

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Краснодарский филиал

Научное электронное издание на диске

**ПРОБЛЕМЫ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ
НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Материалы региональной
научно-практической конференции
студентов и молодых ученых

г. Краснодар, 5 декабря 2014

Москва • 2015

УДК 338(08)(470+571)

ББК 65.050.1

П78

Редакционная коллегия:

Э.В. Соболев, кандидат экономических наук, доцент

С.И. Берлин, доктор экономических наук, профессор

И.А. Кунаковская, кандидат экономических наук, доцент

Л.Л. Игонина, доктор экономических наук, профессор

Е.Н. Калайдин, доктор физико-математических наук, профессор

М.Ф. Титоренко, доктор исторических наук, профессор

Х.А. Константириди, кандидат экономических наук, доцент

М.С. Дюдин, преподаватель

Проблемы функционирования и развития национальной экономики в современных условиях: материалы региональной научно-практической конференции студентов и молодых ученых (г. Краснодар, 5 декабря 2014 г.) / под общей редакцией Э.В. Соболева. – М.: Финансовый университет, 2015. – 402 с.

ISBN 978-5-7942-1281-5

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

УДК 338(08)(470+571)

ББК 65.050.1

ISBN 978-5-7942-1281-5

© Коллектив авторов, 2015

© Финуниверситет, 2015

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБНОВЛЕНИЕ РОССИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	10
Аванесова Р.Э. Экономический патриотизм и глобализация: проблемы и противоречия развития.....	10
Артюх В.И. Интеграция и кооперация аграрных предприятий в современных условиях	16
Аслибекян Т.Ю. Мониторинг рынка жилой недвижимости Краснодарского края.....	21
Баркалова И.В. Экономические методы рационального природопользования в Краснодарском крае.....	27
Бледнова М.И. Изменение структуры национального производства под влиянием санкций	33
Бойко С.А. Зарубежный опыт противодействия коррупции	38
Бучнев М.В. Экономические аспекты противодействия финансированию экстремизма.....	43
Василенко Г.А. Взаимодействие правоохранительных и налоговых органов при проведении проверок.....	47
Волкова М.В. Коалиционные программы лояльности в России.....	50

Глечян С.А. Совершенствование механизма управления земельными ресурсами	54
Гурьева Е.В. Рынок труда Краснодарского края: тенденции и перспективы развития	60
Конденков П.С. Курс национальной валюты как инструмент экономической политики государства.....	68
Коханов С.В. Инструменты повышения туристической привлекательности курортов Ставропольского края	74
Лысенко Д.И. Проблема рейдерских захватов предприятий агропромышленного комплекса	81
Миронова Ю.А. Стратегия предприятия по противодействию рейдерству	88
Николаева М.В. История развития дорожных фондов в России и Великобритании.....	95
Панченко Е.А. Состояние экономики России и способы ее развития	101
Поляков Ю.В. Отношения России и Китая в погоне за ресурсным потенциалом Арктики	104
Плясунова А.В. Формирование инновационной экономики как условие динамичного развития России.....	107
Токач А.И. Реализация национальной инновационной стратегии как необходимое условие обеспечения экономической безопасности России	112
Хачатрян Г.М. Проблемы и перспективы формирования Таможенного союза на постсоветском пространстве.....	117

Ченцов В.Н. Роль финансирования военно-промышленного комплекса в обеспечении национальной безопасности Российской Федерации.....	124
Чумак С.Н. К вопросу о категории «экономическая безопасность хозяйствующего субъекта»	128
Яхимович А.А. Влияние Украины на рынок труда Краснодарского края.....	132
Раздел 2	
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА И УЧЕТНО- АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ: МИРОВОЙ ОПЫТ И ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ПРАКТИКА	135
Бурда С.А. К вопросу об источниках финансирования расширенного воспроизводства основных фондов в АПК: синергический эффект и эмерджентность амортизационных отчислений.....	135
Губанова Е.Е. Анализ основных этапов и проблем перехода на программный принцип построения бюджета.....	139
Долгополова М.А. Налогообложение доходов физических лиц: мировой опыт и российская практика.....	144
Иванов А.В. Развитие национальной платежной системы ПРО100 как фактор повышения уровня национальной экономики.....	150
Кравцова А.А. Совершенствование методов управления в государственных органах в сфере управления экономикой.....	154
Немчинова Ю.В. Актуальность эффективного управления издержками банка на современном этапе	160

Новоселов А.П. Изменения и дальнейшие перспективы развития таможенных ставок после включения России в состав Всемирной торговой организации.....	163
Русин В.Ю. Первые последствия продовольственного эмбарго	167
Сапина Е.В. Налоговые аспекты развития особых экономических зон в Российской Федерации.....	171
Таран Д.В. Проблема влияния антироссийских санкций на реализацию проекта «Южный поток»	180
Трехглазова Д.А. Стресс-тестирование как один из методов оценки кредитного риска	183
Щетинина О.В. Перспективы развития налоговой системы России	187
Ушакова Ю.А. Взаимодействие страховых компаний и банков на российском финансовом рынке	196
Раздел 3	
УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС И ТЕХНОЛОГИИ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА.....	201
Бугаков М.Н. Политика венчурного финансирования IT-проектов на основе фонда.....	201
Вовк Г.В. Особенности финансовой стратегии российских корпораций .	209
Гольман Д.А. Использование фундаментального анализа при прогнозировании биржевой динамики.....	216
Котлова А.В. Факторная модель управления финансовой устойчивостью компаний отрасли торговли	221

