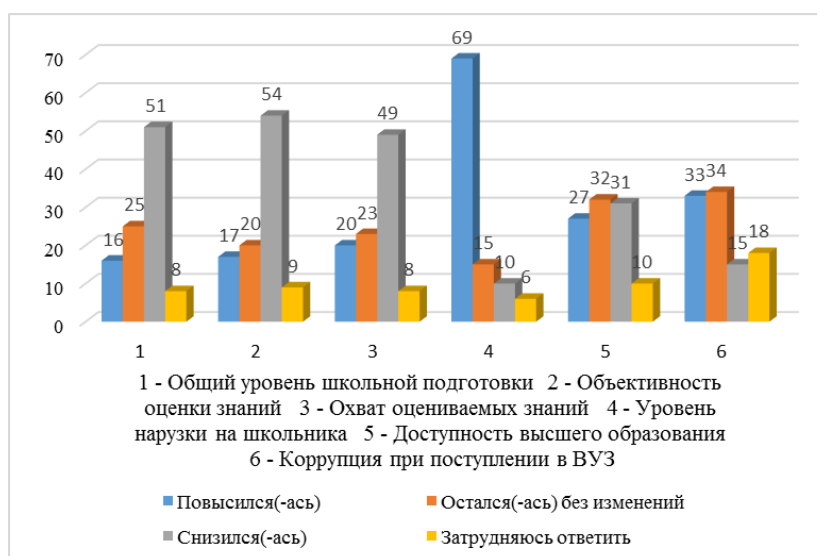


Рисунок 4 - Влияние введения ЕГЭ на российское образование в 2018 г., %.

И последний вопрос для опрошенных звучал так: «Современные школьные учителя учат детей лучше, хуже или также, как Вас учили Ваши школьные учителя?»

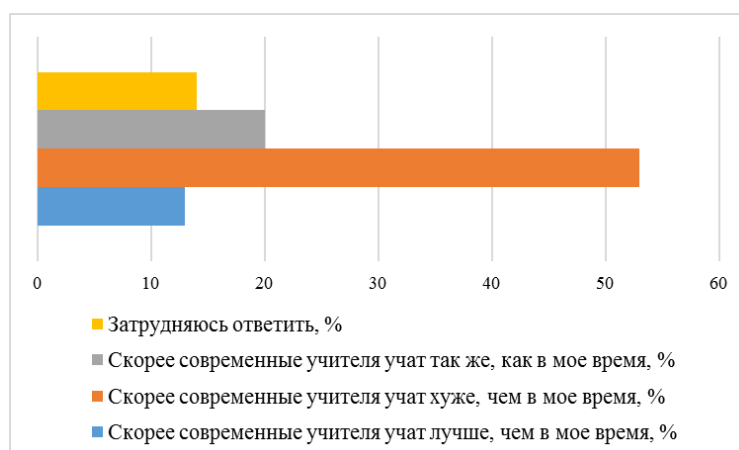


Рисунок 5 – Компетентность учителей в российских школах в 2018 г., %.

По мнению 53% респондентов считают, что современные учителя учат хуже, чем в свое время их учили их преподаватели. Из этого следует отметить, что цифровизация не обошла мимо и современное поколение учителей, которые также оказались под влиянием цифровой трансформации.

Таким образом, подводя итог, можно сказать, что в случае полной цифровизации в образовании и реализации проектов «Образование 2030», «Образование 2035» мы получим поколение полностью функционально безграмотных людей одной кнопки. Благодаря образовательным траекториям детей будут готовить под очень узкие задачи, и они не будут представлять себе полной картины мира. Это будут люди, полностью лишённые творческих способностей, даже если такие и были в детстве. Лишённые живого контакта с учителем, дети уже не смогут усваивать сложные знания, образование будет сводиться просто к узкому набору компетенций, нужных в работе. Понятие «специалист широкого

профиля» уйдет навсегда. Что будет со здоровьем людей столько времени проводящих за планшетом и ПК просто страшно представить.

Литература:

1. Введение в «Цифровую» экономику / А. В. Кешелава, В. Г. Буданов, В. Ю. Румянцев [и др.]; под общ. ред. А. В. Кешелава; гл. «цифр.» конс. И. А. Зимненко. — ВНИИ Геосистем, 2017. — 28 с.
2. Правда и ложь о цифровом образовании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ug.ru/archive/74381>
3. Цифровизация российской школы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rvs.livejournal.com/2133843.html>
4. Цифровизация образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plusminusi.ru/cifrovizaciya-obrazovaniya-osnovnye-plyusy-i-minusy/>
5. ВЦИОМ о системе образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=228>.

УДК 346.5

Туйсузов Д.Ю.,

студент 1 курса

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: David.Davidov.David@yandex.ru

Научный руководитель:

Чупрова А.А.,

к.ф.н., доцент

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: chuprova.albina@yandex.ru

Система нормативно-правового регулирования менеджмента в России

Аннотация: В данной статье рассматриваются некоторые аспекты системы нормативно-правового регулирования менеджмента в Российской Федерации. На основании проведенных исследований, были сделаны выводы об основных принципах системы нормативно-правового регулирования менеджмента в Российской Федерации.

Ключевые слова: менеджмент, нормативно-правовое регулирование, государственный контроль.

Tuysuzov D.Y.,

student, 1 courses

Financial University under the Government of Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: David.Davidov.David@yandex.ru

Scientific Adviser:

Chuprova A.A.,

associate professor departments

The system of normative-legal regulation of management in Russia

Annotation: This article discusses some aspects of the system of normative-legal regulation of management in the Russian Federation. On the basis of the research made conclusions about main principles of the system of normative-legal regulation of management in Russian Federation.

Keywords: management, normative-legal regulation, state control.

С того самого момента, когда человек начал заниматься экономической деятельностью, он нуждался в ресурсах. И из всего многообразия ресурсов, необходимых для осуществления этой деятельности, самым ценным был человеческий ресурс. Поэтому люди долгие годы стремились достичь рационального использования людей в любой экономической деятельности, стремились сохранить уникальность этого ресурса. Так и появился менеджмент. Этот термин имеет множество определений, объединяющим звеном которых является то, что в основе менеджмента всегда лежит принцип разумной организации деятельности трудящихся для достижения определенных целей. И как все разновидности человеческой деятельности, менеджмент должен иметь свою систему нормативно-правового регулирования, которая регламентировала бы, на основе нормативных правовых актов, особенные аспекты управленческой деятельности во всех ее проявлениях.

На территории России и стран СНГ это понятие появилось сравнительно недавно, так как до последнего времени само понятие «управление персоналом» в нашей управленческой практике попросту отсутствовало. В частности, это объясняется самобытным путем развития СССР, особенностями его экономического уклада и идеологии. Сейчас же менеджмент в сфере российского правового обеспечения с каждым годом отчетливо позиционируется, как самостоятельный вид профессиональной деятельности, направленный на достижение, в процессе любой экономической деятельности организации (существующей в условиях рынка), целей за счет рационального использования экономических ресурсов [4].

На данном момент в Российской Федерации наиболее ярко выражено регулирование деятельности унитарных предприятий. Но стоит отметить, что без государственного регулирования иных организационно-правовых форм деятельности невозможно нормальное функционирование экономики. Поэтому, государство осуществляет свой контроль прямым и косвенным способами. К методам прямого контроля за деятельностью менеджеров организации относятся: антимонопольный контроль (Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ); «ценовой» контроль; экологический контроль (Федеральный закон от 10 января 2002 года N 7-ФЗ "Об охране окружающей среды"); санитарный контроль (Федеральный закон "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения" от 30.03.1999 N 52-ФЗ); пожарный контроль (Феде-

ральный закон от 21.12.1994 N 69-ФЗ (ред. от 30.10.2018) "О пожарной безопасности"); различные формы контроля, затрагивающие местоположение организаций и их строительство; различные формы контроля качества продукции и (или) предоставляемых услуг (сертификации, лицензирование) и т.д.

Косвенный контроль государство осуществляет за счет множества методов, касающихся: налоговых сборов, различных антикризисных мер, стимулирования рынка, регулирования трудовой занятости и уровня профессиональной подготовки населения и т.д. [3].

Данные методы государственного регулирования создают определенные условия для нормального функционирования экономики. Они позволяют менеджерам осуществлять управление организациями в соразмерных пределах, т.е. действовать в соответствии с государственными ограничениями. Данные ограничения – обязательная мера, поскольку они четко определяют границы, за счет которых менеджмент обладает возможностью действовать самостоятельно [3].

Если произвести анализ действующего законодательства Российской Федерации, то можно выделить пять основных принципов корпоративного регулирования:

1) Принцип централизации управления (концентрация управленческих полномочий в одном месте, в одних руках);

2) Принцип децентрализации управления (делегирование определенных полномочий нижестоящим органам или менеджерам);

3) Принцип координации деятельности (согласование действий между хозяйствующими субъектами);

4) Принцип использования человеческого потенциала (принятие некоторых решений менеджерами на локальном уровне);

5) Принцип эффективного использования (использование спутников бизнеса для более эффективной экономической деятельности) [2].

Предоставление менеджерам слишком больших прав может отрицательно сказаться на условиях нормального функционирования социума и привести к возможному нарушению нормативных правовых норм. И напротив, активное ограничение их прав может отрицательно сказаться на результатах деятельности той или иной организации [4].

Помимо методов государственного контроля различают некоторые основные правовые средства и способы государственного регулирования корпоративного менеджмента:

1) Разработка правовых принципов, закрепляющих требования к субъектам корпоративной деятельности, которые будут выражены в обобщенной форме;

2) Определение программных положений, содержащиеся в различных нормативных правовых актах;

3) Определение подхода правового регулирования;

4) Установление пределов реализации прав, обозначение рамок их действия;

5) Постановка задач, которые требуют решения;

6) Установление различных технических регламентов, стандартов и других средств технического регулирования;

7) Предъявление особых профессиональных требований к менеджерам (образование, стаж работы). К инновационным средствам в сфере методов совершенствования подготовки персонала можно отнести инновации в форме межотраслевых рекомендаций преимущественно в интерактивной, мультимедийной, стационарной и мобильной формах с междисциплинарным содержанием. Субъектами разработки этих средств могут быть студенты-юристы ВУЗов Краснодарского края.

Внедрение профессиональных стандартов будет способствовать обеспечению взаимосвязи рынка труда и профессионального образования, определению качественных характеристик запроса (заказа) работодателей на подготовку рабочих кадров и специалистов, а также сфокусирует основу для сертификации персонала как средства повышения качества рабочей силы и способствующей созданию условий равного доступа граждан к отраслевым и профессиональным рынкам труда [5].

8) Установление специального порядка для принятия определенных решений на законодательном уровне;

9) Принятие уполномоченными органами примерных, типовых, рекомендательных или обязательных положений, уставов, инструкций и аналогичных им актов [1].

Подводя итог, можно сказать, что соотношение менеджмента и права практически не отличается от соотношения множества других видов деятельности с правом. Менеджмент (как и любая другая разновидность человеческой деятельности) должен осуществляться в соответствии с нормативными правовыми актами и не противоречить им. Каждый менеджер при осуществлении профессиональной деятельности обязан неукоснительно подчиняться установленным нормам права, несмотря на то, что он пользуется защитой со стороны закона и юридическими гарантиями при осуществлении своей профессиональной деятельности.

С данной позиции наиболее значимыми здесь представляются положения, отраженные в Гражданском кодексе Российской Федерации и в нормативных правовых актах, которые определяют организационно-правовые формы экономической деятельности и правовой статус органов управления. А также Трудовой кодекс Российской Федерации, в котором закрепляется специальный правовой статус некоторых категорий менеджеров, отличающийся от правового статуса иных работников коммерческой организации.

Литература:

1. Понкин И.В. Теория государственного управления: учебник — М.: ИНФРА-М, 2019. — 529 с. [Электронный ресурс] URL: <http://znanium.com/catalog/product/992911> (дата обращения: 13.05.2019).

2. Смирнов Э.А. Теория организации: Учебное пособие / Государственный Университет Управления. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 248 с. [Электрон-

ный ресурс] URL: <http://znanium.com/catalog/product/548741> (дата обращения: 12.05.2019).

3. Осинцев Д.В. Правовые модели управления — М.: ИНФРА-М, 2019. — 309 с.

4. Жемчугов А.М. Менеджмент сегодня и завтра. Теория и практика // Проблемы экономики и менеджмента. – 2017. - №1. – С. 1-25.

5. Берлин С.И., Кравченко Н.П., Чупрова А.А. Концепция стратегического развития туристско-рекреационного кластера Краснодарского края: точки роста и точки проблем // Вестник Академии знаний. 2018. № 6 (29). С. 52-60.

6. Гражданский кодекс Российской Федерации: Часть первая – четвертая: [Принят Гос. Думой 23 апреля 1994 года, с изменениями и дополнениями по состоянию на 2019г.] // Собрание законодательства РФ. – 1994.

УДК 342.4

В.Р. Шарафутдинова,

студент 1 курса

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: lera.mustafina.00@bk.ru

Научный руководитель:

М.Ф. Титоренко.,

доктор ист. наук, профессор

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: mtitorenko@yandex. ru

Из истории конституции Кубанского края

Аннотация: В статье рассматриваются события, предшествующие появлению конституции Кубанского края.

Ключевые слова: Временные положения, Кубанская краевая рада, Законодательная рада, Кубанский край, государственное устройство, Войсковая рада.

V.R. Sharafutdinova,

1 course student,

Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)

Krasnodar, Russia

e-mail: : lera.mustafina.00@bk.ru

Scientific Adviser:

M.F. Titorenko,

Doctor of history, Professor

Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)

Krasnodar, Russia

e-mail: mtitorenko@yandex. ru

From the history of the Constitution of the Kuban region

Abstract: the article deals with the events preceding the appearance of the Constitution of the Kuban region.

Keywords: Temporary provisions, Kuban regional Council, Legislative Council, Kuban region, state structure, Military Council.

Конституция – основной закон любого государства, имеет высшую юридическую силу. Она является важнейшей базой для развития законодательства, определяет общественное и государственное устройство. В конституции официально закрепляются институты государственного и общественного строя. 7 декабря 1917 г. для пресечения контрреволюционных действий была создана Всероссийская чрезвычайная комиссия по борьбе с контрреволюцией (ВЧК). Для привлечения на свою сторону мусульманских народов, большевики в обращении «Ко всем трудящимся мусульманам России и Востока» от 20 ноября 1917 г. писали о том, что национальные обычаи и верования мусульман будут «свободными и неприкосновенными».

Хаос и анархия раскалывали общество. На местах Советы самостоятельно устанавливали налоги и таможенные пошлины. Однако наиболее опасными противниками новой власти были казаки. На Юге России они сформировали специальные органы представительной власти, которые основывались на своеобразной казачьей демократии – Войсковой круг Дона, Кубанская краевая рада, Законодательная рада, а также Терский войсковой круг. Наглядно деятельность регионального парламентаризма проявилась на Дону и Кубани: народное представительство в системе регионального управления основывалось на общих принципах демократии, а самостоятельные образования, по форме государственного правления являлись республиками [1].

После Февральской революции 1917 г. в Кубанском крае началось становление государственности, закрепленной Временным положением об управлении Кубанским казачьим войском. Во главе управления «войском» стояла Войсковая Рада, которая избирала Войсковое Правительство. Войсковое Правительство было подотчетно Войсковой Раде и Временному Правительству, избирало из своего состава председателя, его заместителя и секретаря.

Согласно Временному Положению, выражение 2/3 членов Рады недоверия одному из членов Войскового Правительства или всему Правительству, требовало сложения полномочий и давало возможность проводить новые выборы.

Положение от 17 июня 1917 г. не предусматривало единоличной власти, упраздняло должности Наказного Атамана, Начальника области и их помощников. Войсковые и казачьи дела распределялись между Войсковым Правительством, начальником штаба, инспектором войска и Войсковым хозяйственным Правлением.

Положение вводило «Войсковой контроль», который руководствовался постановлениями Войсковой Рады, пользовался правом проводить ревизию деятельности исполнительных органов, должностных лиц, учреждений и предприятий, расположенных на территории Кубанской области.

Актом конституционного свойства явились Временные положения о высших органах власти в Кубанском крае, принятые Войсковой Радой 7 октября 1917 г.

Государственная власть на Кубани основывалась на уже признанных политико-правовых посылах, включавших представительное правление и массовое избирательное право.

Высшим законодательным органом в Кубанском крае являлась Кубанская Законодательная Рада, которая издавала законы для Кубанского края, утверждала бюджет, избирала представителя края в Центральное Правительство. Ее деятельность носила сессионный порядок (осенняя, весенняя и чрезвычайная). В первую Законодательную Раду по норме избирался один депутат от 20, 0 тыс. населения, на срок не более трех лет.

Кубанская Законодательная Рада 14 ноября 1917 г. сформировала Кубанское Краевое Правительство в составе председателя и 10 членов (председатель Л.И.Быч). Кубанское Краевое Правительство считалось высшим органом исполнительной власти, составляло краевой бюджет и представляло на утверждение в Законодательную Раду; вносило законопроекты, наблюдало за деятельностью ведомств.

Кубанская законодательная Рада избиралась из расчета: один депутат на пять тысяч человек. Населенный пункт с числом жителей менее пяти тысяч избирал в законодательную краевую Раду одного представителя. Избирательное право предоставлялось гражданам края, достигшим 20-ти лет. Военнослужащие также принимали участие в выборах.

В октябре 1917 г. временные положения о высших органах власти в Кубанском крае вводили должность Войскового Атамана, состоявшего «высшим начальником всех кубанских казачьих военных сил или войск, временно или постоянно расположенных в Кубанском крае». Появившаяся должность соответственно окончательно упраздняла должности Наказного Атамана и Начальника области. Войсковой Атаман избирался Краевой Радой сроком на три года. 9 октября 1917 г. Краевая Рада избрала Войсковым Атаманом полковника А.П.Филимонова, который ранее занимал должность председателя Войскового Правительства.