Литвинова Ю.В. Особенности кредитования сельскохозяйственных предприятий	227
Саяпин Д.П. Эволюция понятия и видов реальных инвестиций	231
Цысь Д.А. Бюджетирование как основной инструмент финансового контроля в системе корпоративного управления	240
Черненко В.А. Факторы риска в управлении финансовыми потоками предприятия	246
Раздел 4	
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В ПРАКТИКЕ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	252
Бесклубная Д.Н. Проблемы и перспективы развития современного предпринимательства	252
Валько Е.В. Основные принципы удачного вирусного маркетинга.....	261
Вавилов Я.В. Самоопределение предпринимателя: прикладной аспект	265
Гетманова А.В. Бенчмаркинг как инновация в маркетинге.....	276
Забродин Р.В. Управление логистическими операциями в практике ритейлера	281
Забродина Г.М. Анализ объема продаж на примере студии мебели «Маленький мир»	288
Ермолаева А.А. Роль интернет-маркетинга в развитии российского бизнеса ..	291
Кальянова Р.С. Повышение эффективности управления предприятием	297

Липская Е.Н.	
Особенности мотивации персонала в период экономической стагнации	302
Мороз Е.В.	
Инновационная деятельность ОАО «Сатурн» как один из ключевых факторов конкурентоспособности предприятия ...	307
Нагучев М.М.	
Агрессивный маркетинг как форма конкуренции в сети Интернет	312
Пантелеева М.А.	
Проблемы применения инновационных подходов в сфере маркетинга	316
Прохода Л.Ф.	
Системы функционирования современного рынка труда	322
Синицына Т.Ю.	
Кооперативные связи сельскохозяйственных предприятий в условиях рыночной экономики	326
Титова А.Н.	
Развитие маркетинговой стратегии повышения конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг ..	330
Хмельницая Е.В.	
Развитие технологий логистического менеджмента	336
Червинская М.О.	
Мировой опыт внедрения системы менеджмента качества как основы для эффективного управления на предприятии ..	342
Чернова А.В., Сушкова Д.Ю.	
Лидерство и руководство через призму контент-анализа	348
Исмаилова В.И., Шевченко И.В.	
Роль маркетинга в деятельности предприятий ландшафтного дизайна: проблемы и перспективы роста	353
Раздел 5	
БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	357
Бакаева К.В., Сердюченко Е.И.	
Информационные системы в управлении персоналом	357

Белая А.А.	
Проблемы развития IT-аутсорсинга в России.....	366
Барышникова Д.А., Удалова К.А.	
Способы монетизации социальных сетей.....	371
Гетман А.Ю.	
Экономико-организационные меры защиты программного продукта от незаконного тиражирования и распространения ..	377
Налитова А.А.	
О проблемах информатизации образовательного процесса....	382
Павелко С.В.	
Информационная безопасность в экономике.....	387
Тонян Р.К.	
Тенденции развития российского рынка IT-услуг	392
Ткаченко А.	
Электронная торговля в России: тенденции, проблемы и перспективы развития	397

Раздел 1

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБНОВЛЕНИЕ РОССИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Р.Э. Аванесова

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
В.Р. Маркарян, к.э.н., доцент*

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПАТРИОТИЗМ И ГЛОБАЛИЗАЦИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПРОТИВОРЕЧИЯ РАЗВИТИЯ

Истоки слова «патриотизм» восходят к греческому – patria – земля отцов. В наше время патриотизм означает преданность и любовь к своему народу и Отечеству, готовность к жертвам и подвигам во имя интересов своей страны. В русский язык слово «патриотизм» перешло из французского или немецкого языка в значении «человек, преданный своему народу и любящий свою Родину». Время заимствования определяется по-разному. По одним источникам – XVI век. По другим – значительно позднее – у Петра I, во времена которого идея служения Отечеству, и прежде всего военного, была особенно сильна. Поэтому в самом начале патриотизм, как черта патриота, имел значение военного патриотизма.

У патриотизма нет недостатков в сторонниках, но есть и противники, которых никто никогда не воспринимал всерьез. Среди них есть и выдающиеся личности. Например, Лев Толстой, который писал, что патриотизм, в котором главное – это любовь именно к своей стране (то есть отделение себя от других государств и наро-

дов), является причиной непрекращающихся войн. В этом аспекте Лев Толстой выделял «хороший» и «плохой» патриотизм. В наше время такой эгопатриотизм называется национализмом.

Выделяют и экономический патриотизм. Под ним понимают стремление защитить национального производителя, предпочесть отечественные товары импортным. Проблематика экономического патриотизма полностью совпадает с проблематикой соотношения краткосрочных и долгосрочных последствий протекционизма как экономической политики.