Государственная власть того периода соответствовала общепризнанным стандартам государственности. Институт депутатского иммунитета обеспечивал неприкосновенность народных избранников. Члены Краевой и Законодательной Рад во время сессии, без разрешения соответствующего представительного собрания, не могли подлежать личному задержанию или судебному преследованию, за исключением случаев «захвата» на месте преступления.

Форму государственного правления на Кубани, учрежденную Временными положениями от 7 октября 1917 г., условно можно назвать парламентско-президентской, учитывая введение должности главы края с единоличными полномочиями.

Временные положения от 7 октября 1917 г. игнорировали права некоренного населения, предоставляя избирательные права по выборам в Кубанскую Краевую Раду правомочным гражданам, категория которых юридически не бы-

ла определена и которыми на деле оказывались только лица, приписываемые к казачьему сословию. Правомочным населением Временное положение признавало казаков, горцев, сельских жителей - общинников и членов современных товариществ, приписанных ранее к Кубанской области.

4 декабря 1917 г. Кубанское Краевое Правительство со ссылкой на отсутствие законной центральной власти в Кубанском крае приняло на себя всю полноту государственной власти.

Дальнейшей редакцией государственного устройства Кубанского края стали Временные положения о высших органах власти в Кубанском крае, выработанные комиссией по самоуправлению Законодательной Рады и рассмотренные Радой на заседании 23 февраля 1918 г.

Согласно этому акту Кубанский край объявлялся народной республикой как равный член, входящий в состав объединенной федеративной российской республики. Источником высшей власти в Кубанском крае называлась воля всех граждан.

Органом законодательной власти считалась Законодательная Рада, исполнительной - Кубанское Краевое Правительство, состоявшее из 5 казаков, 5 иногородних и 1 горца. Председатель Правительства избирался Радой, остальные члены Правительства избирались по соглашению с Председателем Правительства и с одобрения Законодательной Рады, сохранялась должность Войскового Атамана.

Кубанские парламентарии ввели в Конституцию раздел, в котором говорилось о том, что в крае сохраняют силу законы Российской империи и Временного правительства 1917 г., «поскольку касаются кубанского края и не отменены и высшей краевой властью».

Таким образом, кубанская конституция имела огромное значение в истории Кубани и кубанского народа. Она отражала соотношение социально-политических сил в крае, сложившееся к моменту ее разработки и принятия; юридически закрепляла переходный этап на пути Кубани к парламентской демократии; регулировала организацию государственной власти и т.д. Во многом кубанская конституция стала важным памятником политической истории не только Кубани, но и всей России. Наверно поэтому кубанские законодатели настолько гордились своей конституцией и говорили, что она «глубже и демократичнее, чем конституции, существующие на Западе или в Америке».

Литература:

1. Бершадская О.В. Особенности развития Кубани и Черноморья: сравнительная-исторический анализ (вторая половина XIX – первая треть XX вв.)// Современная научная мысль. – М., 2019. – № 1. – С. 50-55

2. Звездава, Н. В. Неудавшаяся попытка строительства региональной государственности: конституция кубанского казачества 1917г. [Текст] / Н. В. Звездава // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. - 2006. - N 4. - С. . 39-43. - Библиогр.: с. 43 (10 назв.). - RUMARS-skoo06_000_004_0039_1

3. <https://cyberleninka.ru>

Раздел 7

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

УДК 338.3

Г.А. Батори,
студент 3 курса,
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
Краснодар, Россия
e-mail: hermanbathory@gmail.com

Научный руководитель:
М.А. Воробьева,
к. полит. н., доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
e-mail: : vormar@bk.ru

Особенности продвижения табачных брендов в условиях правовых ограничений на рекламу

Аннотация: Главная задача работы состоит в изучении принципов работы табачных компаний в Российской Федерации в условиях правовых ограничений. В качестве объекта исследования рассматривается вся табачная отрасль Российской Федерации и ее главные игроки: Philip Morris International, JTI, BAT, DT, ITG. Авторы рассматривают экономическую значимость табачного сектора для бюджета Российской Федерации. Основная часть статьи посвящена изучению различных направлений брендинга, используемых табачными компаниями в условиях правовых ограничений.

Ключевые слова: правовые ограничения, производство табачных изделий, акцизы на табачную продукцию, антитабачная политика, концепция противодействия табаку.

Bathory H.A.,
student, 3 course
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: hermanbathory@gmail.com

Scientific Adviser:
M. A. Vorobyeva,
Docent
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: : vormar@bk.ru

Features of tobacco brands promotion in terms of legal restrictions on advertising

Abstract: The main task of the work is to study the principles of work of tobacco companies in the Russian Federation under legal restrictions. The whole tobacco industry of the Russian Federation and its main players: Philip Morris International, JTI, BAT, DT, ITG are considered as the object of research. The authors consider the economic importance of the tobacco sector for the budget of the Russian Federation. The main part of the article is devoted to the study of various areas of branding used by tobacco companies under legal restrictions.

Keywords: legal restrictions, tobacco production, excise taxes on tobacco products, anti-tobacco policy, tobacco control concept.

According to the latest statistics, Russia ranks fourth in the world in tobacco consumption, behind China, India, Indonesia and the United States [11]. In 2017, more than 246 billion cigarettes were sold in Russia. This indicates the presence of a developed market segment of tobacco products in the Russian Federation.

Tobacco manufacturers are distinguished by high-tech level of production, the quality of products, customer-oriented policy. Nonetheless, none of the companies does not exclude the main problem of their economic activity – the harm caused by smoking. In today's world, tobacco companies don't ask "How to increase profits?", they ask "How to increase our profits by making our product less harmful and more environmentally friendly?". The situation in the tobacco market has changed due to the growing anti-tobacco slogans and movements around the world, based on the protection of the environment and public health. These movements tend to take various forms: social protests against smoking, rallies, strikes, etc.

According to the world health organization (WHO) about 44 million people constantly smoke in Russia, 30% of the total population [10]. More than 90% of smokers in Russia are aware of the possibility of acquiring diseases such as lung cancer, cardiovascular disease, etc. These 90% are loyal customers of tobacco manufacturers. But tobacco companies want not only to save their loyal customers, but to acquire new ones. To achieve this goal, tobacco manufacturers need to have a full range of promotion channels.

Tobacco companies are facing serious difficulties right now. It is the aspect of communication between the manufacturer and the customer that is currently the problem area. This situation is due to the policy of the state aimed at combating smoking addiction, expressed by the adoption of a number of laws limiting the actions of tobacco companies in the promotion of their own brands.

The relevance of this article is determined due to the several reasons. Rather high demand for tobacco products in the Russian Federation, the development of this sector, its high-tech production approach. Moreover, the article aims to understand the current policy of tobacco companies to promote their brands, taking into account the anti-tobacco policy of the state, expressed by the adoption of a number of anti-tobacco laws, including limiting the channels of communication between the manufacturer and the buyer. The authors set themselves the task not only to analyse the currently available methods of interaction with the consumer of tobacco products, but also to offer new ways to promote tobacco brands taking into account the conditions of development of DIGITAL communications at the present time.

As mentioned earlier, the market segment of tobacco products in the Russian Federation is characterized by development and high-tech approach to production. Most of the market belongs to such international companies as JTI, PMI, BAT.



Figure 1 - Shares of the largest tobacco producers in the Russian market

There are 70 offices of JTI and 3 enterprises for the production of tobacco products in Russia; PMI has 100 offices across the country, 2 plants, BAT – 168 offices, 2 plants. The total investment of the three leading companies in the Russian economy amounted to about \$ 6 billion [7-9].

Despite the active anti-tobacco movement, which leads to a decrease in the consumption of tobacco products, in Russia there is an increase in tax excise revenues. According to statistics, the volume of fees in 2017 amounted to a record amount – 573.3 billion roubles, which is almost 10.5 times higher than the amount of 2008.

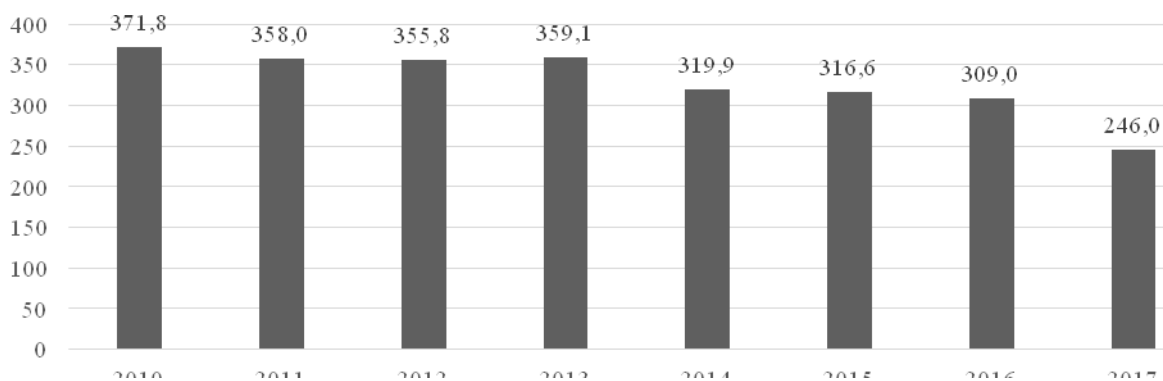


Figure 2 - Dynamics of the sales of Smoking products in Russia in 2010-2017 years, billion pieces [5]

The income of the consolidated budget of the Russian Federation from excise taxes on the entire list of excisable goods, which includes 11 items, amounted to 1521.3 billion roubles. This indicates that the tobacco industry is the largest source of excise revenue for the consolidated budget of the Russian Federation. Considering the tobacco sector from the point of view of tax revenues, we should not forget about the negative effect that is latent-economic in nature: smoking reduces life expectancy, increases the costs of the health sector, etc., In such a situation, it should be noted that Russia is one of those countries in which the fight against tobacco dependence is actively going on.

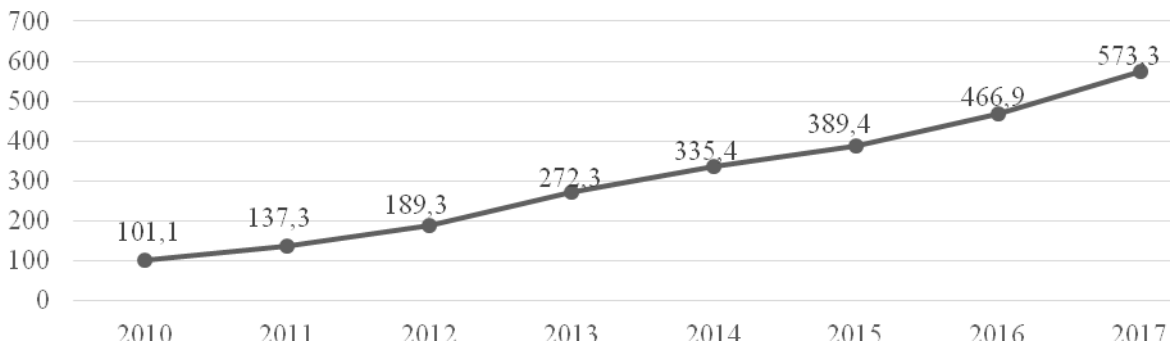


Figure 3 - Dynamics of excise duties on tobacco products in the Russian Federation in 2010-2017, billion roubles [5]

WHO was the initiator of the campaign against tobacco smoking, as one of the risk factors for human health. In 2013, WHO called on all countries to ban tobacco advertising in the media "to protect young people" [11]. The WHO Framework Convention on tobacco control, which was adopted in 2005, was signed by 180 parties, which means that each party has undertaken to implement measures aimed at reducing tobacco dependence by banning any advertising in the media, controlling the production, movement and distribution of tobacco products. Russia has become one of the signatories to this Convention.

The activation of the state policy against tobacco dependence in the Russian Federation began with the adoption of the "Concept of implementation of the national policy against tobacco consumption for 2010-2015 and the action plan for its implementation" [4], which was approved on September 23, 2010.

The main reasons at the time of adoption of this document were – widespread tobacco dependence among the population of Russia and high mortality rates caused by diseases associated with tobacco consumption. This was followed in 2013 by the adoption of a number of legislative acts, the so-called anti-tobacco laws, which contained a ban on smoking in public places, a ban on advertising in the media, etc. Moreover, tobacco producers later lost their main communication platform - HoReCa- "Hotels Restaurants Cafes" – direct advertising in hotels, restaurants, clubs, bars and cafes became illegal. In 2018, amendments were made to the anti-tobacco law, including the expansion of the list of non-smoking areas. Also in 2018, it was decided to implement an experiment to control the authenticity of tobacco products through a labelling system.

In economic terms, the existing prohibitions constitute a serious obstacle for the promotion for the manufacturers of tobacco products. Taking into account all the adopted legal norms, they are currently not able to use the full range of channels of interaction with the audience of customers. Despite this, tobacco companies are adapting to the existing conditions and have been successful in their economic activities in recent years. To stabilize their economic situation and achieve economic success, producers had to learn new tools to promote their products.



Figure 4 - Chronology of the state anti-tobacco policy in Russia in 2010-2018 [1-3]

Most manufacturers of FMCG (Fast Moving Consumer Goods) use explicit advertising of their brand and product, tobacco manufacturers balance between explicit and implicit advertising.

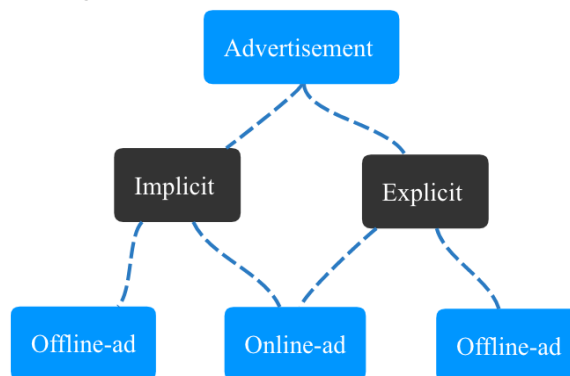


Figure 5 - Classification of tobacco brand promotion methods

"Advertising, as it is well known, has been developing along with the evolution of society, its globalization accompanied by its positive and negative manifestations" [7]. In the age of technological progress and the increasing role of technology in our daily lives, the Internet is one of the most important and effective channels of communication with consumers.

The main tools of interaction are brand pages on the Internet and social networks. Brand website – is accurate, truthful, comprehensive, intelligible information about the product. Profile in social networks – more mobile and active news platform, this format is most suitable for the announcement of news, new products, promotions, etc. Violations of the law can be avoided only if the active policy to promote such pages and sites is limited.

Personal blogs – interactions with opinion leaders. This method of interaction involves indirect advertising, which can take the form of a review of a particular product, informing about the campaign or event supported by the tobacco brand, coverage of environmental or charitable activities of the company.

Advertising in specialized communities – is carried out on the Internet platforms dedicated to tobacco products and other products that are under the ban of advertising, developments in these areas. An article, for example, on the technology of production of flavoured cigarettes may contain advertising of a certain brand that produces a wide range of cigarettes of this type.

Publishing photos from events is a way of implicit advertising. At first glance, the photos are purely informational, covering the past event, conference, exhibition, etc. However, if the photos contain POS-materials ("Point of sales") advertising effect will eventually work.

Hidden branding is a common technique among tobacco manufacturers promotion (as all important socioeconomic processes are reflected in the language [10]) was formed with. Advertising of goods is made at the expense of corporate colours of the product. For example, Marlboro cigarettes can be identified by their red, white and black colours. Ferrari and PMI (Marlboro) collaborated on Formula 1, on the tracks, where there was a ban on advertising, on racing cars appeared easily recognizable red-white-black bar code. Slogans are also an effective tool for hidden branding; their purpose is to indirectly advertise tobacco products of a certain brand. For example, you can take the slogan of the brand Davidoff "Perfection as a symbol." Thus, hidden branding is an effective method of indirect advertising, and an important aspect of product promotion.

Specialized exhibitions are major events dedicated to the achievements in the field of tobacco production. Such events are not closed, with the exception of the age limit. Programs of such events include lectures, reviews of new products, promotions and a sufficient number of POS-materials that can attract new customers.

B2B publications – focused industry publications issued for the informative purpose. B2B – "Business to business" channel implies information exchange between commercial companies for the purpose of further partnership cooperation.

Publication B2C – "Business to consumer" editions with the age limit, the most popular and influential in Russia are considered to be "Smoke" and "Cigar clan", the publication lights a cigar and tobacco subject, constitute a comprehensive and detailed overview of the tobacco products.

Music festivals and other mass events – according to Russian legal norms, tobacco companies are not entitled to sponsor mass events, but there are no rules regulating the possibility of their representation on them.

Specialized tobacco shops – the main feature for tobacco companies in specialized stores is the staff. A trained consultant can not only help to choose the right brand of cigarettes or cigars, but also to inform about the available promotions, as well as with the help of specialized brochures and magazines to tell customers about the features, strength and benefits of a particular brand.

Creating and maintaining an image is a method of implicit advertising. Different cigarette brands contribute to the maintenance of certain values of different social groups. This provides images of different lifestyles. Certain brands are focused on the appropriate images: leisure, friends, modern creative life; glamorous stories and light entertainment; classic, elegance, respect. Each option has its own brand.

Available to order from tobacco manufacturers tools product promotion is quite effective, but to achieve really significant economic outcomes, retention and increasing the client base, the tobacco companies should actively explore the rapidly developing field of DIGITAL communications. To attract customers and reduce their negative reputation, companies need to address the following issues:

1. Environmental. Production of tobacco products should be focused on minimizing industrial waste; focus on creating conditions and opportunities to reduce the amount of harmful substances which could pollute the atmosphere;

2. Health. Creation of qualitatively new products that can reduce the risk of diseases associated with tobacco use;

3. Image issue. Currently, given the anti-tobacco sentiment, tobacco companies are perceived negatively among the population of different countries. The issue of image is a side issue of the first two so when solving them, manufacturers will be able to improve their image, moreover, a high-tech approach will involve consumers in the process of choosing goods.

According to the analysis of the state of promotion of tobacco products given in this article, it should be underlined that the promotion of tobacco products is a multi-stage task that requires the development of a full and effective mechanism for its implementation. The complexity is caused by anti-tobacco sentiments, which are based on the protection of the environment and public health, bans on advertising of tobacco products in the media. For tobacco producers, these processes pose a threat to the success of economic activities. However, the problems are not permanent and have solutions. For tobacco producers, the resolution of existing issues means not only stabilising their situation, but also further economic success. Their orientation and interest in solving these aspects provide a real opportunity to end their negative image and reach a new level of economic development. This direction of development provides the prerequisites for new research in the direction of the activities of tobacco companies, their improvements and innovative developments.

Литература:

1. Федеральный закон «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» от 23 февраля 2013 года № 15-ФЗ

2. Федеральный закон «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» от 23.02.2013 № 15-ФЗ

3. «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» от 30.12.2001 № 195-ФЗ

4. Распоряжение «Об утверждении Концепции осуществления национальной политики противодействия потреблению табака на 2010-2015 годы и плана мероприятий по ее реализации» от 23.09.2010

5. Саломатин В.А. Налоговая политика в области акцизов на табачную продукцию в России / В.А. Саломатин, Н.К. Романова, Г.П. Шураева // Международный научно-исследовательский журнал. – 2018. - № 3(69). – С.153-156.

6. Ткаченко В.В., Воробьева М.А. Прикладные аспекты внедрения WEB-

технологий в продвижение товаров и услуг// Проблемы достижения экономической устойчивости и социальной сбалансированности: императивы, правовые и хозяйственные механизмы - 2015. С. 149-153;

7. Плаксин В.А. Предметно-терминологическая сфера «Банковская деятельность»: деривационно-прагматические и социокультурные аспекты: дис. ... канд. филол. наук. Ставрополь, 2010. 146 с.

8. PMI [Электронный ресурс]: сайт / -Режим доступа URL: <https://www.pmi.com> (15.08.2018);

9. JTI [Электронный ресурс]: сайт / -Режим доступа URL: <https://www.jti.com> (15.08.2018);

10. BAT [Электронный ресурс]: сайт / -Режим доступа URL: <http://www.batrussia.ru> (15.08.2018);

11. Плаксин В.А. Терминологическая область «Банковская деятельность» как основа рыночно-экономического пространства: социокультурный аспект // Культурная жизнь Юга России. – 2008. – № 3(28) – С. 117-119.

12. WHO [Электронный ресурс]: сайт / -Режим доступа URL: <http://www.who.int> (17.08.2018);

13. Table 1 «Age-standardised prevalence of daily smoking in 2015 and annualised rate of change in age-standardised prevalence from 1990–2015, 1990–2005, and 2005–2015 for men and women» [Электронный ресурс]: сайт / -Режим доступа URL: <https://www.thelancet.com/action/showFullTableImage?tableId=tbl1&pii=S014067361730819X> (17.08.2018).

УДК 338.3

Г.А. Батори,
студент 3 курса,
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
Краснодар, Россия
e-mail: hermanbathory@gmail.com

Научный руководитель:
М.А. Воробьева,
к. полит. н., доцент
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
e-mail: : vormar@bk.ru

Новые направления формирования бренда табачной отрасли

Аннотация: Данная статья ставит своей целью изучения новых направлений формирования бренда табачной отрасли, рассмотрение инструментов, используемых в данном процессе. В статье рассмотрено изменение табачной отрасли, произошедшее в конце XX века. Для достижения результатов исследования была рассмотрена различная научная литература, посвященная вопросам социальной ответственности табачного бизнеса, методам продвижения брендов, технологического производства. В качестве объекта исследования высту-

пает как вся табачная промышленность в совокупности, так и ее отдельный представитель – компания Philip Morris International.

Ключевые слова: табачный сектор, технологическое производство, бездымное будущее, IQOS, TEEPS, табачный рынок Японии, экологическое производство.

*Bathory H.A.,
student, 3 course
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: hermanbathory@gmail.com*

*Scientific Adviser:
M. A. Vorobyeva,
Docent
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: : vormar@bk.ru*

New direction building the brand of the tobacco industry

Annotation: This article aims at exploring new areas of brand formation in the tobacco industry, the consideration of tools used in such process. The article considers the changes in the tobacco industry that occurred in the late twentieth century. To achieve the results of the study, authors examined and considered various scientific literature devoted to the issues of social responsibility of the tobacco business, methods of brand promotion, technological production. The object of the study is the entire tobacco industry as a whole, as well as its separate representative – Philip Morris International.

Keywords: tobacco sector, technological production, smokeless future, IQOS, TEEPS, tobacco market of Japan, ecological production.

The tobacco industry, which originated in the XVIII century, has gone a long way of transformation from several hundred manufactories around the world to one of the largest and most advanced sectors of the world economy with total sales of 125,2 billion dollars in 2018 (BAT, PMI, Altria Group, JTI, ITG, ITC, KT&G, Gudang Garam) [11].

The current situation in tobacco business is determined by several reasons, which can also be classified as restrictions: anti-tobacco legislation in many countries, increased anti-tobacco movements and the recognition of tobacco smoking as a reason of decrease in life expectancy.

This article aims at considering the specifics of the formation of new directions of branding, the study of methods of promotion used in the early XXI century. Special attention is paid to a qualitatively new direction of tobacco brands – "Smokeless future".

The relevance of this article is confirmed by the historical turn of tobacco companies in the direction of minimizing damage to people's health and the environment, the development of new technological directions. The purpose of the study

is to examine the process of transformation of tobacco products and their historical turn in XX and XXI centuries, a detailed consideration of the new concept of the tobacco industry, the main goal of which is to ensure a smokeless future. Various scientific papers devoted to the issues of social responsibility of tobacco companies, development of production systems, as well as scientific support of the industry was used for the study [2–6]. The object of the research is the tobacco industry as a whole, to study its evolution, and a separate company – Philip Morris International (PMI) as an example of the implementation and application of scientific achievements in the company's activities and production of tobacco products.

A number of events that occurred in the middle of the XX century had a decisive impact on the development of the tobacco industry. The twentieth century of the tobacco industry was characterized by:

- the struggle of the tobacco companies for their image and reputation;
- denial of the harm of smoking from the manufacturers of tobacco products;
- a global war between tobacco companies on the one hand and scientists, public and political figures on the other.

Last year marks 20 years since the conclusion of “the United States General agreement on the settlement of claims in the tobacco sector” – the result of the confrontation [1]. The result of lawsuits against tobacco companies for causing harm to the citizens of the United States of America – the resolution requiring \$365 billion dollars to be paid the several states of the USA.

The beginning of the XXI century is characterized by the recognition of the tobacco companies of their liability for the damages which was applied by them to the environment and to the population for several centuries. Now, as companies assure, for most of them the question is not “How to sell?”, and “How to sell and do less harm?”. For this purpose, the modernization of factories was carried out, the volume of non-processed raw materials used in production was reduced, new charitable directions were established.

However, such changes were carried out only thanks to the initiative of the consumer. The tobacco industry, like all others, has an obligation to respond to consumer demands and the transformation of tobacco industry is that demand. The answer to “1 drop of nicotine can kill a horse” was a decrease in nicotine content. Cigarette smoke is composed of gases and tiniest particles, scientists have confirmed that the resins contained in cigarettes can be a reason for the cancer development. In the future, the amount of resins was reduced. The next request was a desire to get rid of an unpleasant smell. Sauces, flavours, “flavoured buttons” were added to cigarettes. A new step for the tobacco industry, triggered by many scientific studies and increased anti-tobacco movements, was a change in the approach to tobacco smoking. It should be noted that this is dictated by objective social factors:

- The development of science and technological research tools has opened up new facts about the impact of smoking on human health;
- The development of the world economy has improved the standard and quality of life of the population in developed and developing countries, which in turn has increased attention to healthy lifestyles.

- Tobacco use has been identified as one of the main causes of lung, vascular and heart disease, necessitating changes in approaches to the production of tobacco products.

Studying the specifics of the work of tobacco manufacturers on the example of PMI, the authors note that modern mechanisms for promoting tobacco brands are based on several aspects:

- Environmental–friendly conditions for production;
- Technological approach;
- Minimization of environmental damage;
- Protection of the health of smokers.

Environmental conditions of production – one of the main directions in the modern policy of PMI, which is part of the global policy of the company. In 2010, the company set goals to reduce CO2 emissions by 20 % by 2015 and 30 % by 2020. The goals of 2015 were successfully achieved. If in 2012 CO2 emissions from production were 802 kg/million cigarettes, in 2015 the figure was reduced to 610 kg/million cigarettes. Also, the policy of rational use of energy resources is used in production. In Russia, the factories are implementing projects to reduce energy consumption through recovery and modernization of warehouse lighting, which allows more economical use of energy by 4.8% and 4% in both cases. [8].

A less harmful alternative to smoking is a new technological direction of tobacco business development. PMI, the leader of the tobacco industry has been directing its resources to research in the development of technologies able to reduce the harm from consumption of tobacco products. As it was announced by the company itself, its new mission is to create a "smokeless future". "Our future will be built without cigarette smoke, with products that are the best alternative to smoking" [5]. The company intends to bring its vision to life through its researches and new smokeless products such as IQOS.

PMI announced its new product in June 2014, in the same year "I Quit Original Smoking" (IQOS) was presented in Japan and Italy, in Russia the product appeared in 2015. At the moment the company is engaged in development and improvement of 4 products of the concept "smoke-free products", the most popular are IQOS and TEEPS.

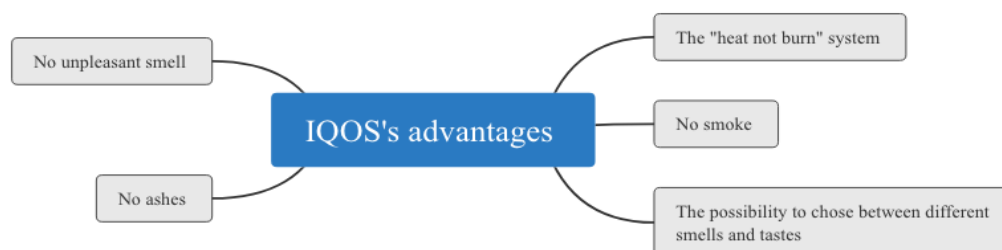


Figure 1 – The benefits of IQOS.

Sales of the IQOS, tobacco heating system have been successfully launched in 41 countries [6]. PMI and a group of scientists claim that the product is less of a threat to human health and the environment. Thanks to the technology used in its production, the tobacco in the IQOS holder is heated at 350 degrees, and does not burn, which allows you to get rid of ash when smoking. It is also noted that due to the heating system there is no tobacco smoke, instead of which steam is generated, dissipating much faster. This technology eliminates the possibility of passive smoking. Instead of cigarettes, the device uses sticks – replaceable cartridges with the look, taste and smell of ordinary cigarettes. More than 400 scientists work on smokeless products in two research centres located in Switzerland and Singapore.

For several years of existence IQOS, PMI was able to create a sustainable image for its product by branding based not only on a positive environmental approach, but also on the scientific support from the research laboratories The Cube in Neuchâtel (Switzerland) and R&D Location in Singapore.

Environmental protection and reduction of air pollution is a system of interrelated mechanisms developed by PMI in the long term in accordance with the UN sustainable development goals, which were taken by the company as the basis of its own policy. The authors analysed the most successful programs and directions of PMI and would like to note some of them: the reduction of CO2 emissions due to the operation of passenger vehicles, in 2012 was characterized by an amount of 0.25 kg of greenhouse gases / km, in 2016 – 0.20 kg of greenhouse gases / km. Water consumption in the factories was reduced in the respective years from 3.96 m3 / million cigarettes to 2.94 m3 / million cigarettes. The recycling rate increased from 86.77% to 95.3%, indicating that more than 95% of all waste from production centres in 2016 is recycled.

Analysing the activity of PMI, we can underline a new approach branding used by the company. This approach, as already noted, involves several aspects aimed not only at promoting the product itself, but also at improving the company's image, which in turn has a complex effect with side advantages. These activities can not only change the perception of the company by the consumer, but also to improve its position on the market.

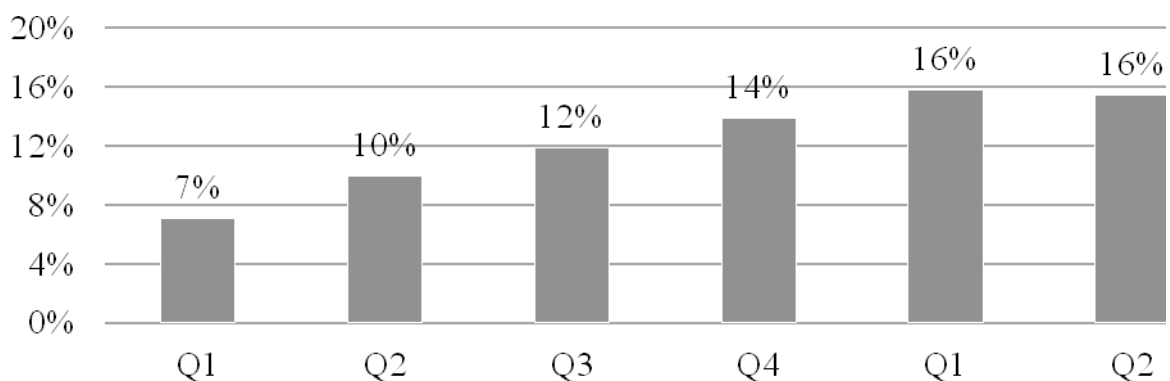


Figure 3 – Share of sticks in total demand for tobacco products in Japan

As a confirmation of the conclusion written above, we'd like to analyse how the position of IQOS on the Japan market, where it was first launched, changed during several quarters. Figure 3 shows the share of sticks in total demand for tobacco products in Japan. If we study the data on the volume of sales from the first quarter of

2017 till the second quarter of 2018 we see that their volume increased more than twice [9].

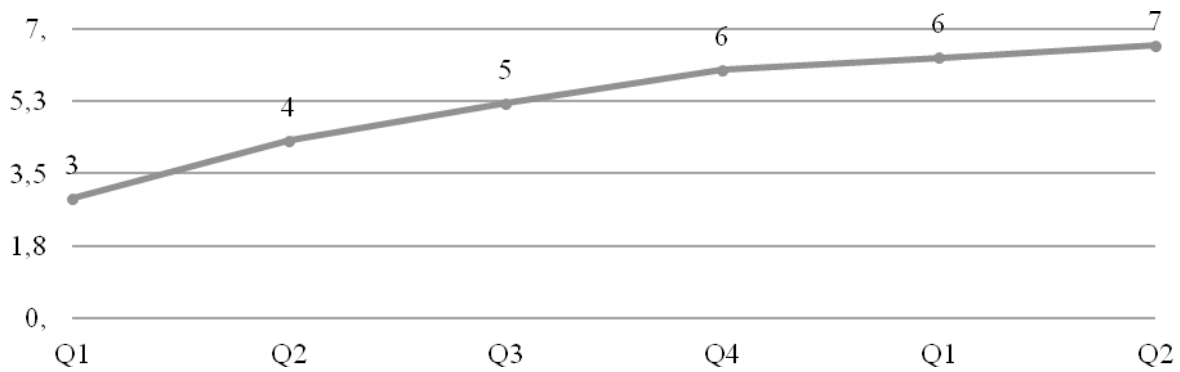


Figure 4 – Number of sold sticks in Japan (billion pieces.)

The branding company, launched to promote IQOS in Japan, helped to increase sales all over the country. The quantitative ratio has increased 8.8 times in 4 years since the launch of the product [9].

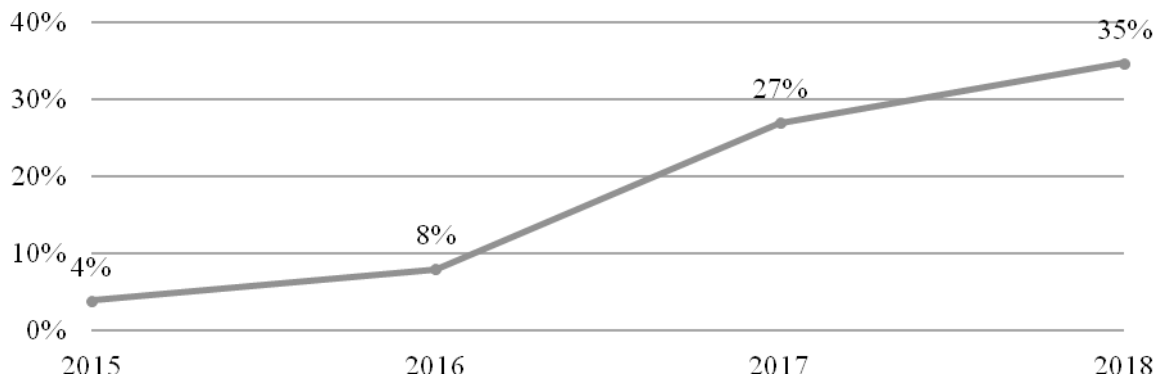


Figure 5 – Share of IQOS users among all smokers in Japan.