В своей экономической ипостаси российские предприниматели – почти все патриоты и антиглобалисты. Об этом говорят результаты опроса руководителей крупнейших российских компаний, проведенного в рамках 10-го ежегодного опроса руководителей крупнейших компаний мира .

В отличие от своих зарубежных коллег, только 45% российских руководителей признают, что глобализация полезна как для развитых, так и для развивающихся рынков. В целом по миру этот показатель гораздо выше – в среднем 73%, а в США все 89%. При этом российские бизнесмены в гораздо большей степени, чем их коллеги из других стран, считают, что национальные правительства должны защищать стратегические секторы своей экономики от иностранного контроля. Примечательно, что с необходимостью такой защиты согласны большинство российских топ-менеджеров, а именно – 57%, против – 27% зарубежных.

Интересно, что при всем своем экономическом антиглобализме российские руководители крупнейших предприятий значительно меньше обеспокоены, чем их зарубежные коллеги, такими глобальными проблемами, как потепление и изменение климата, уменьшение запасов природных ресурсов. Объясняется это особенностями российской экономики. Корни патриотизма и антиглобализма в экономической деятельности владельцев крупнейших фирм нужно искать в стереотипах.

В России всегда существовало и муссировалось мнение об особенностях своей страны, ее культуры, традиций. СССР тоже подпитывал эту мысль. Все сегодняшние крупные бизнесмены выращены на этой почве. Они воспитаны на психологии, что нельзя выпускать из своих рук те области, от которых зависит не только ста-

бильность, но и целостность нашего государства. Они интуитивно опасаются, что российские природные богатства могут стать настоящим объектом вожделения.

Владимир Катенев, президент Петербургской торгово-промышленной палаты, считает совершенно закономерным желание бизнесменов закрыть определенные отрасли от прихода в них иностранных капиталов. «Если мы откроем рынки для прихода зарубежных мощных производителей товаров, которые делаем в нужном количестве сами, – мы просто убьем свою отрасль», – считает он. В свою очередь Мария Чернобровкина, исполнительный директор Американской торговой палаты в Петербурге, отмечает: «Наши предприниматели прекрасно понимают: российский рынок еще настолько не освоен, что куда-то идти сейчас совершенно не нужно. Можно сделать приличные деньги, работая в России, набраться опыта и потом уже пытаться выходить на международные рынки. И я бы не ассоциировала это с патриотизмом или антиглобализмом. И я бы опять же не связывала с антиглобализмом тот факт, что некоторые российские компании сейчас, возможно, опасаются прихода крупных зарубежных конкурентов на российский рынок в силу вполне объективных причин».

Анализируя историческое развитие английской экономики, российский мыслитель П.Б. Струве в 1935 г. обращает внимание на то, что установление английской свободной торговли было обусловлено интересами расширения рынка сбыта для английских промышленных товаров. Именно во имя завоевания внешних рынков Англия отказалась от протекционной системы. Страна не боялась конкуренции в сфере промышленности, так как была несомненным лидером в данной области. «А между тем ни в одной из соперничающих с Англией и на ее внутреннем рынке стран не установилась – вопреки ожиданиям и предсказаниям энтузиастов английского фритредерства! – свобода торговли. Свобода торговли в торгово-политическом смысле этого слова, т.е. свобода ввоза от нефискального, покровительственного обложения, так и осталась как система и как принцип особенностью экономической политики Англии и не была усвоена ни одним крупным государством, до британских доминионов включительно», – утверждал П.Б. Струве. «Абсолютная экономическая свобода, как все абсолютное, в реаль-

ных экономических условиях оказалась неосуществимой мечтой и обманчивым призраком. «Тысячелетнего царства» не принесла ни экономическая свобода вообще, ни свобода внешней торговли в частности. Тогда научная и практическая экономическая мысль сначала робко, а потом смело стала вносить в концепцию экономического либерализма серьезнейшие поправки и стала «реабилитировать» никогда на практике, впрочем, не исчезавшее государственное вмешательство, часто почти совершенно отрицавшееся «теорией свободного рынка», – считает мыслитель. Следуя ему, «...идея разумного вмешательства государства не просто в хозяйственную жизнь, а в социально-экономические отношения – в интересах разумной поддержки экономически слабых – есть важное приобретение первой половины XIX века».

«В настоящее время слово «социализм» в его обиходном употреблении утратило точный смысл, и, как указывал один французский мыслитель, социализм есть нечто «неопределимое», – писал П.Б. Струве. «Поскольку социализм означает просто государственное вмешательство в хозяйственную жизнь и социальные реформы, его сейчас никто вообще не отрицает», – полагает он. Таким образом, понятый социализм способен вращаться в капитализм. Иными словами, социализм может преуспеть внутри капитализма, при условии его наличия и при возможности удержать дозу социализма в пределах социальных реформ. «Но тогда социализм будет означать уже направление внутри «капиталистического» строя...», – указывает отечественный ученый.