The increase in the number of users of the IQOS heating system and sales of sticks is reflected in the financial results of the company. According to the financial report, the financial result for the second quarter of 2018 was characterized by an increase in profits by 8.3%. The system analyse conducted by the authors highlights a new integrated approach of branding, which consists not only in concentrating efforts aimed at improving the position of the product on the market and presenting it to the consumer, but also on the activities of the company, changing its approach to the production and sale of its products.

Summing up the results of the study, we note that the goals were achieved, the authors studied the question and came to the conclusion that in modern conditions and limitations faced by the tobacco industry, a new mechanism for brand promotion was formed with a comprehensive and systematic analysis, which aims to promote not a single brand produced by the tobacco company, but the brand of the tobacco company entirely. To achieve this goal, tobacco manufacturers use various tools used in the areas of environmental production, minimization of environmental damage, protection of health of smokers, technological approach. As a confirmation of the results of the study conducted by the authors, the statistical data of the Japanese market in terms of sales of sticks, their total volume in total demand for tobacco products, the

share of IQOS users were presented. The result of the new branding approach in the considered periods was an increase in sales of sticks (by 4 billion pieces), an increase in their share in the total demand for tobacco products (by 9%) and an increase in the number of IQOS users (by 31%). The authors consider this approach of promotion as an effective one. As tobacco manufacturers continue to respond to consumer demands, increased attention to technological approaches and environmental modes of production, the tobacco industry is able to increase its economic efficiency, the number of users of alternative smoking, and market products that have the potential and ability to change the way tobacco is consumed.

Литература:

1. "[Master Settlement Agreement](#)" (PDF). National Association of Attorneys General. 1998. Archived from [the original](#) on 2008-06-25. Retrieved 2008-07-30.
2. Ларькина Н.И., Шураева Г.П., Гнучих Е.В. Научное обеспечение табачной отрасли по инновационному развитию интегрирования в мировую экономику // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2016. – С. 83–87
3. Саломатин В.А., Дробышевская Л.Н., Исаева Л.А. Развитие производственных систем: роль бережливого производства (на примере табачной промышленности) // Экономика устойчивого развития – 2018 – С. 196–202
4. Ботвиньева А.С. Социально-экономические аспекты табачного бизнеса // Инициативы XXI века – 2016 – С. 46–48
5. Воробьева М.А., Батори Г.А. Особенности продвижения табачных брендов в условиях правовых ограничений на рекламу // Актуальные аспекты реализации стратегии модернизации России – 2018 – С. 89–94
6. Ткаченко В.В., Воробьева М.А. Прикладные аспекты внедрения web-технологий в продвижении товаров и услуг // Проблемы достижения экономической устойчивости и социальной сбалансированности – 2015 – С. 149–153
7. Sustainability report // Philip Morris International – 2016 – С. 78
8. [Sustainability report](#) // Philip Morris International – 2017–2018 – С. 82
9. 2018 Second-Quarter Results // Philip Morris International – 2018 – С.48
10. [PMI \[Электронный ресурс\]](#) – Режим доступа: <https://www.pmi.com> (дата обращения: 18.12.2018)
11. [Forbes \[Электронный ресурс\]](#) – Режим доступа: <https://www.forbes.com> (дата обращения: 10.01.2019).

УДК 339.133.017

*Бочарова А.Р., Чебану А.И.,
студенты 2 курса,
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
Краснодар, Россия
e-mail: aleksa04052000@mail.ru
e-mail: an.chebanu@yandex.ru*

*Научный руководитель:
Гучетль С.К.,
старший преподаватель,*

Роль рекламы в продвижении продукта

Аннотация: В статье поднимается вопрос, какую роль играет реклама в нашей повседневной жизни. Целью данной статьи было проанализировать влияние рекламы на жизненный цикл продукта и выяснить правильные способы и методы рекламы, а также способы их применения на каждом этапе жизненного цикла продукта.

Ключевые слова: функции рекламы, жизненный цикл товара, объем товаров, товары и услуги, эффективность рекламы.

Bocharova A.R., Chebanu A.I.,
students, 2 courses

Krasnodar branch of Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: aleksa04052000@mail.ru
e-mail: an.chebanu@yandex.ru

Scientific Adviser:
Guchetl S.K.,

Krasnodar branch of Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: sof-guchetl@yandex.ru

A role of advertising in promoting a product

Abstract: The article raises the question what a role plays advertising in our everyday life. The objective of this thesis aim was to analyze the effect of advertising on a product life cycle and to find out the right ways and methods of advertising and how to apply them at every stage of the product life cycle.

Keywords: functions of advertising, product life cycle, volume of goods, products and services, advertising effectiveness.

Advertising plays an important role in our everyday life. It mainly determines the image and way of life and it has an impact on our thinking as well as on the attitude towards ourselves and the world around us. Advertising shows us ready forms of behavior in a certain situation. It determines what is good and what is bad. We buy what people say or "advise". We chose this topic because it is very relevant today and it is interesting by its complexity and psychological essence. Everyone, even without realizing it, is influenced by advertising. We do not notice how it affects us. We have become slaves of scientific and technical progress, and advertising uses that skillfully.

Advertising is impersonal communication of information about products, services or ideas through the various media, and it is usually persuasive by nature and paid by identified sponsors (Bovee, 1992).

The standard definition of advertising includes seven main elements:

1. Paid form of communication.
2. The presence of an identified sponsor.
3. Distribution through the media.
4. The presence of a specific audience for treatment.
5. Lack of personalization of distributed information.
6. Aimed action.

Advertising has the following advantages: Advertising reaches customers living far apart. Its public presentation shows to the buyer that the product is not contrary to social norms and the law. It allows doing multiple announcements and when the addressee gets the message, he/she can compare the product with other competitive firms. A wideranging promotional activity, run by the company, is some kind of evidence of company's popularity and success. Advertisement is very expressive - it allows a company to present its product clearly and effectively via text, sound and color. On one hand, advertising helps to form a long-term sustainable image of the product. On the other hand, it stimulates sales. (Kotler 2010)

However, there are disadvantages as well: Advertising is impersonal, and therefore it lacks persuasiveness compared to a real person maintaining face to face communication. Advertising is mostly a monologue that does not obligate to pay attention and reaction. Advertising can be very expensive. Some of its types, such as an ad in the newspaper or on the radio, do not require much money, where other forms of advertising, such as television, require significant funding. (Kotler 2010)

We can select seven types of advertising:

1. Brand advertising – it is usually visual and textual advertising. Such advertising is intended primarily to achieve a higher level of consumer recognition of specific brands. (Sandage, 2001).

2. Commerce and retail advertising - advertising of this type focuses on the specific production organization or product sales: it can be a service company or a shop. The main task of the commerce and retail advertising is to encourage the inflow of potential buyers by informing them about the place and the main terms of the provision of certain goods or services. (Sandage, 2001).

3. Political advertising - one of the most prominent and the most influential types of advertising. A positive image of the politician is formed (Sandage, 2001).

4. Advertising with a feedback – this type involves an exchange of information with potential customers. Most common way is a direct mail to specific recipients that has the greatest interest for advertisers as a possible buyers (e.g. in the form of catalogs). (Sandage, 2001).

5. Corporate advertising - such advertising almost never contains advertising information (in the conventional sense of the word), and serves for the preparation of the public opinion (a certain segment of buyers) to support the point of view of the advertiser. (Sandage, 2001).

6. Business advertising - professionally-oriented advertising, intended for distribution among groups formed by their belonging to a particular occupation. Such advertising is spreading mainly through specialized publications. (Sandage, 2001). 10

7. Public or social advertising - unlike business advertising, it is oriented to the audience, united mainly by people social status - for example, single mothers, childless couples, teenagers, etc. (Sandage, 2001).

There are four main functions of advertising:

1. Economical function. The nature of the economical function of advertising is first of all to stimulate sales and increase the volume of profits from the sale of a certain product for a certain unit of time. Advertising informs, creates the need for a product or service, and encourages people to purchase. The more people have responded to the ad, the better it is for the economy and the economical wellbeing of society (Kotler, 2002).

2. Social function. Advertising information has a significant impact on the formation of the consciousness of each individual. When advertising is addressed to consumers, besides the promotion of a product, it also helps to form ideological values of the society and at the end has an effect on the character of social relations, causes consumer instincts, encouraging people to improve their financial state, improves the culture of consumption. Comparing different products and services, the consumer, in any case, tends to get really the best (Kotler, 2002).

3. Marketing function. Advertising is an important component of marketing. Advertising entirely connected to the tasks of marketing, whose final aim is the full satisfaction of customer needs concerning goods and services (Kotler, 2002).

4. Communicating function. Advertising is also one of the specific forms of communication. It is designed to perform an appropriate communicating function, linking together advertisers and consumer audience by the means of information channels (Kotler, 2002).

Concept of Product Life Cycle. Volume and duration of production of a product change cyclically over time. This phenomenon is called the product life cycle. The concept of the product life cycle describes the marketing of the product, profit, competition and marketing strategy from the moment when a product enters the market till the removal from the market (Levitt, 1965). The concept comes from the fact that any product sooner or later displaces from the market by another, more perfect or cheap one. There is no eternal item.

Product life cycle can be represented as a sequence of stages of a product's existence in the market, which has certain limits. The dynamics of a product's life shows the amount of sales at each time period when there is a demand.

Since advertising increases sales, it affects the life cycle of the product and its curve. Using advertising and other means to promotion the producers not only increase sales, but also prolong the life cycle of the goods. The impact of advertising on the product life cycle can be described graphically by drawing the life cycle curve of a product without advertising support, and a product that is widely advertised.

The additional volume of goods sold during the advertising campaign is shown by the hatched area in the figure. By selling these products, the company receives an additional profit. However, part of it is spent on advertising costs. The rest is an extra profit of the firm, which is received as a result of doing the advertising support of its product.

The problem of determining the effect of advertising, i.e. the calculation of the results of firm activities through advertising is one of the toughest in advertising practice.

The concept of advertising effectiveness contains such different ideas as economic benefits, psychological and social effect expressed in a certain impact on the society in whole (in particular, the influence on the formation of taste preferences of people, their views and ideas about different moral and material values).

Effectiveness of advertising campaigns is measured by reaching the target indexes of sales volume, market share, awareness and consumer preferences, i.e. achievement of all planned goals and objectives.

Part of these parameters can easily be determined in the process of accounting, but biggest part requires a special registration of requests to the company, or organization of specific marketing research.

All in all, Advertising is any paid by a specific sponsor form of non-personal presentation and promotion of ideas, goods and services. Organizations use advertising to tell about themselves, about their products and services, or about some of their activities for an audience selected in a certain way and with the hope that this message will cause a responding reaction.

The reaction may be very different. For example, the consumer generates a certain attitude or opinion about this product or brand. This is a reaction of the level of perception. The responding reaction, in fact, is when the consumers start buying the advertised product or increase its consumption. Properly organized promotion of products is very effective and allows one not only to solve problems with marketing, but also constantly increase sales volumes.

Literature:

1. YourArticleLibrary.com – URL: <http://www.yourarticlelibrary.com/advertising/top-10-role-of-advertising-in-promotion-of-a-product/32306>
2. Probusiness.biz – URL: <http://probusiness.biz/marketing/117-rol-reklamy-v-prodvizhenii-tovarov-i-uslug.html>
3. KazEdu.kz – URL: <https://www.kazedu.kz/referat/175737/>

УДК 159.9.072

*Исхакова А.А.,
студент 3 курса,
Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: Iskhakova-Lika97@mail.ru*

*Научный руководитель:
Кульбит Ю.С.,
доцент, канд. филологических наук
Финансовый университет при Правительстве РФ (КФ)
г. Краснодар, Россия
e-mail: jul.kulbit2013@yandex.ru*

Стекло́нный потоло́к для женщи́н в Росси́и

Аннотация: В статье рассматриваются понятие стеклянного потолка, проблемы карьерных ограничений для женщин в России. Рассмотрены проблемы гендерных ограничений в бизнесе и структурах управления для женщин в России.

Ключевые слова: стеклянный потолок, менеджмент, карьерные ограничения, гендерный признак.

*Iskhakova A.A.,
student, 3d courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: Iskhakova-Lika97@mail.ru*

*Scientific Adviser:
Kul'bit J.S.,
docent, candidate of philological Sciences
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: jul.kulbit2013@yandex.ru*

Glass ceiling for women in Russia

Abstract: The article examines the concept of a glass ceiling, the problems of career restrictions for women in Russia. The article discusses the problems of gender constraints in business and governance structures for women in Russia.

Keywords: glass ceiling, management, career restrictions, gender sign.

«Glass ceiling» is a term for American management, introduced in the early 1980s to describe the invisible barrier that limits career advancement. This form of discrimination is described as «a barrier so imperceptible that it is transparent, but at the same time so solid that it prevents women and members of various social groups from advancing in the management hierarchy».

The relevance of this topic is that in the modern business community there are still many stereotypes about woman in business. It seems strange but men are skeptical about women in high management. In this way this real problem is described in article.

Male leaders often believe that they are more successful than women, because of their great abilities and intellectual superiority. Male managers rate their work as more difficult than women in similar positions. Women are considered to be representatives of the weaker sex, not assertive enough to withstand competition in the male-controlled business world. There is an opinion that women are focused on interpersonal relations, and not on the task. Most male managers consider it an unreasonable risk to help and teach a woman who is moving up the career ladder, as this could undermine his own professional reputation and slow down his job growth. In order for women to succeed in the role of leaders on an equal basis with men, all these myths must be dispelled.

«Kelly Services Russia» conducted a survey of over 1000 representatives of top management and management of Russian and international companies in 2017. The study involved both women and men, they answered anonymously for maximum honesty.

63% of women who were surveyed admit that they feel career limitations because of their traditional social role and the need to spend more time to their families. Parenting tacitly is the task of the woman in modern society. Men are not often willing to be involved in solving household problems, as they are not always fully able to assess the amount of resources spent by a woman on raising children and other concerns. Research confirms this fact: 68% of men do not believe that the role of the hostess imposes career restrictions on a woman.

The glass ceiling is a problem not only of the distribution of responsibilities within the family, but also a consequence of the real bias in relation to women careerists. This problem is not always noticed and not always recognized. One third of the women who were surveyed (31%) remember cases when they were denied gender-based posts at the interview stage; and 38% of men confessed that they once deliberately refused a female candidate. Nearly half of the women, 44%, also recalled how, during career advancement, preference was given to their male colleagues with comparable qualifications and experience.

Salary expectations for women are too low: only 35% of women are confident that their income corresponds to the income of male colleagues who are on the same level with them. Men see the situation differently: their salary is considered equal with women in similar positions 71% of respondents. However, both audiences agreed that gender does not matter for a real leader: this is how 66% of women and 74% of men think so.

To a large extent, the construction of a successful career is also hampered by the internal barriers of women themselves - a lack of self-confidence and fear of leadership positions. Finally, women's solidarity, or rather, its absence, plays an important role in the manifestation of discrimination in the labor market. Men in the professional sphere give each other serious support.

However, despite all this, women continue to persistently and methodically prove that in many areas they can work no less effectively than men. They are increasingly occupying leadership positions and positions of responsibility. Entrepreneurial activity has become another niche in the labor market for women. Many ladies start their own businesses and become quite successful businesswomen, and the difficulties in finding decent work sometimes make them choose this path.

Литература:

1. Ms. Sakshi Gupta, Assistant Professor, RDIAS, New Delhi, India - Glass Ceiling in 21st Century: Women in Management - International Journal of Management Studies. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.researchersworld.com> – (Дата обращения 3.05.2019).

2. Six Hard Truths for Women Regarding the Glass Ceiling [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.forbes.com> – (Дата обращения 3.05.2019).

3. The Glass Ceiling Effect and Its Impact On Women [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.everydayhealth.com> – (Дата обращения 2.05.2019).

4. Миф или реальность: существует ли в России стеклянный потолок? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.forbes.ru> - (Дата обращения: 03.05.2019).

5. Стеклянный потолок: что поддерживает гендерное неравенство [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.rbc.ru> – (Дата обращения 1.05.2019).

УДК 339.54

*Казарян А.В., Романовская А.С.,
студенты 1 курса
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
г.Краснодар, Россия
e-mail: kazaryan_armin222@mail.ru. Nastya-romanovskaya@inbox.ru*

*Научный руководитель:
Гучетль С.К.,
старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
г.Краснодар, Россия
e-mail: sof-guchetl@yandex.ru*

Протекционизм и его проявления в современном мире

Аннотация: Основная цель статьи - показать, как в современном и свободном мире страны проводят политику протекционизма. Кроме того, автор представляет анализ по таблицам и диаграммам. В статье показаны преимущества и недостатки протекционизма на основе современных международных отношений.

Ключевые слова: экономика, протекционизм, Трамп, тариф, торговля.

*Kazaryan A.V., Romanovskaya A.S.,
students, 1 course
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: kazaryan_armin222@mail.ru Nastya-romanovskaya@inbox.ru*

*Scientific Adviser:
Guchetl S.K.,
Senior lecturer,
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: sof-guchetl@yandex.ru*

Protectionism and its manifestations in the modern world

Annotation: The main aim of article is to show how in the modern and free world countries pursue a policy of protectionism. Moreover, author presents an ana-

lyst by tables and diagrams. The article shows the advantages and disadvantages of protectionism on the basis of modern international relations.

Keywords: economy, protectionism, Trump, tariff, trade.

Each state for the development of its economy must take certain decisions and reforms. Some choose free trade, while others choose government regulation of the economic sector. Today, many States prefer free trade. But free trade is bad for the country's economy.

Protectionism is a policy of protecting the domestic market from foreign competition through a system of certain restrictions. On the one hand, such policies contribute to the development of national production. On the other hand, it can lead to increased monopolies, stagnation and reduced competitiveness of the economy.

As an economic concept, protectionism means protecting national producers and displacing imports.

Protectionism remains a widespread phenomenon in the modern world and as such it will remain, despite the reduction in level and scope. Moreover, the tools of modern economic theory in recent decades have been actively used to find new arguments in favor of protectionism.