Фактически у П.Б. Струве речь идет о государстве развития. Конечно, существуют его разные модели (теории Гамильтона, Листа, Гершенкрона, Кейнса, Райнерта и др.) В то же время можно выделить общие черты. Прежде всего, формирование государства развития предполагает экономический патриотизм, распространение ценности патриотизма на хозяйственную сферу. В сущности, вне влияния данного ценностного фактора создание такого государства немислимо.

Государство развития означает достижение экономического роста, изменяющего жизнь страны, через вмешательство, активизацию роли государства на рынке и в производстве. Оно подразумевает государственную политику ускоренного вырабаты-

ния индустрии, стимулирования сильной индустриальной экономики.

Государство развития соединено с индустриальным протекционизмом, взращиванием новых видов промышленности, инновационного производства, защитой и поддержкой инновационного предпринимательства на стадии формирования, с содействием отраслям, выделяющимся ярко выраженной тенденцией к технологической компетентности и перевооружению. Оно предполагает ограничение конкуренции, производящее индустриальную ренту, распределяющуюся между предпринимателями, рабочими и государством. Оно осуществляет расходы на инфраструктурное строительство, привлекающее инвесторов.

Его формирование связано и с творческим заимствованием технически передовых видов деятельности, привлечением иностранных специалистов, организацией системы образования и воспитания, нацеленной на усвоение и совершенствование инновационного технического знания.

Государство развития гарантирует инновационную среду, а также выстраивает производственно-технологические цепочки, осуществляет координацию промышленного роста, обеспечивает синергетическое взаимодействие между наукой и предприятиями.

Государство развития – это и своевременное свертывание некоторых элементов командно-бюрократического регулирования, поощрение перехода к более свободной игре рыночных сил при условии созревания мощных промышленных систем.

Очевидно, что государство развития немислимо без национальной элиты, разделяющей цели общественной жизни. Оно поддерживается духом творческого соревнования, экономическо-технологической «гонки», что невозможно без широкого утверждения патриотических ценностей.

В настоящее время в мире происходит кардинальное изменение баланса сил и привычной системы миропорядка. Развитие современных систем геополитики и геоэкономики находится под влиянием двух тенденций глобализации и регионализации.

США и Евросоюз по отношению к России проводят стратегию «сдерживания», подразумевающую недопущение политической и

экономической реинтеграции стран-союзников под эгидой новой России. Это наглядно проявилось в ходе расширения НАТО и ЕС на Восток и в реализации на постсоветском географическом пространстве европейской политики добрососедства. На современном этапе развития нашей страны главной задачей является создание инновационной экономики, для этого требуется формирование единого территориального рынка сбыта промышленной и интеллектуальной продукции.

В.И. Артюх

*Кубанский государственный
аграрный университет*

*Научный руководитель:
О.Ю. Франциско, к.э.н., доцент*

ИНТЕГРАЦИЯ И КООПЕРАЦИЯ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В XXI веке достижения формирования экономики, как в мировом сообществе, так и в РФ в значительной степени находятся в зависимости от того, в какой мере население Земли эффективно и широко применяет положительный опыт, накопленный предыдущими поколениями.

Как свидетельствует отечественный и зарубежный опыт, эффективное развитие агропромышленного комплекса в условиях глобализации и активного развития интеграционных процессов во многом зависит от использования преимуществ и особенностей кооперации и интеграции.

Переход аграрного сектора экономики страны на более высокую ступень развития подразумевает широкое применение эффективных моделей кооперации и интеграции сельских товаропроизводителей и компаний иных областей АПК.

Аграрные производители товаров, которые не связаны между собой кооперационными и интеграционными взаимоотношениями с перерабатывающими и торгово-сбытовыми фирмами, не смогут эффективно продавать собственную продукцию, они должны прибегать к помощи различных посредников.

Основная социально-экономическая цель аграрной кооперации и интеграции заключается в том, чтобы сформировать организационно-правовую систему защиты интересов аграрных товаропроизводителей в условиях рыночных взаимоотношений путем формирования самоуправляемых форм хозяйствования [1].

В современной литературе можно встретить несколько определений понятия «кооперация».

Кооперация – это модель организации труда, при которой достаточно большое количество людей вместе принимают участие

в одном или различных, но объединенных между собой процессах труда (кооперация труда).

Кооперация – это определенное добровольное объединение (либо совокупность объединений) людей (работников, служащих, мелких производителей, фермеров, собственников), создаваемое с целью достижения конкретных общих целей в разных сферах деятельности.

Различают простую кооперацию, предполагающую однородную работу (например, вылавливание рыбы, улучшение территории, постройка, торговля, сбор урожая), сложную, основанную на разделении труда, исполнении разных по качеству и сложности действий, позволяющую наиболее правильно применять ресурсы производства, рабочий период и квалификационные способности участников, увеличивая среднюю производительность труда [2].

Кооперативные объединения, как правило, основываются на паевом участии их членов, однако могут быть и иные варианты. Преимуществами аграрной кооперации являются:

- социальная направленность и близость к проблемам народа;
- уменьшение общественной напряженности в обществе, вызываемой деятельностью предпринимательских хозяйств;
- экономия индивидуальных издержек кооперирующихся производителей;
- удовлетворение экономических потребностей пайщиков;
- концентрирование сил в тех отраслях экономики, которые являются более отсталыми;
- защита членов кооператива от какого-либо внешнего вмешательства в их деятельность;
- увеличение производительности труда за счет квалификации работников;
- совпадение социальных целей государства и кооперативов [3].

В зависимости от целей формирования и сферы экономической работы кооперативные объединения разделяются на ряд следующих типов.

Кредитная кооперация – объединение небольших товаропроизводителей, работников, служащих в целях удовлетворения их нужд в небольшом кредите (производственном или потребительском).

Преимущества кредитной кооперации:

- высокий уровень экономической безопасности кредитного кооператива;
- невысокий процент по займам для пайщиков и наиболее устойчивый процент по сбережениям, так как кредитный кооператив осуществляет действия, не направленные на получение наибольших доходов;
- прибыль кредитного кооператива, которая распределяется между его членами для извлечения наибольшего блага;
- приемлемые условия, обеспечивающие займы;
- демократический стиль управления кредитным кооперативом.

Потребительская кооперация – объединение потребителей в целях коллективных покупок, изготовления потребительских товаров и дальнейшей реализации их своим членам и населению.

Снабженческая кооперация – тип кооперации, объединяющей небольших собственников, кустарей, ремесленников, работников и т.д. в целях обеспечения их нужд в средствах производства либо предметах потребления.

Сбытовая кооперация – объединение небольших товаропроизводителей в целях коллективной реализации, созданной ими продукции.

Промысловая кооперация – объединение небольших изготовлений (кустарей и ремесленников) в целях совместного изготовления продуктов и оказания услуг.

Сельскохозяйственная кооперация – объединение аграрных товаропроизводителей в целях совместного изготовления продукта и реализации иных типов работы по обеспечению экономических потребностей своих хозяйств (переработка, реализация продукта, обеспечение средствами производства и т.д.).

Межхозяйственная кооперация – объединение усилий компаний в целях более обширного применения достижений НТП, более рационального использования факторов производства (земли, трудовых ресурсов, материально-технических средств и т.д.) [4].

Сельскохозяйственная кооперация в агропромышленном комплексе Российской Федерации осуществляется в двух направлениях: горизонтальная кооперация и вертикальная кооперация на базе вертикальной интеграции.

При горизонтальной интеграции объединяется одинаковый конкретный труд, например, по производству зерна, молока или овощей.

При кооперации участников на базе вертикальной интеграции происходит объединение производства сельхозпродукции, ее обработка, хранение и реализация. Кооперация при этом решает вопросы согласования темпов и соотношений формирования, связанных между собой областей хозяйственной системы; оптимизации производственных зон, которые перерабатывают сырье сельскохозяйственных предприятий; роста управляемости связанных производств и извлечения интегрированного результата, который никак не может быть достигнут при разрозненном управлении субъектами хозяйствования. Например, производство зерна пшеницы аграрным предприятием, его помол на мельнице, организация хранения и реализация полученной муки специализированными торговыми предприятиями конечным потребителям осуществляется в рамках единой интегрированной структуры.

В условиях рыночных взаимоотношений, многообразия форм собственности и форм хозяйствования всевозможные виды сельскохозяйственной кооперации и агропромышленной интеграции должны приобрести приоритетное развитие. Увеличение производительности аграрного производства должно обеспечиваться на базе образования агропромышленных формирований разных организационно-правовых форм, объединяющих аграрные, перерабатывающие, обслуживающие, торговые компании, банковские, страховые и иные структуры.

Данные агропромышленные структуры должны содействовать интенсивному развитию производства, утверждению эквивалентности обмена на внутриотраслевом и межотраслевом уровнях, увеличению конкурентоспособности и производительности, формированию условий для экономической стабилизации компаний [5].

Под влиянием кооперативно-интеграционных действий изменяется содержание составляющих АПК. В отсутствие кооперации и интеграции субъекты хозяйствования в сельском хозяйстве, перерабатывающей промышленности и обслуживании действуют отдельно, а в результате использования кооперации и интеграции образуются структуры, сориентированные на получение общих

итогах. Последующее осуществление кооперативно-интеграционных операций в АПК даст возможность реорганизовать его в новейшую структуру, представленную в большей степени интегрированными агропромышленными структурами, занимающимися производством сельскохозяйственного сырья, его переработкой и реализацией, и, кроме того, организациями, занятыми научно-техническим обслуживанием. В данном случае любые компании комплекса будут заинтересованы не в промежуточных, а в окончательных итогах производства, что позитивно отразится на экономической производительности абсолютно всех звеньев АПК.

Список использованных источников:

1. Кооперация и агропромышленная интеграция в АПК / Г.А. Петранева, Ю.И. Агибров, Р.Г. Ахметов и др.; под ред. Г.А. Петраневой. – М.: Колос С, 2011.