The logic behind protectionism is that domestic industries may suffer when confronted with foreign imports which are available at cheaper prices to lower cost of labor, more readily available natural resources, or foreign government subsidies which help the producers keep their costs low. By imposing stiff import tariffs and quotas, a government can theoretically increase the market for domestic goods, by essentially closing the market to foreign producers. This in turn is designed to benefit the domestic economy.

Protectionism was widespread in France (protectionist tariffs in the 17th century) and many German States. In Russia protectionism first appeared in the 18th century.

Many economists and politicians believe that protectionism provides an opportunity to rely on the already established market and on the already formed structure of demand, which is proved by the import of goods, which is supposed to be limited. Finally, one cannot ignore the fact that trade policy protectionism encourages foreign firms to establish "tariff factories" in the territory of a developing country, that is, to engage in direct investment aimed at overcoming trade barriers.

Protectionism has its advantages and disadvantages. Critics argue that over the long term, protectionism often hurts the people it is intended to protect by slowing economic growth and pushing up prices, making free trade a better alternative. Proponents of protectionism argue that the policies provide competitive benefits and create jobs. Protectionist policy can be implemented in four main ways: tariffs, import quotas, product standards and government subsidies.

Governments can help domestic businesses compete by providing subsidies, which lower the cost of production and enable the generation of profits at lower price levels. Examples include USA agricultural subsidies paid by the Chinese government to help grow the country's automotive industry.

If a country is trying to grow strong in a new industry, tariffs will protect it from foreign competitors. That gives the new industry's companies time to develop their own competitive benefits.

Protectionism also temporarily creates jobs for domestic workers. The protection of tariffs, quotas, or subsidies allows domestic companies to hire locally workers. This benefit ends when other countries retaliate by their own protectionism.

Often trade protectionism weakens the industry. Without competition, companies within the industry have no need to innovate. Eventually, the domestic product will decline in quality and be more expensive than what foreign competitors produce.

Consider the economic policy of the United States today. USA President Donald Trump has shaken the foundations of global trade, slapping tariffs on billions of dollars' worth of goods from the EU, Canada, Mexico and China.

On 5th February 2019 Trump said: «We are now making it clear to China that after years of targeting our industries, and stealing our intellectual property, the theft of American jobs and wealth has come to an end».

The President has placed tariffs on billions of dollars worth of goods from around the world, in particular from China. He is promised further levies on \$200bn worth of Chinese products in September.

USA President made a big point on the campaign trail about cutting the country's trade deficits. He's convinced it hurts USA manufacturing

Thus, there is a trade war. One country will raise tariffs causing the other to respond. This can hurt other nations' economies and lead to rising political tensions between them. USA President Donald Trump believes that trade wars are "good" and easy. He is not afraid to raise tariffs.

But what is a trade deficit? It's a term meaning the difference between how much your country buys from another country, compared with how much you sell to that country. And the USA has a big trade deficit with China (Figure 1).

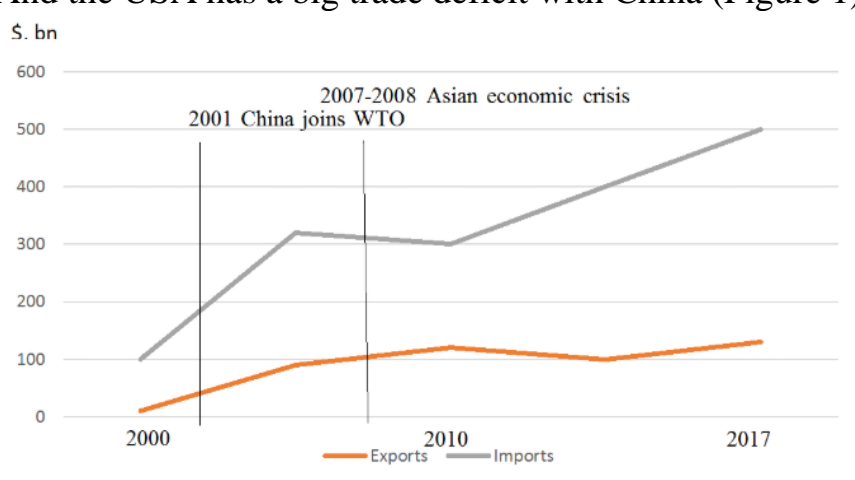


Figure 1 - USA trade in goods with China

Last year, it stood at about \$375bn. Trump wants to cut back this trade deficit, and he intends to use tariffs to do it.

Protectionism is trying to use restrictions such as tariffs to boost your country's industry, and shield it from foreign competition.

Take Trump's steel and aluminium tariffs. At the March 2018, the President announced a 25 percent tariff on all steel imports, and 10 percent on aluminium.

The Trump's administration claims the USA relies too much on other countries for its metals, and that it couldn't make enough weapons or vehicles using its own industry if a war broke out.

Critics point out the US gets most of its steel from Canada and the EU - staunch US allies. In theory, taxing foreign steel and aluminium will mean US companies will buy local steel instead.

The thinking is that will boost the USA steel and aluminium industries, as more companies will want to buy their goods.

Steel and aluminium prices will go up in the USA because there will be less of these goods coming in from abroad – so the greater demand for local steel will push up the price, lifting profits for steel makers.

USA's trade war resulted in \$7.8 billion in losses for the nation's economy, while the next higher costs of imports took more than \$68 billion from consumers and producers.

In 2018 the Trump administration imposed unilateral tariff increases to combat what the USA leader calls unfair trade practices by China, the European Union, and other trade partners. The move was met with tit-for-tat measures, including from Beijing, with which the USA has been trying to ink a trade deal during lengthy talks. The standoff with China has already resulted in duties on \$250 billion in Chinese imports, while China retaliated with levies on \$110 billion in USA goods.

Washington also applied levies of 25 percent on imports of steel and 10 percent on aluminum from the EU, Canada, and Mexico. Brussels responded with duties of 25 percent, including on Harley-Davidson motorcycles, steel and aluminum.

President Vladimir Putin appeared to have struck a hidden blow to Trump's economic policy.

“The world and global economy are coming up against new forms of protectionism today with different kinds of barriers which are increasing,” Russian President Vladimir Putin told a plenary session at the Eastern Economic Forum (EEF) in Vladivostok, Russia.

“Basic principles of trade — competition and mutual economic benefit — are depreciated and unfortunately undermined, they're becoming hostages of ideological and fleeting political situations, in that we see a serious challenge for all of the global economy, especially for the dynamically-growing Asia-Pacific and its leadership,” he added.

President Putin and Chinese President met at the forum for a round table discussion focused on inter-regional cooperation. Chinese President also appeared keen to foster closer relations with Russia, saying: “Together with our Russian colleagues, we will increase fruitful co-operation and to oppose the policy of unilateral actions and trade protectionism,”- Chinese President said.

Putin said both countries were looking to use national currencies in their transactions, sidelining the dollar.

A large number of economists believe that protectionism has a negative impact on economic growth and welfare, while freeriding, deregulation and the reduction of

trade barriers have a positive effect on economic growth. At the same time, freedom of trade can sometimes lead to significant and redistribution of income and losses and can lead to short-term redistribution of labour in export-competing sectors of the economy.

Modern protectionism in foreign trade is concentrated in relatively narrow areas that are sensitive to entrepreneurship and employment in developed countries. In relations with other developed countries, it is used in trade in agricultural products, textiles, clothing, black metals. In trade between developed and developing countries, it includes other manufactured goods.

Literature:

1. Daily newspaper in England. Live world news - URL: <https://www.theguardian.com/international>
2. Russian international multilingual news television channel - URL: <https://russian.rt.com>
3. British national public broadcasting organization - URL: <https://www.bbc.com>
4. American website that deals with reviews, rating and comparisons -URL: <https://www.investopedia.com/terms/p/protectionism.asp>

УДК 66

*Е.Э. Королева, Д.Д. Нураева,
студенты 2 курса
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: delgiranuraeva@mail.ru*

*Научный руководитель:
С.К. Гучетль,
старший преподаватель
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
г. Краснодар, Россия
e-mail: sof-guchetl@yandex.ru*

НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ

Аннотация: В качестве инструмента реализации государственной налоговой политики налоговая льгота является исключением из правил налогообложения, должна иметь исключительно целевой характер и предоставляться на ограниченный срок. В статье выдвигаются предложения, направленные на совершенствование мониторинга эффективности налоговых льгот.

Ключевые слова: налоговая льгота, теория налогообложения, налоговая политика, налоговый кредит, налоговые льготы.

*Koroleva E.E., Nuraeva D.D.,
students, 2 courses
Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia*

Scientific Adviser:

Guchetl S.K.,

Senior Lecturer

Financial University under the Government of the Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: sof-guchetl@yandex.ru

Tax benefits

Abstract: As a tool for the implementation of state tax policy, tax exemption is an exception to the taxation rules; it must be exclusively targeted and granted for a limited period. The document proposes measures to improve monitoring of the effectiveness of tax benefits.

Keywords: tax benefit, theory of taxation, tax policy, tax credit, tax exemptions.

The term 'tax benefit' generally refers to any tax law that provides you with an opportunity to reduce your tax bill when you satisfy certain eligibility requirements. The tax benefit is a benefit offered to a particular class of taxpayers, and putting them in a more favourable position in comparison with other taxpayers. We can say that tax breaks are a system of tax rebates, which are provided to individuals and legal entities to stimulate business development or reduce the tax burden. The taxpayer has the right to refuse to use the benefits or to suspend its use for one or more tax periods. Individuals entitled to tax benefits established by legislation on taxes and fees, submit to the tax authority of their choice a statement on the granting of tax benefits, as well as the right to submit documents confirming the taxpayer's right to a tax benefit.

A tax benefit comes in different forms, such as a deduction, tax exemption or credit. The amount of tax you can save also depends on the type of tax benefit you claim because they each offer a different form of savings. The most common type of tax benefit comes in the form of a tax deduction. When you claim a tax deduction, it reduces the amount of your income that is subject to tax. The amount of the deduction you are eligible to claim is precisely the amount of the reduction to your taxable income. Frequently claimed deductions cover the cost of tuition and fees, medical expenses, charitable contributions and state income taxes. Another benefit to a deduction is that it reduces income subject to the highest tax brackets first.

A tax credit generally has more tax-savings potential than a deduction as it provides a dollar-for-dollar reduction in the amount of income tax you owe rather than merely reducing the amount of income subject to tax. Investment tax credit is the ability of an organization to reduce its payments on income tax, regional and local taxes for a certain period, with the subsequent payment of the loan and interest on it. The term of the loan is from one year to five years if there are grounds that are specified in the legislation. Tax credits exist for an array of expenses you might incur during the year from college tuition to the installation of energy-efficient equipment in the home.

When claiming any tax credit, the IRS generally requires you to prepare a separate credit-specific form to document and calculate the amount you are eligible for, regardless of the amount you are claiming. In contrast, most of the available tax deductions do not require you to fill out additional forms.

Tax exemptions classify certain types of income as tax free and reduce the amount that a tax filer reports as their total or gross income. Income that has been excluded for tax purposes does not show up on a taxpayer's tax return, and if it does, will most likely come off in another section of the return. Some types of income are excluded because they are difficult to measure. Other types of income are excluded to reflect policy choices to encourage taxpayers to engage in a particular activity. The amounts that employers pay for employees' health insurance are not counted as taxable income for employees, thus subsidizing the purchase of employment-based health insurance [3].

Losing money is never a pleasant experience. However, the one advantage to a loss is that it may provide you with a tax-reducing benefit. Frequently, taxpayers sell their stocks during the year for less than they paid for them. You can use this capital loss to offset other capital gains you have during the year.

A tax holiday is a government incentive program that offers a tax reduction or elimination to businesses. Tax holidays are often used to reduce sales taxes by local governments, but they are also commonly used by governments in developing countries to help stimulate foreign investment. Whether there is any benefit to tax holidays is still a debate. On the one hand, even though the government loses out on revenues that would have been generated from sales during the temporary tax-break periods, tax holidays are said to increase tax revenue over the long term because they help businesses stay in business or grow, creating more taxable revenue for the tax authority. In addition, the lost revenue is also said to be offset by the increased purchases of consumers looking to take advantage of the tax break. On the other hand, it is believed that the increased sales during a tax holiday is preceded by reduced sales before the holiday; thus, the tax holiday simply shifted sales that would have happened before or after the holiday to the holiday dates. In effect, consumer don't buy more, they simply shift the timing of purchases. Also, since retailers do not pay sales tax out-of-pocket (the consumer is responsible for sales tax), some retailers may unethically take advantage of tax holidays by increasing the prices of the goods and reducing consumer savings.

Literature:

1. Tax Code of the Russian Federation [Electronic resource] - URL: <http://www.consultant.ru>
2. Business & Human Rights [Electronic resource] - URL: <https://business-humanrights.org>
3. Tax Exclusions vs Tax Deductions vs Tax Credits in Healthcare [Electronic resource] - URL: <https://www.peoplekeep.com/blog/bid/252608/tax-exclusions-vs-tax-deductions-vs-tax-credits-in-healthcare>

*В.А. Левченко, Г.А. Батори,
студенты 3 курса,
Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)
Краснодар, Россия
e-mail: lerken_s@mail.ru
e-mail: hermanbathory@gmail.com*

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

Биометрические системы как фактор влияния при выборе банка

Аннотация: В работе рассмотрены типы биометрических систем, их влияние на развитие банковского сектора. Также представлен практический интерес банковского сообщества к введению систем подобного рода. Авторами рассмотрен принцип работы систем аутентификации, указаны преимущества и недостатки, характерные для биометрии, ее роль в финансовом секторе и перспективы развития. Основываясь на данных организованного опроса, авторы проводят анализ предпочтений пользователей банковских услуг и оценку возможного влияния биометрических технологий как фактора при выборе банка с использованием регрессионного анализа.

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

*Levchenko V.A., Bathory H.A.,
students, 3 courses
Financial University under the Government of Russian Federation
Krasnodar, Russia
e-mail: lerken_s@mail.ru
e-mail: hermanbathory@gmail.com*

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

Biometric systems of authentication as a factor of influence in the process of choosing a bank

Abstract: This article aims at examining types of biometric systems and their impact on the development of the banking sector especially in the Russian Federation. The authors also take into account the practical interest of the banking community towards this new technology. The principle of authentication systems, the advantages and disadvantages characteristic of biometrics, its role in the financial sector and prospects for development are also discussed in this paper. Based on the data of

the organized survey, the authors analyse the preferences of users of banking services, assess the possible impact of biometric technologies as a factor in choosing a bank using regression analysis.

Keywords: biometric systems, banks, economy, data protection, biometric technologies.

Creating conditions for technological progress and increasing the growth rate of scientific progress are among the top priorities of the Russian Federation. This is ensured by the creation of new technologies, their implementation, innovative development of the domestic market of goods and services, increasing the volume of intellectual property, improvement of artificial intelligence [1].

One of these areas is the actively developing biometric identification system, which is widely used in the banking sector [3]. This technology performs one of the most important tasks of the banking system – ensuring the security of the storage of personal information of customers [2]. Currently, the purpose of the banks is to create and implement such an identification method that will require minimal effort from the client, and at the same time provide confidence in the safety of the data provided [3]. The relevance of this work is confirmed by the novelty of the study. The authors aim to explore the features and possibilities of implementing biometric recognition system by the largest banks of the Russian Federation, as well as to make predictions about the future of this technology in the domestic banking sector.

To determine the importance of biometric technologies as a factor in choosing a bank, the authors organized and conducted a survey among users of banking services. The survey included both multiple – choice and detailed questions. The survey involved 167 people. Respondents had to mark their status, evaluate the work of their bank's mobile application, tell about their attitude to the biometric technologies, their application in everyday life and indicate whether the introduction of biometric technologies is a key factor in choosing a bank.

As can be seen from the table 1, the question about the change of the bank, most (68.9%) answered negative. In order to understand how this is justified, the authors included a question with a detailed answer, where respondents were asked to explain their choice. Let us present the groups of answers in the form of a pie chart 1.

Analysing the received answers, it is obvious that the users of online banking are confident in the safety of data with the input of biometrics, noting convenient access, speed of services and growing technologies. As for the respondents who refrained from answering, who are not sure of the benefits of this technology and those who do not care, an important factor is the low financial literacy of the population. Most citizens are not interested in the security of personal data because they do not understand the consequences of fraud in relation to their finances. In this regard, large banks and financial institutions are obliged to pay more attention to the dissemination of useful information for customers, conducting financial literacy courses not only among employees but also among ordinary citizens. This will reduce the level of fraud: people will know in advance and understand what they may face. Moreover, the higher the financial literacy of the population, the greater interest it shows in

banking products and services, which, of course, will give a push to the development and introduction of new technologies in the banking sector.

Table 1 – Percentage of responses to the survey

Questions	Answers				
	«Your status»	Student 64,7%	Employed 32,3%	Unem- ployed 1,2%	Retired 1,8%
"Are you a user of your Bank's mo- bile application?«	Yes 95,8%			No 4,2%	
"How much from 1 to 5 do You evaluate the work of your Bank's application, where 1 is very bad, 5 is very good»	1 2,4%	2 1,8%	3 7,2%	4 42,5%	5 46,1 %
"Do You use biometric technologies in your daily life?«	Yes 80,2%			No 19,8%	
"How do You feel about the intro- duction of biometric technologies in the banking sector?«	Positive 61,1%	Neutral 31,1%		Negative 7,8%	
"Did You give biometric data in your Bank?«	Yes 9%			No 91%	
"In a situation where Your Bank would not intend to introduce bio- metric technologies to improve secu- rity, would You change it to one that would use this technology?«	Yes 31,1%			No 68,9%	

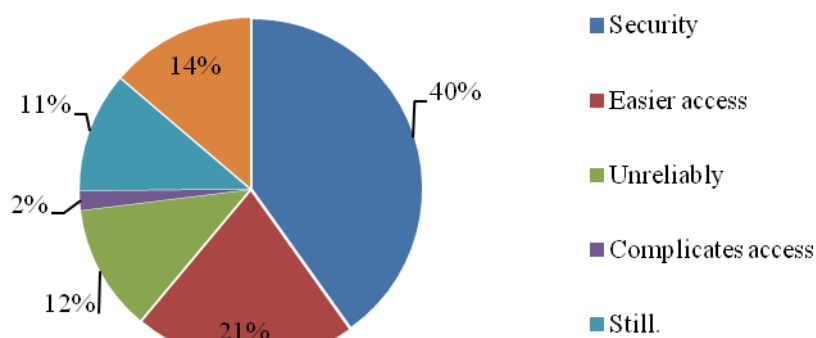


Figure 1 – Groups of answers to the question about changing the Bank, %

According to the table 1, the authors conducted a correlation analysis and using Chedoke's scale we examined the estimated correlation between these indicators. The analysis showed that the connection is very weak or almost absent. However, such results were expected, as the obtained data are characterized by high heterogeneity, both in the age groups and in relation to biometrics.

Based on the analysis, it is concluded that at the moment it is impossible to fully assess the impact of such a factor as "attitude to biometrics" on the question of

choice between banks using biometric systems in their activities and those who do not. This is dictated by a number of reasons. First, despite positive feedback from respondents about the benefits of biometrics, only 31% of respondents agreed to change their bank to a new one if their bank does not use biometric samples as client identification. The respondents explained their answers by the fact that banking services and products are more important for them than the use of biometric technologies. It follows that the issue of security is not the main criterion when choosing a bank.

Secondly, a significant proportion of respondents, approx. 39%, are respondents who abstained from answering, who consider biometrics unreliable or who oppose its introduction into banking services. The authors believe that this is due to subjective reasons: lack of interest in knowledge-based banking technologies, low level of financial literacy, distrust of existing protection systems.

In this regard, we can offer the following solutions to this problem. To direct the activities of financial institutions and banks to the development of interest among the population to new technologies used in the banking and financial spheres. This direction can be implemented through training programs: online webinars, public lectures and other events that aim to raise financial literacy. Young people and students who are interested in and actively use the latest technologies in their daily lives should be involved as well as those people who do not have fundamental knowledge. Among the advantages of this direction is the growing level of financial literacy of the population. The higher the level of financial literacy, the greater the interest in banking products and services, which, in turn, will give a push to development and of new technologies in the banking sector.

Литература:

1. Anil K. Jain, Kathik Nandakumar, Biometric Authentication: System Security and User Privacy. // IEEE Computer, November 2012 P. 87-92.

2. Обзор международного рынка биометрических технологий и их применения в финансовом секторе. 2018 / Центральный банк Российской Федерации / Москва - 2018.

3. РБК [Электронный ресурс]: сайт / - Режим доступа URL: //https://www.rbc.ru/finances/19/02/2018/5a8aadfd9a7947193fced49f (дата обращения: 14.11.2018).

УДК 37.058

Минкина Д.А.

студент 1 курса

Финансовый университет при Правительстве РФ

г. Краснодар, Россия

e-mail: darya.minkina@inbox.ru

Научный руководитель:

Гучетль С. К.

старший преподаватель,

Финансовый университет при Правительстве РФ

г. Краснодар, Россия

e-mail: sof-guchetl@yandex.ru

Малый бизнес. Открытие школы иностранных языков

Аннотация: Актуальность данной темы связана с растущей популярностью изучения иностранных языков, в частности английского. Также профессионалы в различных сферах деятельности должны хорошо владеть не только своей специальностью, но и знать иностранные языки.

Ключевые слова: малый бизнес, школа иностранных языков, предприниматель, бизнес-план, инструкция, профессионалы.

Minkina D.A.

student, 1 courses

Financial University under the Government of the Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: darya.minkina@inbox.ru

Scientific adviser:

S. Guchetl,

Senior lecturer

Financial University under the Government of the Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: sof-guchetl@yandex.ru

Small business. Establishing of a Foreign Language school.

Abstract: The relevance of the topic is chosen due to the growing popularity of learning foreign languages, in particular, English and Chinese. Also professionals should be good at not only their specialty, but also know foreign languages.

Keywords: small business, foreign languages school, entrepreneur, business plan, instruction, professionals.

Nowadays small business is one of the most promising sectors of the national economy enabling its owners to get sometimes huge profits.

Let's consider an example of such small business. Let's consider establishing of a Foreign Language school.

Nowadays, the most popular foreign language in Russia is English. Chinese language is also gaining popularity due to the growing Russian-Chinese relationship intensity.

The key issues arising at establishing a Foreign Language school are as follows:

- a) What a school format should it be: individual learning or team learning;
- b) At whom the learning will be aimed: pre-school children, schoolchildren, applicants, adults, etc., for each social group it will be needed to develop special methods and purchase individual methodological materials;
- c) What will be the aim of the school: just to learn a language or to provide training for the Uniform state exam, or to prepare someone for a life abroad, to assist in employment abroad, etc., it might be possible to establish retraining courses for school teachers with the issuance of the appropriate certificates;
- d) How many languages it could be studied;

e) Number of teachers and the rates of their salaries.

Full-fledged language school is inconceivable without a corporate style, a recognizable name and a logo. Before the project launch, one should worry about creation of its business image in the mind of a client. It would be most appropriately to hire a freelancer or a special company engaged in the development of logos and in the formation of a brand.

The basis for the success of your business should be its perfect location. It is advisable to choose an office either in a commercial or office center or in a public area or on a crowded street.

Step-by-step instruction for establishing a foreign languages school:

a) Writing a business plan.

b) Obtaining start-up capital (for example, a loan or a state grant).

c) Registration as individual entrepreneur or a limited liability company

d) Obtaining a license for learning activities.

e) Searching for suitable premises, entering into a rental agreement or their purchase.

f) Renovation of premises, arrangement of a signboard.

g) Obtaining permissions from the Ministry of Emergency Situations and Hygiene and epidemiological service.

h) Formation of teaching staff.

i) Development of educational programs.

j) Purchasing of necessary equipment, furniture, training manuals.

k) Active advertising, conclusion of schooling contracts.

In the future it could be possible to arrange lingua-phone facilities.

This will enable the following:

- To manage students' browsers (the teacher could upload sites in students' computers).

- To use online dictionaries with numerous meanings of words.

- To study both text, audio and video materials.

- To show subtitles in two languages.

To record the answers.

- To check spelling and punctuation.

The key to the effectiveness of this project will be:

a) The quality of services

b) the wide assortment of the services proposed for the study of languages: general course, business language, preparation for international exams, offer of learning programs for corporate clients, offer of additional services and programs

c) flexible classes schedule

d) Low cost of the proposed services: it is possible to introduce flexible discounts system, gift cards for free lessons, using of free passes.

Location in a residential area of the town should become a competitive advantage, because not all clients will have a desire to go downtown, for example.

As soon as possible after the school establishing, it is important to inform the people that now it is available a new nearby school in which they can study foreign languages. You could hire a promoter who would distribute promotional flyers. In the

beginning, when the client database is not yet developed, it is desirable to organize various events and provide bonuses and discounts in order to attract clients.

Also one of the most important question is student's contingent.

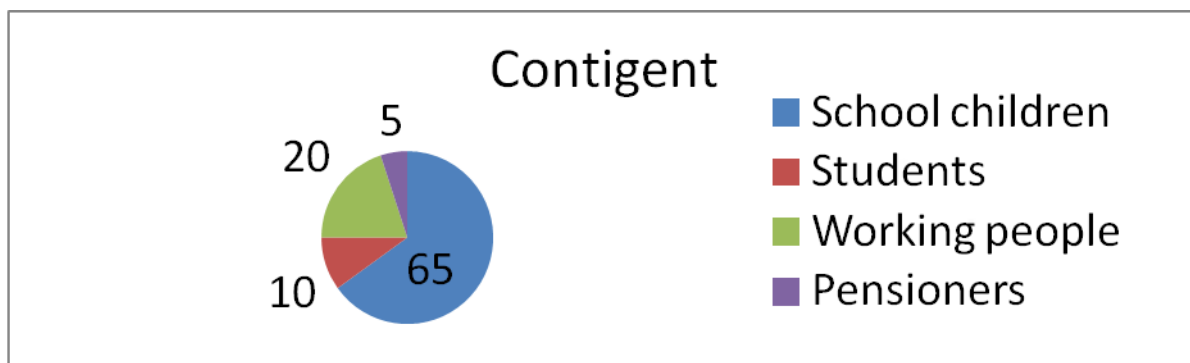


Diagram 1 – Potential students of the Foreign Language school

On diagram you can see that there are will study around 5 per cent of school children, 10 per cent of students, 20 per cent of working people, 5 per cent of pensioners

Nowadays, at launching such a business project, it is essential to have your own website and a group or a profile in the popular social networks. On such a site, the users could see the classes schedule, the groups being under formation, location and full style of the school, list of teachers, videos of your lessons, and where they could have a possibility to be tested and appraise their level of competence in the language.

All in all, I want to say that the ability to speak a foreign language is highly valued in society and also it is a great advantage for getting a good job. So the study of languages in our time is very important and establishing school of foreign languages is a great example of a successful small business.

References:

1. URL: <https://lifehacker.ru/kak-otkryt-shkolu-anglijskogo-yazyka/>
2. URL: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/svoy-biznes-kak-otkryt-yazykovuyu-shkolu/>
3. URL: <https://biznesovo.ru/biznes-plany/kak-otkryt-yazykovuyu-shkolu>
4. URL: <https://greatboss.ru/idei-biznesa/po-sferam/obuchenie/shkola-in-yaz>
5. URL: <https://lady-biznes.ru/malyi-biznes/rukovodstvo-po-otkrytiyu-shkoly-inostrannyh-yazykov.html>

*Николенко А.С., Фурман А.Н., Рудько Е.Ю.,
студенты 2 курса*

*Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
г. Краснодар, Россия*

e-mail: nikolenko_anmai@mail.ru Furman.alin@gmail.com liza.rudko@inbox.ru

Научный руководитель:

Гучетль С.К.

старший преподаватель

*Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации
г. Краснодар, Россия*

e-mail: sof-guchetl@ya.ru

Транснациональные корпорации в мировой экономике

Аннотация: В статье рассматриваются теоретические аспекты развития глобализации экономики. Исследуется роль транснациональных корпораций в процессе мирового производства, рассматриваются их основные особенности. В работе подчеркивается необходимость транснациональных корпораций как важных участников политической и экономической сферы.

Ключевые слова: транснациональные корпорации, мировая торговля, мировая экономика, интеграция, глобализация.

*Nikolenko A.S., Furman A.N., Rudko E.Y.,
students, 2 courses*

*Krasnodar branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia*

e-mail: nikolenko_anmai@mail.ru Furman.alin@gmail.com liza.rudko@inbox.ru

Scientific Adviser:

S.K. Guchetl

Senior lecturer

*Krasnodar branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia*

e-mail: sof-guchetl@ya.ru

TNC in world trade

Аннотация: The article deals with the theoretical aspects of the globalization of the economy. The role of transnational corporations in the process of world production is studied, their main features are considered. The paper emphasizes the need for transnational corporations as important actors in the political and economic sphere.

Ключевые слова: transnational corporations, world trade, world economy, integration, globalization.

In a globalizing economy and increasing integration among countries, an issue of transnational corporations is relevant.

A transnational corporation (TNC) is any enterprise that undertakes foreign direct investment, owns or controls income-gathering assets in more than one country,

produces goods or services outside its country of origin, or engages in international production. The shift towards trade liberalization and the expansion of market economies have enabled TNCs to grow in size and expand their operations all over the world.

There are some indications of TNC:

- 1) realization of an agreed economic policy under central leadership;
- 2) sales of at least \$ 1 billion;
- 3) branches in six or more countries;
- 4) the share of foreign assets of at least 25-30% of the total value assets of the corporation;
- 5) the share of the annual turnover of sales outside the home country (external operations) - at least 20-30% of the total turnover of the company, etc.

Some authors divide TNCs into international, multinational, and global.

International Corporation is a national monopoly with foreign assets. International corporations operate across countries with an international work force.

A multinational corporation has facilities and other assets in at least one country other than its home country. As an example, a company can allow the Anglo-Dutch concern Royal Dutch Shell, which has existed since 1907.

To global corporations include one that integrates together the economic activities carried out in different countries. This company designs a product or a scheme for the provision of services in relation to a specific global market segment, or in different countries produces the component parts of a single product. Global corporations represent the power of the modern world's financial capital.

Transnational corporations have a strong influence on the world economy, because whole industries of the countries and the world economy depend on them. Today, TNCs control more than half of global merchandise trade. TNCs have a positive effect on the state of international security, because they contribute to international agreement between countries. Transnational corporations create economic ties between states, promote economic integration.

The main interests of the states and TNCs which are based on their territory coincide in many ways. Transnational corporations help technologically and economically developed countries gain access to the resources of other countries.

Transnational corporations prevail in all areas of the world economy: in manufacturing, services, finance, high-tech industries. In the production of about 60% of TNCs; in the service sector - 37%; in mining and agriculture - 3% of TNCs.

Every year, Fortune Global ranks the largest multinational corporations in the world. The criterion for this rating is the company's revenue. The top three include: Walmart - retailers, State Grid and Sinopec Group who are involved in Petroleum Refining [1].

Advantages of TNCs locating in a country include:

- 1) increase employment rate;
- 2) stable income and more reliable than farming;
- 3) improved education and skills;
- 4) investment in infrastructure helps locals as well as the TNC;

- 5) help to exploit natural resources;
 - 6) a better developed economic base for the country.
- Disadvantages of TNCs locating in a country include:

- 1) fewer workers employed, considering the scale of investment;
- 2) poorer working conditions;
- 3) damage to the environment by ignoring local laws;
- 4) profits don't generally remain within the country in which the goods are manufactured;
- 5) little reinvestment in the local area;
- 6) TNC's may move their operations out of the country at any point in search of cheaper production and lower wages elsewhere;
- 7) natural resources being over-exploited.

Transnational Corporations influence the policies of governments worldwide, influence the destinies of individual economies in the developing world, have a crucial impact on the eco-system, set wage-levels, which can cause the first world to bend to their demands, and so on. Transnational corporations are the main force of modern enterprises and also, an important component of overall national strength and competitiveness in the world. In the tide of economic globalization, they play an important role to further promote global economy and have a profound and far-reaching influence on the world economy. Despite some negative impact on the world economy, their role in promoting the world economy cannot be ignored.

Literature:

1. A ranking of the biggest companies in the world by revenue. URL: <http://fortune.com/global500/>
2. "Multinational Corporations and Global Justice: Human Rights Obligations of a Quasi-Governmental Institution" By Florian Wettstein Stanford Business Books, 2009
3. Perkins, John The New Confessions of an Economic Hit Man // Berrett-Koehler Publishers; 2nd edition, 2016. 384 pages

УДК 811.111

*Манджиева Г.Г., Полянская Н.Ю.,
студенты 1 курса
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
г. Краснодар, Россия
e-mail: hamstercatmouse@gmail.com
natasha.polyanskaya@list.ru*

*Научный руководитель:
Плаксин В.А.,
кандидат филологических наук, доцент кафедры «Философия, история и право»
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
г. Краснодар, Россия
e-mail: vladimirplaxin@rambler.ru*

Заемствованные экономические термины в лексической системе современного русского языка

Аннотация: В статье ставится задача исследования системной организации сферы экономической терминологии, процессов активизации использования иноязычных слов. В результате проделанной авторами научно-исследовательской работы определены роль и причины заимствований терминов.

Ключевые слова: термин, терминосистема, заимствование, англицизм, экономика, профессиональная лексика.

*Mandzhieva G.G., Polyanskaya N.Y.,
students, 1 courses*

*Financial University under the Government of the Russian Federation
Krasnodar, Russia Federation*

*e-mail: hamstercatmouse@gmail.com
natasha.polyanskaya@list.ru*

Scientific Adviser:

Plaxin V.A.,

*Candidate of Philology, Associate Professor, Department of Philosophy, History and Law
Financial University under the Government of the Russian Federation,*

Krasnodar, Russia Federation

e-mail: vladimirplaxin@rambler.ru

Borrowed economic terms in the lexical system of the modern Russian language

Abstract: The article sets the task of studying the systemic organization of sphere of economic terminology, processes of enhancing the use of foreign words. As the result of the presented work the role and the reasons for borrowing terms were illustrated and fatherly defined.

Key words: term, term system, borrowing, Anglicism, economics, professional vocabulary.

Language processes associated with intensive borrowing of professional vocabulary start to become a remarkable phenomenon in the modern Russian language. This phenomenon is largely determined by the fact that, in general, the borrowing of foreign vocabulary is a particularly relevant source of replenishment of the entire Russian language system.

It is well known that borrowing is one of the most popular tools for changing the lexical-semantic system of any language – there is no such a language that is completely free from foreign language influences.

I.O. Ozhegov's Dictionary gives a clear interpretation of an Anglicism: "... it is a word or a speech in a language, borrowed from the English language or created on the model of an English word or expression." Anglicisms began to penetrate into the Russian language since the beginning of the 19th century, but their influx into the Russian lexical system remained insignificant until the 1990s, when these processes became global.

Borrowing is recognized as a linguistic unit that moves from one language to another as a result of the economic, socio-political and cultural interrelations of people and is assimilated into a receptive language.

At the moment there are many borrowings and Anglicisms, some of which can be replaced by their analogues that exist in the Russian language. Penetration of borrowings and anglicisms into the language creates lexical redundancy and may interfere with the understanding of the meaning. The presence of lexical doublets is eliminated over time: one of them is approved in the active composition of the language, and the other fades into the background of the language system.