2. Франциско О.Ю. Кооперативные связи сельскохозяйственных и перерабатывающих отраслей предприятий: параметризация, моделирование и оптимизация // Инновационные исследования и разработки для научного обеспечения производства и хранения экологически безопасной сельскохозяйственной и пищевой продукции: материалы Всероссийской научно-практической конференции (3 июня – 8 июля 2013 г. г. Краснодар). – Краснодар: ФГБНУ ВНИИТТИ, 2013. С. 193–196.

3. Франциско О.Ю. Моделирование экономических параметров и прогнозных сценариев развития перерабатывающих производств сельскохозяйственных предприятий: монография. – Краснодар: КГУФКСТ, 2008.

4. Молчан А.С. Приоритеты социально-экономического развития Российской Федерации как рамочные условия региональной структурной политики // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2011. № 3. С. 51–57.

5. Управление капитализацией инвестиционных ресурсов воспроизводственного потенциала региональных экономических систем: монография / А.С. Молчан, О.Ю. Франциско и др. – Краснодар: Гранат, 2011.

Т.Ю. Аслибемян

*Российский государственный
университет правосудия
(Северо-Кавказский филиал)*

*Научный руководитель:
М.Л. Шер, к.э.н., доцент*

МОНИТОРИНГ РЫНКА ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Как показывает практика, вложения в объекты недвижимого имущества традиционно представляются эффективным (в средне- и долгосрочном временных периодах) инвестиционным вложением: недвижимость (таков и мировой, и федеральный, и региональный тренд) не дешевет.

Сезонные колебания рынка недвижимости в Краснодарском крае напрямую зависят от активности рынка в разные месяцы года. Так как летом в Краснодарском крае начинается курортный сезон, т.е. ожидается поток большого количества туристов, то спрос на недвижимость начинает расти вместе с ценой уже в мае и продолжается такая тенденция в течение всего летнего сезона. Осенью также наблюдается большой спрос на недвижимость. Покупателями становятся в основном местное население, заключается большое количество сделок. Это связано с расширением предложения и, как следствие, ростом цен, с увеличением прибыли у населения после летнего сезона в некоторых районах края, с желанием завершить все сделки к новому году. Зимой на рынке недвижимости наблюдается снижение спроса, цены остаются прежними (даже могут снижаться) либо рынок «уходит в спячку», а в конце февраля начинает снова расти спрос на жилье. Весной количество сделок увеличивается, растет предложение, рынок вновь активизируется.

Осуществляя некоторый общий анализ динамики цен и продаж жилых объектов недвижимости в Краснодарском крае, нами были взяты для сравнения 2008–2011–2013 гг.

В начале 2008 г. происходил рост цен на вторичном рынке, а в мае 2008 г. рынок стал «останавливаться». Значительно уменьши-

лись объемы сделок, что привело к стагнации. Впервые за многие годы цены на недвижимость на вторичном рынке стремились к понижению.

Жилую недвижимость можно разделить на следующие категории: вторичное жилье и новостройки. Кризис значительно оказал влияние на структуру спроса на первичном рынке Краснодара. Если раньше доля инвестиционных сделок составляла около 32,4%, то на конец 2008 г. она близилась к нулю. Вызвано это уменьшением стоимости жилья на первичном рынке и, как следствие, уходом потребителей, инвестировавших средства для получения прибыли.

В 2008 г. отмечался некоторый (относительно предыдущего периода более медленный) тренд увеличения стоимости квадратного метра в жилом фонде. Де-факто в четвертом квартале 2008 г. цены даже перестали увеличиваться, рынок замер, «парализованный» событиями мирового финансового кризиса. До начала мирового экономического кризиса цена квартир, например в Краснодаре, ежемесячно возрастала, и это было обусловлено не спросом и предложением, а деятельностью (целенаправленной и последовательной) риэлтерских и строительных фирм.

Цена новостроек осенью 2008 г. и вовсе стала несколько снижаться: это был исключительный за три предыдущих года тренд рынка новостроек и второстепенного жилья Краснодара. В 2008 г. некоторые субъекты хозяйствования, осуществлявшие строительство за счет привлеченных кредитных ресурсов, были вынуждены, распродав остатки недвижимости, прекратить свою деятельность. В дальнейшем (до конца 2008 – начала 2009 г.) тренд снижения цен у многих девелоперов Кубани оставался актуальным, при этом существенно утрачивали свои позиции де-факто все потребительские сегменты: во-первых, «старый фонд» в виде хрущевок, во-вторых, сегмент элитного жилья, располагающегося в наиболее элитных районах городов Краснодарского края, и, наконец, в-третьих, вновь построенные квартиры в панельных домах. Вместе с тем в названном последнем сегменте имевшая место динамика была наименее выражена, хотя изначально квартиры в панельных домах больше всего пользовались спросом у потенциальных покупателей. Что касается цен на недвижимость в Краснодаре, то летом 2008 г. (впервые за год) был отмечен некоторый их незначительный рост. Фактором роста

главным образом явилось подорожание материалов, а также дефицит квартир в панельных домах, поскольку некоторая часть строительных проектов, стартовавших в предыдущие два года, были закончены строителями до наступления середины 2008 г. В рассматриваемый период времени ценовой показатель не был стабилен: рост имел место только на недвижимость в Сочи. Причиной нестабильности послужили, во-первых, продолжавшаяся лихорадка рынка, порожденная динамикой расширявшегося мирового финансового кризиса, а также необходимость возврата крупными субъектами хозяйствования корпоративных кредитов.

Такая ситуация на рынке недвижимости длилась с 2008 по 2010 г., ровно столько, сколько действовал мировой финансовый кризис в России.

С октября 2010 г., благодаря успешно реализованной антикризисной государственной программе, удалось смягчить последствия спада экономики для граждан и бизнеса и сравнительно быстро вернуться на путь роста.

Уже с 2011 г. происходит увеличение темпов строительства и ввода в эксплуатацию нового жилья, начинается так называемый «строительный бум», продолжающийся до настоящего времени. Динамика жилой недвижимости в 2006–2011 гг. по городу Краснодару приведена на рисунке 1.

По итогам 2012 г. Краснодарский край занимает второе место по объему ввода жилья, уступая лишь Московской области. За год было сдано 4,3 млн кв. м, что на 16,8% превысило показатели 2011 г. и превзошло докризисный уровень.

Цены на региональную недвижимость последовательно увеличивались, достигнув максимума в 2013 г. Это было связано, прежде всего, с проведением Олимпиады-2014 в Сочи.

Мы провели мониторинг цен на недвижимость и можем сделать вывод, что изменение цены в Краснодаре с начала 2014 г. на квартиры вторичного рынка составило +8,8%, а на новостройки +12,84%, цены на дома выросли на 3,99%, +9,26% составило увеличение цены на земельные участки, +3,78% на гаражи, значительный рост цен произошел на торговые площади +31,45%, и только цены на офис снизились относительно прошлого года примерно на 1,5%.

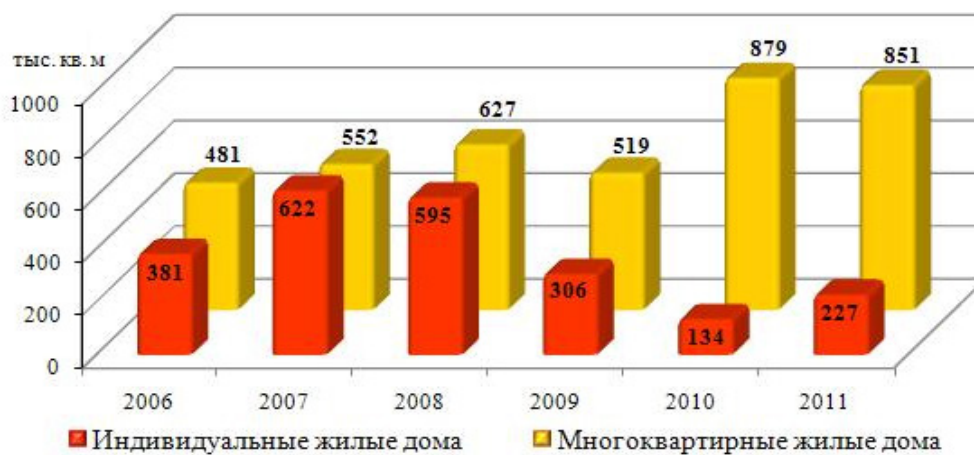


Рисунок 1 – Динамика количества вводимых жилых домов в 2006–2011 гг. в г. Краснодаре

На данный момент в Краснодарском крае продолжает увеличиваться количество вводимого жилья, и пока рынок будет справляться, эта тенденция сохранится. Но специалисты утверждают, что рынок недвижимости стремится к насыщению, уже замечаются признаки профицита, которые изначально прогнозировались только на 2016 г. В настоящее время какой-либо прогноз о стоимости недвижимости делать достаточно сложно, но то, что рынок жилья в Краснодаре не является дефицитным, понятно даже непрофессионалам.

Краснодарский край последние годы является лидером среди регионов России по инвестиционной привлекательности. Экономика региона базируется на природно-ресурсных, демографических и инфраструктурных факторах развития.

Конкурентные преимущества Краснодарского края в общенациональном масштабе неоспоримы и во многом предопределяются состоянием и эффективностью использования его уникального природно-ресурсного потенциала. Это говорит о необходимости особого учета экологической детерминанты. Сохранение природных систем региона и поддержание стандартов качества окружающей среды являются основополагающими в создании благоприятных условий жизни населения Краснодарского края и имеют важное значение для экономической безопасности страны в целом.

Возведение огромного количества недвижимости в регионе оказывает значительное влияние на экологию и создает огром-

ные риски как для социально-экономической ситуации, так и для здоровья населения.

В управленческой деятельности регион имеет в целом удовлетворительную ситуацию: руководство постоянно работает над определением новых путей и решений, разработкой стратегии развития региона. В финансовой сфере – недостаток денежных ресурсов для реализации программ по улучшению и сохранению земельного фонда в регионе.