In recent years, it has become increasingly common to hear about *summits*, *briefings*, *inaugurations*, *defaults*, *escalation of conflicts*, etc. The Russian language has always been open for borrowing, as often in its history it was guided by Western culture, which initiated the penetration of numerous borrowings from Western European languages into it.

This article discusses the systemic organization of the sphere of economic terminology and the processes of enhancing the use of foreign words.

Formulation of the problem.

Global changes in the international economy, close ties with Western society, of course, are reflected in the internationalization of terminology, especially economic. Identification of interconnections in the modern economic terminological system and studying of the peculiarities of economic terms of foreign language origin is of particular linguistic interest.

Terminology as an independent scientific discipline is characterized by significant transformations in modern science. This is due to the increase in the number of definitions and the expansion of the area of their functioning - from the scientific (highly specialized) sphere to the everyday level. The economic structure of a new type implies the emergence of a whole layer of new economic terms. A significant number of words are foreign language borrowings, formed under the influence of other languages. Lexis as the most mobile component of the language system clearly reflects changes in the life of society. The definition of basic concepts, especially in the sphere of politics and economics, becomes similar in semantics to Western European models.

For example:

Brand - company's logo.

Brand - a unique trademark.

Deadline - cut-off date.

Deadline - a time or day by which something must be done.

Default - the thing that exists or happens if you do not change it intentionally by performing an action.

Default - the inability to fulfill obligations to repay borrowed funds or pay interest on securities.

Marketing - promotion in the market, market activity.

Marketing - the study of markets and the impact on them.

Management - the control and organization of something.

Management - a set of organization methods.

Know-how - secret of production.

Know-how - technology, production secret, allowing to create a product / service in a unique way.

Startup - the beginning of the process; run the project.

Startup - a structure designed to find and implement a scalable business model.

Borrowing from the English language, mainly in its American version, is one of the most active processes noted in modern Russian. The latest achievements in the technical, economic, sports, and cultural spheres have a beneficial effect on the expansion of the area of definitions that correspond to term systems.

The role of borrowing.

Borrowing multiplies lexical wealth and becomes a source of new roots, word-formation elements and precise definitions. "Anglicisms" and "Americanisms" reflect the economic, political, cultural, and public relations that have intensified over the past decade.

The scope of the definitions is a scientific style, texts designed for experts who do not need any comments and explanations.

For example, special terms of the economic sphere:

Demmerage - an additional fee due to the carrier for a simple vessel on the part of the cargo owner (charterer).

Detention - the idle time of a ship after counterstals.

Futures - a type of futures deals on a commodity or stock exchange: a contract for the purchase and sale of goods in the future at an agreed price.

Devaluation - the depreciation of the national or international (regional) monetary unit against foreign currencies.

Overdraft - a negative balance on the client's current account; form of short-term loan, which involves exceeding the limit of expenditure.

Acceptance - the consent of the obligated person to pay cash and commodity documents.

Release - the release of a new product.

Economic science is the extensive sphere of knowledge that concerns not only laws and concepts of economic activity, but also a number of related fields. That is why the terms of foreign origin form numerous thematic categories, from which it is possible to distinguish the following:

1. *Names of private and state structures that form different types of associations:*

Consulting - advising on a wide range of issues of economic activity. Associated with this concept is the activity of consulting firms and companies that provide services for market research and forecasting and the development of marketing programs.

Concern - voluntary association of enterprises engaged in joint activities.

Syndicate - a kind of cartel agreement, which involves the sale of products of its members through a single sales body created in the form of a joint stock company or a limited liability company.

Holding - a company that owns controlling stakes in several enterprises and exercises control over them.

Trust - a form of monopoly association, in which participants lose their industrial, commercial, and sometimes even legal independence.

2. *Names of various economic programs and types of commercial activities* (purchase and sale of goods, rent, trade intermediation, etc.):

Outright - foreign exchange transaction that includes a premium or discount.

Engineering - consulting services related to the development and preparation of the production process, ensuring the progress of the production process and sales of products.

Leasing - a form of lending for the acquisition of fixed assets of the enterprise, long-term lease with the subsequent right of redemption.

Crowdfunding - funding ideas with money or other resources by a large number of people on a voluntary basis.

Outsourcing - attracting resources from external sources.

3. *Names of persons of economic activity (status, profession, type of occupation)*:

Broker - intermediary, agent; the person who acts as an intermediary in concluding transactions acts on the instructions of his clients.

Dealer - dealer, sales agent; person or firm engaged in exchange or trading intermediation

Investor - the investor; a person or organization that invests money in projects.

Freelancer - a self-employed employee who provides their services to different companies; person performing temporary work (work to order).

Frequently used terms are found on the pages of newspapers and magazines, very often without any explanation. In some cases, special definitions that are less known to the reader contain explanations that reveal the individual meanings of this term.

The names of new professions that define the emergence of a new economic model by journalists who use these definitions, as a rule, are not explained.

Conclusions:

Today there are terms that define new realities and have a great importance in the Russian language. In terms of frequency of use, they are superior to their Russian counterparts, most of the borrowed words have become indispensable. Definitions like electorate, integration are more often used in articles on economic topics than, for example, the term elector or association.

The use of economic terminology, as well as its intensification in the area of the contemporary language and in some special terminological spheres is a noticeable feature of our time.

Literature:

1. Dictionary of financial terms and economic concepts [Electronic resource: <http://www.fingramota.org/servis/slovar/sy/slovar>]

2. Aliyev V. N. Borrowed economic terms in the lexical system of the modern Russian language. Scientific notes of the Tauride National University. V.I. Vernadsky, Series "Philology. Social communications." Vol. 23 (62). Number 3. 2010, pp. 191-195.

3. Ozhegov S.I. Explanatory Dictionary of the Russian Language (Dictionary) [Electronic resource: <http://www.ozhegov.org/words/487.shtml>]

4. Plaksin V.A. Features of the functioning of the terminology sphere “Banking activity” in the terminological area “Economic activity”. Vestnik Akademii znaniy. Vol.1 (24). Krasnodar, 2018. Pp. 229-236.

УДК 331

Симоненко О. С., Копылова Д.В., Новикова К.В.,

студент 3 курса

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: simonenko.olga9@mail.ru

German.daria@mail.ru

Ks_nov_univer@mail.ru

Научный руководитель:

Плаксин В. А.,

доцент, к. ф. н.

Финансовый университет при Правительстве РФ (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: vladimirplaxin@rambler.ru

Бизнес план организации масштабного фестиваля в Бразилии «Riot of color»

Аннотация: В статье предложен готовый бизнес план организации крупного фестиваля в Бразилии, в рамках которого будет организован благотворительный фонд. Данное мероприятие направлено на объединение усилий огромного количества стран мира и представляющих эти страны людей во имя благотворительных целей.

Ключевые слова: бизнес план, фестиваль, благотворительность, расходы, прибыль.

Simonenko O. S., Kopylova D.V., Novikova K.V.,

Students, 3 courses

Financial University under the Government of the Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: simonenko.olga9@mail.ru

German.daria@mail.ru

Ks_nov_univer@mail.ru

Scientific Adviser:

Plaxin V. A.,

Docent

Financial University under the Government of the Russian Federation

Krasnodar, Russia

e-mail: vladimirplaxin@rambler.ru

Business Plan for Organizing a Large-Scale Festival in Brazil «Riot of color»

Abstract: As part of this article, a charity fund will be organized. This event is aimed at combining efforts in the name of charitable purposes.

Keywords: business plan, festival, charity, expenses, profit.

In the modern world, the process of globalization is developing, and we can openly see how other countries are developing, to become participants in certain international events. The process of globalization erases the boundaries and cultural characteristics of all countries, so for your attention we suggest considering the implementation of a charity project in the framework of our large-scale festival in Brazil. The reason for organizing this festival is the monstrous tragedy in terms of history in the form of a burned-out Brazil National Museum. As part of this festival, dedicated to the memory of the ancient cultures of the country, a charity fundraising will be held. We decided to present to you a ready-made business plan for the successful organization of a large-scale festival that will be able to unite all countries of the world into the one whole.

So, the festival in Brazil, within which a charity foundation will be organized, is dedicated to the indigenous peoples of Latin America, their culture, life and values.

The name of this festival is "*Riot of color*". The date of this festival is June 22.

The goal of the project is to promote the culture of the indigenous peoples of Latin America, to raise funds for the restoration of the National Museum of Brazil.

Tasks of our project:

- reconstruction of the unique culture of the tribes living in the territory of Latin America in the periods from the III century BC. - XV century AD;
- to enable people from all over the world to touch the ancient culture and traditions of the ancient civilizations of the Maya, Aztec and Inca;
- to attract the attention of the greatest possible number of people from around the world to the Festival's agenda.

In modern times, globalization is becoming the main vector of the movement of countries around the world. The whole world seems to strive to unite into a single unity and modern realities contribute to this, as the Internet connects people from all over the world in a single information field. In the real world, transnational companies deliver their goods and services to all parts of the world, bringing people together thus realizing their social projects [1]. The trend of internationalization mixes the cultures of the peoples of the whole world, their traditions and mentality. It is at such a moment that it is more important than ever to forget the roots of your people, their history and identity, maintaining openness and tolerance to other cultures other than yours at the same time. So the traditional samba festival in Rio de Janeiro shows an integral part of the culture of all Brazilians - their passion for dancing and unrestrained fun, and this feature attracts millions of tourists from all over the world.

However, part of the heritage of this nation and, one might say, the whole world was lost during a terrible fire in the National Museum of Brazil on the night of September 3, 2018. None of the people was injured, but the most unique evidence of the most ancient civilizations was irretrievably lost in the fire. The death of nearly 20 million museum exhibits caused irreparable damage not only from the material point of view, but also from the point of view of reminders of the origins of all the peoples

of Latin America. At the most conservative estimate, \$ 25 million will be needed to restore this museum.

Our festival in Rio de Janeiro, instead of destroyed exhibits, is intended not only to remind the Brazilians themselves, but also to tell the whole world about the three greatest civilizations of Latin America - Maya, Aztec and Incas. The Riot of Colors festival is aimed at gathering pieces of each of these nations and is ready to dip the whole world into that distant era. During the festival, guests will see incredible gods and sacred animals, embodied in the grand mobile platforms, and tourists can take part in the unique Mayan football, get a prediction of fate from the priest of the Aztecs, see the reconstruction of events about the wars of the Incas with the conquistadors. But in addition to the educational goal, Riots of Colors also carries the goal of collecting funds from the festival in favor of the fund for the restoration of the National Museum of Brazil, as well as the costs of finding and returning the national museum valuables back to their homeland.

Riots of Colors will be one of the most popular events in the world, only in the first few years an average annual attendance of about 2 million people is planned. Our team is confident that in the near future the scale of the Riot of Colors festival will be comparable to the samba carnival, which now collects annually an average of 6 million people.

Below are the project stages:

1. 01.08 - Negotiations with the city administration, presentation of the project;
2. 01.11 - presentation of the project to sponsors for the next year;
3. 01.12 - Conducting of the review of works design platforms, the construction of scenery;
4. 20.01- Order advertising banners in Brazil, the beginning of the advertising company;
5. 20.02 - Order of souvenirs in China, the registration of actors who want to participate in the reconstruction;
6. 15.03 - Tailoring of costumes, production of actor's numbers;
7. 20.03 - Receipt of souvenirs from China;
8. 01.04 - Announcement of the competition of graffiti and home decoration;
9. 01. 05 - Registration of participants among the local population;
10. 01. 06 - Completion of tailoring of suits and construction of platforms;
11. 01.06-15.06 - Final stage, full readiness to receive guests.

The duration of this event will be three days. Below is the program of the event.

Day 1: Show opening festival, performance of famous singers: Natalia Oreiro, Ricky Martin, Enrique Iglesias and Luis Fonzi; ritual dances and music; parade, workshops;

Day 2: Reconstruction show: clashes between the Incas and the conquistadors; a football mast between the Brazilian clubs Palmeiras and Corinthians; workshops;

Day 3: Final reconstruction; a football mast between the Argentine Boca Juniors club and the winner of the previous day; the final festive part is the burning of animal platforms; workshops.

As the opening ceremony will be held a large-scale show. A show in honor of the opening of the festival will be held on the main square of the city. During the event, famous pop singers Enrique Inglesias, Ricky Martin and Natalia Oreiro, as well as the famous Despasito song Luis Fonsi will sing in front of the audience. In addition to the concert, guests will see a theatrical performance performed by acting groups depicting a tribe of the Incas, Mayans and Aztecs. In each performance, the actors will play several scenes depicting the characteristics of each tribe. The scenes will include ritual dances and music. The duration of each performance is about 40 minutes. The fire show presentation ends.

It is assumed that the singers will be paid less than the cost of their usual commercial performances, as their performances will be in the framework of the charity festival.

It is assumed that the transfer, accommodation and payment of the performance of all the stars will be \$ 1.4 million

Calculation of cost of costumes for actors, see the paragraph "Reconstruction".

When implementing the festival, it is necessary to attract sponsors. The planned amount is \$ 2.5 for each guest of the festival. Thus, the total amount is \$ 3 million. Companies that will be offered cooperation: McDonalds, Coca-Cola, Unilever, P & G, Nestle, Rosneft, Uber Brazil, Dream Factory, Adidas, Nike.

As entertainment on the streets of the city guests of the festival will be offered a variety of workshops. Workshops: ritual dances, sculpting of figures in the traditional style of clay, masks decoration.

In Rio, even before the festival, there will be a competition for the best street graffiti and the best decorated house. Thus, the city will demonstrate the festive atmosphere for the arriving guests. Such stylized places will attract many who would want to take pictures and share photos with social networks, which will make a good advertisement for the event for the coming year.

There will be several points conducting the following workshops in the city streets: ritual dances, modeling of figurines in the traditional style of clay and decoration of ritual masks.

In total, it is planned to put on two points of approximately the same capacity for each workshops. The planned total profit will be \$ 76,440.

Table 1-Organization of workshops

Workshops	Number of people at the point	Duration, min	Break between workshops	Working hours	Total workshop per day	Cost for 1 person, \$	Costs 2 point, \$	Income 2 point, \$	Total profit
Dancing	70	60	15	10:00-18:30	7	10	720	29400	28680
Modeling	30	90	20	10:00-18:00	6	15	920	16200	15280
Masks	40	60	15	10:00-18:30	7	20	1120	33600	32480

Also within the festival a themed parade will be organized. The main figures of the parade will be the three main gods from each of the tribes: the Incas will be represented by the sun god Inti, the Mayan pantheon of the Mayan gods is Itzamn, according to their beliefs, the inventor of literacy and the patron of education and science, the Aztec tribes will be represented by their supreme god Huizilpochtli. Each of the gods will be accompanied by three platforms — sacred animals; the Mayan peoples are a dog, a parrot and a jaguar; for the Incas, a serpent was a serpent, a puma, a condor bird, and the Aztecs revered such representatives of the fauna as hummingbirds, crocodiles and eagles. Each god is accompanied by a carnival group of about 2,500 people, with about 500 dancers coming to the main platform, they are going to wear the most sophisticated and grandiose outfits. The procession follows the traditional path of the samba carnival, at the end of the festival it is planned to bring out again all the platforms for holding the final stage of the festival - burning platforms of sacred animals, according to legend, in order to appease the gods and get their patronage for the coming year. The cost of all costumes and platforms for the gods will amount to \$ 3,804 million.

Table 2 -The cost of costumes and platforms

	1 god			3 god		
	Price, \$	quantity	Total, \$	Price, \$	quantity	Total, \$
Costumes for platform of Animal	350	2 200	770 000	1 050	6 600	2 310 000
Costumes for platform of gods	1 400	300	420 000	4 200	900	1 260 000
The main platform	10 000	3	30 000	30 000	9	90 000
Small platform, 3 pieces	4 000	12	48 000	12 000	36	144 000

The festival will be a reconstruction of the battles of the Incas with the conquistadors. In total, 3 reconstructions will be carried out in the following scenarios:

- 1) Daytime reconstruction "Conquistadors attack the city of Cusco"
- 2) Evening reconstruction "The Inca attack the camp of the conquistadors after sunset"
- 3) The final reconstruction of the "Truce of the conquistadors and the Inca tribe, the wedding of the male conquistador and the girls of the Incas."

It should be noted that the final reconstruction has no historical basis, it will be delivered for the following reasons:

- 1) the dismal completion of the reconstruction in the form of the Inca genocide would leave unpleasant memories for the guests of the festival
- 2) the wedding of the two warring parties is intended to show that people from different cultures can coexist peacefully and happily.

To calculate the cost, the average cost of the costume and props was used, since props Inca and conquistadors will vary greatly in the materials used and the cost.

Table 3 - Reconstruction costs

Costs	Quantity	Average cost per person	Price, \$
decoration	-	-	30000
costumes	200	150	30000
weapon	500	80	40000
Additional props	800	40	32000
Total			132000

Also for football fans a large-scale football match will be held. On the first and third day of the festival, 2 friendly matches between the two leading Brazilian clubs Palmeiras and Corinthians and the Argentinian club Boca Juniors will be held at the Maracanã stadium. The capacity of the stadium is 78,838 people.

It is assumed that for the charity project the teams will not play for the full cost of the regular game. Each club will receive \$ 200,000.

The cost of transfer and accommodation clubs will be about \$ 1.2 million.

Ticket price will be \$ 60-150.

Table 4 - Football ticket prices

Sector	Number of sections	Number of people	Price of ticket	Estimated average occupancy rate	Income, \$
VIP box	2	1 000	150	80%	240 000
VIP	3	805	120	70%	135 240
Cat. 1 premium	16	4 778	105	80%	802 714
Cat.1	34	10 153	90	95%	1 736 228
Cat.2	36	10 751	80	95%	1 634 097
Cat.3	32	9 556	70	95%	1 270 964
Cat.4	10	2 986	60	95%	340 437
Total	264	78 838		100%	6 159 680

Also within the festival it is planned to sell souvenirs, where the proceeds from the sale will go to a charity fund. For the first year of the festival, a small variety of souvenirs is planned, in the future it is planned to produce more than 100 items. Three variations of the festival logo are planned for each type of product, except for the figures. The figures will be a ceramic symbol of the festival - a parrot. Every year the color of the parrot will change, it will encourage guests to buy these figures for the collection every year.

The sale of souvenirs will be carried out through the PI according to the following scheme: The PI buys our products, pays permission for the sale of souvenirs, all profit received remains the IP.

The cost of the resolution is \$ 300 per day for each point, it is planned to place about 150 points throughout the city. Thus, the profit from the sale of sales permits will be \$ 135,000.

All products will be ordered in China to reduce costs, in turn, the organizers will monitor the quality of products. Souvenirs will be delivered by air.

Table 5 - Profit from the sale of souvenirs

	Production	Delivery	Quantity	Price	Income	Cost price	Profit
Mugs	1,20	4	500 000	6	3 000 000	1 200 000	1 800 000
T- shirts	2,80	3	500 000	13	6 500 000	1 565 000	4 935 000
Baseball caps	2,00	3	400 000	7,5	3 000 000	878 000	2 122 000
Bracelets	0,60	2	600 000	2,5	1 500 000	364 800	1 135 200
Magnets	0,30	1	800 000	1,5	1 200 000	249 600	950 400
Badges	0,35	1	600 000	2	1 200 000	211 200	988 800
Keychains	0,40	1	700 000	3	2 100 000	315 000	1 785 000
Pens	0,25	2	800 000	2	1 600 000	209 600	1 390 400
Small figures	4,50	4	600 000	8	4 800 000	2 952 000	1 848 000
Average figures	6,00	4	600 000	10	6 000 000	4 116 000	1 884 000
Big figures	7,50	4	400 000	15	6 000 000	3 656 000	2 344 000
The sum	25,90		6 500 000		36 900 000	15 717 200	21 182 800

The marketing company will be conducted in two main areas: social networks and advertising through sponsors.

It is planned that 3 videos will be released from the festival with the participation of guest stars who will be launched on the Internet.

Television advertising will be carried out by the project sponsors, in turn, the festival will be attended by advertising sponsors.

The cost of removing one video is estimated at about \$ 55,000.

Advertising on the Internet will occur through the following resources: Facebook, YouTube, Yandex, Google, Instagram.

The cost of advertising on the Internet and social networks is estimated at \$ 1.753 million.

Total advertising costs are \$ 1.918 million.

The costs should be noted costs of personnel and organizational staff of the event. It is planned that the overall coordination and control will be carried out by the main organizational staff consisting of 50 people, the rest of the work will be carried out by a PR agency. The rest of the staff are actors and other employees. Total personnel costs will be \$ 485,000.

Table 6 – The staff costs

Staff	Number of people	Salary	Total
The main headquarters of the organizers	50	4500	225000
PR-agency	-	200000	200000
Actors	200	140	28000
Other	400	80	32000

Below are additional costs that are necessary for the organization of the festival.

The costs of prizes for winning graffiti and home decorations.

The cost of live broadcast of a football match on the Internet (cameras, commentators)

Additional costs for repairing costumes, sets and platforms.

It is planned that during the festival the rent of the Maracana Stadium will be provided by the city authorities free of charge.

Also below are additional income received from the organization of the festival.

Using the example of the samba festival, one can see that every year a part of people who do not belong to the dance schools also wish to take part in the procession and make contributions of \$ 600. The participation of outsiders from the reconstruction and in the parade is also provided. However, it is very difficult to predict the number of possible applicants, therefore additional calculations for income from contributions of third parties were not made.

Table 7 - Summary table

Incomes	The sum, \$	Costs	The sum, \$
Involved funds	3 000 000	The opening ceremony	1 400 000
Football match	6 159 680	Parade	3 804 000
Sale of souvenirs	21 182 800	Reconstruction	132 000
Sale of permits for the sale of products	135 000	Marketing	1 918 230
Workshops	76 440	Festival organization payment	485 000
Profit	22 814 690		

Thus, we have proposed a business project to create a large-scale festival in Brazil, which will be devoted to charity and which will be able to unite a large number of people from all over the world.

Literature:

1. Investment Attractiveness of the Russian Economy: Factors of Influence // *Bathory H.A., Plaksin V.A.*

УДК 316.772.4

Шарафутдинова В. Р. ,

студент 1 курса

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: lera.mustafina.00@bk.ru

Научный руководитель:

Кульбит Ю.С.,

канд. фил. наук, доцент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Краснодарский филиал)

г. Краснодар, Россия

e-mail: jul.kulbit2013@yandex.ru

Рекламный менеджмент: как реклама влияет на нашу жизнь?

Аннотация: В статье рассматриваются современные явления нашей жизни, такие как реклама, рекламный менеджмент. Проводится анализ влияния данных факторов на жизнь людей.

Ключевые слова: реклама, менеджмент, рекламный менеджмент, маркетинг, человек, информация, изображение, жизнь, влияние, культура, современный мир.

Sharafutdinova V.R.,

1 course student,

Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)

Krasnodar, Russia

e-mail: lera.mustafina.00@bk.ru

Scientific Adviser:

Kulbit Yu.S.,

Candidate of Science (Philosophy),

Associate Professor

Financial University under the Government of the Russian Federation (Krasnodar branch)

Krasnodar, Russia

e-mail: jul.kulbit2013@yandex.ru

Advertising management: how can the advertising affect our lives?

Abstract: The article considers the modern phenomena of our life such as advertising, advertising management. The analysis of the impact of these factors on people's lives.

Keywords: advertising, management, advertising management, marketing, human, information, picture, live, influence, culture, modern world.

Advertising is one of the most important marketing functions in the modern world, which is carried out by the absolute majority of market participants. Advertising is no longer an insertion into our culture, but rather a General and inescapable background. It is very important to study both advertising and advertising management, because advertising management is an integral element of the marketing management system.

Advertising is a dynamic, rapidly transforming sphere of human activity. The word "advertising" is of Latin origin and originally meant "to shout". Any advertising is basically a message transmitted through a particular channel of information. A message usually contains two elements—a picture or a text. In some cases, (radio advertising, sound advertising, etc.) — there is no picture, similarly, sometimes there is no text — for example, in TV advertising. Television gives such a bright visual range that the value of the text is reduced to zero or in any case recedes into the background.

Bright picture, vivid hues, eye-catching text, the bait for us. Advertising differs from the ordinary colours, bright picture, high volume level compared to the level of basic TV programs, etc. This simulates our behavior: a good mood is linked to

the purchase of goods, is inspired by the relationship of the advertised goods and life success. And there are still a lot of tools and methods, which are interesting to us. In advertising competition, some firms sometimes forget about common sense: ridiculous ads are created, and commercials become absolute nonsense.

Advertising can use anything to capture our attention: humor, nostalgia for childhood, aesthetic pleasure, any weaknesses of the person. Our life is oversaturated with advertising for a long time. Any surface can be used as an advertising medium: bills, tables in cafes, transport, cars with billboards. Advertising is everywhere! Modern advertising, therefore, should not just bring to us information about the product, the benefits that we get by purchasing this product. First and foremost, it needs to throw us in the eyes (ears), to catch, to hit, to stop itself on our attention. A brilliant work can produce a stunning effect, to shock, for example.

If an established way of acting, taboo or a familiar combination of thoughts and words is violated, it can make strong impression. But not always this causes positive emotions. If the traditional element that is flouted in this advertising is still deeply rooted in society, it is unlikely that such advertising will contribute to the growth of sales. That is why professionals can play on words, that is violated linguistic stereotypes and nothing more.

In modern society, advertising has gone beyond the information function in relation to the consumer. It has become one of the types of independent production activities, which employs a large number of people united in different functions, large and small groups. Advertising is business. In this regard, we can talk about the conditions of effective management of advertising activities, i.e. the role of management in the advertising business.

Advertising management can be considered as the management of the advertising process in its entirety, starting with the planning and development of advertising (advertising campaign) and ending with the report of the advertising message to the consumer.

Managers very often act as coordinators of the process of creation and distribution of advertising, as well they are responsible for the result of its impact on the consumer. The Manager's assessment is related to his ability to find the right specialists for the advertising service or advertising Agency, to support and stimulate their activities. So, the manager should have the personal and business qualities of the organizer, psychologist, sociologist, educator, team leader, colleague and work partner.

As a leader and organizer, he should be able to anticipate, avoid, and resolve misunderstandings and conflicts in the team in extreme situations. Taking into account the peculiarities of the creative process of work, the manager solves the difficult task of combining the team environment with strict requirements for quality, timing, purposefulness of the created advertising (advertising campaign). An important task of the advertising manager is to stimulate, ensure the growth of the stuff and, therefore, the competitiveness of the company.

In conclusion we would like to say that the advertising does not guarantee good results. It is important to note that advertising as a self-developing phenomenon has the greatest impact on the world in which it exists. Its influence on such spheres of cultural life as art, literature, theatre is obvious. It is possible to argue as far as this

influence is fruitful and useful to the person, but the fact of that is obvious. For example, it can be seen that under the influence of advertising, the rhythm and installation of television programs, and even theatrical performances, accelerated. Advertising also affects the education of aesthetic and ethical standards in the field of cultural and social relations of people. It seems that the new features and quality of advertising will arise in the future.

References:

1. Principles of advertising: A Textbook / Y. S. Bernadskaya, S. S. marochkina, L. F. Smotrova. Edited by L. M. Dmitrieva. - Moscow: Science, 2005. – 281 S. – ISBN 5-02-033965-2 (in the lane), UDC 659.1

Internet resources.

2. <http://culturolog.ru/content/view/34/8/>

3. <http://internet-advance.ru/osnovy-reklamy/reklamnyj-menedzhment-ponyatie-sushhnost-sostavlyayushhie-vidy-i-osnovnye-etapy-provedeniya-reklamnoj-kampanii/>

УДК 659

Эскиндарова Д.А., Рудковская А.С.
студенты 2 курса,

Финансовый университет при Правительстве РФ, Краснодарский филиал
г. Краснодар, Россия

d.eskindarova@yandex.ru
Alina.rudkovskaya.00@mail.ru

Научный руководитель:

Кульбит Ю.С.

доцент, к.э.н.

Финансовый университет при Правительстве РФ, Краснодарский филиал

e-mail: jul.kulbit2013@yandex.ru

Влияние бренда на успех на примере компании «Пандора»

Аннотация: В статье описано то, как появился бренд «Пандора», как он увеличивал клиентскую базу и расширял рынок. Также в статье инструменты маркетинга, при помощи которых бренд «Пандора» завоевал признание во всем мире.

Ключевые слова: концепция бренда, Пандора, рынок драгоценных украшений.

Eskindarova D.A., Rudkovskaya A.S.
students 2 course,

Financial University under the Government of the Russian Federation, Krasnodar branch
Krasnodar, Russia

d.eskindarova@yandex.ru
Alina.rudkovskaya.00@mail.ru

Scientific Adviser:

Kulbit J.S.

Doctor of Science (Filology), Docent

The impact of brand success on the example of the company "Pandora»

Abstract: The article describes how the brand «Pandora» appeared, how it increased the customer base and expanded the market. Also in the article marketing tools, with which the brand "Pandora" has won recognition around the world.

Keywords: brand marketing, «Pandora», the market of jewelry.

The purpose of the study is to show that if there is a certain advantage, the company can remain on the market and successfully implement its activities.

Increased competition leads firms to seek original and effective strategies for business development.

«Pandora» — is a brand that has gained much popularity in the consumer market and an experience that is worth exploring. The growth of wealth in the world leads firms selling as many goods and services as possible. It uses a significant arsenal of advertising media and public relations [1]. In the past ten years, the popularity of charms and bracelets in the jewelry world has significantly expanded the market, with a corresponding increasing in global brands such as «Pandora». «Pandora`s» jewelry is sold in 100 countries on six continents in more than 9,000 points of sale, including more than 2,000 concept stores. Nowadays, «Pandora» is one of the most successful jewelry brands in the world. The total revenue in 2015 was approximately 2.2 billion euros. In terms of sales, the company is second after brands as Bvlgari and Tiffani & Co. Pandora`s mission is to offer every woman a choice of modern, high-quality handcrafted jewelry at affordable prices. So what does a brand have to do with success and what can we learn from it? Let's start with the history of this company. Per Enivoldsen, was a young and talented danish jeweler, who loved two things - his work and traveling. Together with his wife, he liked to visit Thailand, and in one of these trips an interesting idea was born in the head of a young couple. In the same year, they opened a small shop – for about 30 square meters - in the center of Copenhagen. It began to send the brightest and most unusual jewelry which was bought from the tropical lands of Siam. Consumers of Denmark immediately appreciated the beauty of the jewelry, which was made of gold and silver, decorated with precious stones, crystals, leather and even wood. Demand gave rise to supply, and the small store began to grow very fast.

The using of strategic marketing ideas has justified itself [2]. By 1987, the Eniwoldsen`s hired the designer, who was fully focused on creating unique design jewelry and, after 2 years, launch their own production in Thailand. The fame of the brand, created by a jeweler, increased every month, first in Denmark, then in Scandinavia, and later in Europe. Despite the success, the Eniwoldsen`s did not leave the idea of creating something more unique, than just rings and earrings. They began an active searching for new and alternative ideas for the market [3].

It is impossible to attract lover of jewelry, it's very difficult to upgrade the assortment, because buying jewelry is quite expensive. Fashion trends in this area are not as important and receptive for customers as shoes or dresses.

Each original brand has its own regional history [4]. Such a disposition did not suit the creators of Pandora, fortunately, the company's designers created a fateful idea: the legendary bracelet with charms was born in 2000, instantly became the «Pandora's» business card and the object of desire of all trendsetters in the world. Now it is possible to create unique decorations of your own design by combining charm pendants, each of which symbolizes an important part of your life. Buying a bracelet with charm, a woman begins to continuously fill it with new charm pendants, returns to the store again and again. «Pandora» was able to attract clients, making them loyal once and for ever. In 2003, the company conquered the United States, then Germany and Australia. All of these countries were rapidly falling under the charm of «Pandora» bracelets. The next few years «Pandora» expanded its presence in the global market and increased its production, opened one factory in Thailand, which is the company's main jewelry factory, nowadays then opened a second factory in 2008, and the year 2010 was marked by the opening of the third and fourth factories. So «Pandora» proved the unique structure of large-scale production. Imagine for a second that the windows of the «Pandora» stores always had the same charms, of course women would not be rushing to buy them. However, the assortment of stores is replenished with a catastrophic frequency - for every new holiday, the company makes its customers happy with new products from limited collections - and fans of bracelets try to buy everything with interchangeable pendants. At the same time there is a constant replenishment of the main range. The unique image of each series is based on territorial and ethnic motives [5].

Pursuit of success. Many people want to get as close as possible to the so-called luxury life, to have of the best and most expensive goods. Therefore, «Pandora» sets itself the task of bringing luxury to the masses. However, «Pandora» was able to create the illusion that she success. The price became another tool in the hands of «Pandora's» marketers - most people think that the higher the price, the more unique is it. The company was able to establish exactly that price, which not only creates an impression about the quality and uniqueness of the product, but also allows it to be purchased — the price of «Pandora» jewelry exceeds the price of similar products, elevating the company over the rest of the jewelry brands.

Every woman has her own unique story - the so-called personal collection of the special moments she has experienced, which makes the woman herself. That is why, remembering these moments, consumers call them unforgettable. Just like the story of «Pandora», which is an example of effective marketing.

We all know that the brand "Pandora" had given rise to a huge number of fakes. The creators of these fakes often makes poor quality product and make much money. It is logical to assume that in this situation, the company "Pandora" had to bear huge losses. But we think that the main advantages of «Pandora», which helps to implement successfully its activities, are uniqueness and personalization. The creators of the brand offered something that no one had offered before, they made a break-

through. Also this jewelry is very private, because the consumer creates and collects he/she own decoration of the story of life.

In conclusion, we would like to say that in a global sense, the brand should improve the life of the consumer. Companies need to make a high quality product or provide a quality service and fulfill their promises. It is important to understand the needs of the consumers, to hear them, to respond to feedback. «Pandora» does it. Recognition and image were created over the years and now this brand is in people's hearts. If the company is known, — the product has a high cost. People want to pay more for a well known brand. The client pays attention to the price, but you can sell the goods more expensive if the company is successful and well known. And now no one will even be able to argue with the fact that «Pandora» created its image very skillfully and has advantages that help to promote its products despite of fakes

Литература:

1. Бельских И. Е. Институциональные основы рекламы и публичных отношений фирмы в современной экономике // Экономический анализ: теория и практика. 2013. № 36. — С. 16–24.

2. Евстратов А.В. Стратегический маркетинг. / А. В. Евстратов. — Волгоград: Волгоградский государственный технический университет, 2010. — 84 с.

3. Бельских И. Е. Инновации и альтернативы в современной экономике // Экономика: теория и практика. 2015. № 1 (37). С. 39–43.

4. Бельских И. Е. Региональные бренды: специфика развития в России // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 20. — С. 2–7.

5. Бельских И. Е. Многовариантный имидж территории на внутреннем и внешнем рынках глобального мира // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 29. С. 2–10.

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

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

**Материалы региональной
научно-практической конференции
студентов и молодых учёных
г. Краснодар, 24 мая 2019 г.**

Текстовое электронное издание

Минимальные системные требования:

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

ISBN 978-5-91221-414-1



**Издательство: Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго
России
350058, г. Краснодар, ул. Старокубанская 116а**