Подводя итог, можно сказать, что рынок недвижимости в Краснодарском крае в период с 2008 по 2013 гг. претерпевал сильные колебания: это и влияние мирового финансового кризиса, длившегося с 2008 по 2010 год, когда рынок практически замер и цены на недвижимость падали; это и «строительный бум», порожденный выходом из кризиса, начавшийся с 2011 г. и приведший к перенасыщению рынка. Значительно возросли цены на жилье, увеличилось число предложений. Очевидный рост вложений средств прослеживался в курортных городах края, в частности в Сочи, это объясняется подготовкой к проведению Олимпиады–2014. У кубанского «строительного бума» много причин – экономическая привлекательность, хорошие условия для строительного бизнеса, развитие ипотечного кредитования. Да и спрос на жилье в солнечном Краснодарском крае остается достаточно высоким не только среди местного населения, но и среди жителей большинства регионов России.

Как показывают все аналитические обзоры, несмотря на рост цен, процесс застройки необратим. В нашем регионе все меньше остается нетронутых стройкой земель и растительности. Однако следует отметить, что возможно минимизировать убытки, наносимые природным ресурсам. Для этого необходимо вести обязательный учет принимаемых решений; государству, муниципалитетам отслеживать, выявлять и пресекать нарушения в градостроительстве; в крупных строительных организациях иметь в штате квалифицированного эколога; вовремя осуществлять природоохранные мероприятия. При проектировании строительных объектов необходимо учитывать, как именно отразится на окружающей среде не только появление здания, но и его функционирование и возможная ликвидация. Нельзя забывать о неразрывной связи между человеком и окружающей средой.

Список использованных источников:

1. *Проценко О.* Рынок ценных бумаг. Рынок недвижимости Краснодар: что изменилось? – М., 2009.
2. *Дудник Д.В.* Оценка эколого-экономического риска в процессе рационального природопользования при осуществлении эколого-экономического управления земельными ресурсами региона (по материалам Краснодарского края) // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2012. № 5.
3. URL: <http://novostivl.ru/publications/index.php?articleid=10226>
4. URL: <http://realty.dmir.ru>
5. URL: <http://novostivl.ru/publications/index.php?articleid=10226>
6. URL: <http://www.bn.ru/krasnodarskii-krai>
7. URL: <http://www.rosrealt.ru/Krasnodar/cena>

И.В. Баркалова

*Российский государственный
университет правосудия
(Северо – Кавказский филиал)*

*Научный руководитель:
М.Л. Шер, к.э.н., доцент*

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ РАЦИОНАЛЬНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Проблемы экологической безопасности окружающей среды и рационального использования природных ресурсов с каждым годом становится все актуальнее, так как люди безответственно относятся к недрам и окружающей природной среде, преследуя экономические выгоды.

Для наиболее эффективного сохранения и рационального использования природы и естественных ресурсов существует огромное количество различных способов и механизмов, не последнее место занимают экономические методы и механизмы регулирования и воздействия.

Экономический механизм рационального природопользования рассматривают в широком и узком смыслах. В одном случае он означает систему организационно-экономических мер, которые касаются природопользования и связаны с охраной окружающей среды, что означает взаимосвязь организационно-административных и экономических мер. В ином случае экономический механизм представляет собой только конкретные экономические меры, без административного воздействия [4].

В нашей стране данный механизм, побуждающий к охране окружающей среды и рациональному природопользованию, еще не сформировался окончательно и проходит стадии становления. Он включает в себя поощрительные и принудительные элементы регулирования. Законодательную базу данного механизма составляет Федеральный закон РФ от 10.01.2002 г. № 7-ФЗ (ред. от 12.03.2014 г.) «Об охране окружающей среды». В нем учтены экономические механизмы, стимулирующие охрану природной среды, формирование

малоотходных и экологически безопасных технологий. К примеру, сейчас в России активно используется такой способ побуждения к рациональному природопользованию, как плата за негативное воздействие на окружающую среду. Расчет подобных платежей должен производиться организацией самостоятельно, учитывая объемы загрязнения, связанные с ее деятельностью. В настоящее время согласно постановлению Правительства РФ от 13.09.2010 г. № 717 и приказу Росприроднадзора от 20.10.2010 г. № 311 полномочиями распорядителя средств федерального бюджета по плате за негативное воздействие на окружающую среду наделены лишь территориальные Управления Федеральной службы по надзору в сфере природопользования (Росприроднадзор). Эта мера, во-первых, призвана стимулировать предприятия к уменьшению уровня негативного воздействия и, во-вторых, плата является источником следующего аккумулирования денежных средств, используемых для ликвидации отрицательных экологических последствий производства. Система подобных платежей существует и в других странах, таких как Франция, Япония, Нидерланды, Великобритания, Германия [5].

Достаточно популярным видом экономического стимулирования являются также штрафы за нарушение природоохранного законодательства, которые считаются общепризнанным принципом, и их плата происходит в соответствии с местными условиями на основе значительного числа ставок. Величина штрафов исчисляется в зависимости от уровня загрязнения по сравнению с установленными стандартами. В частности, в Нидерландах именно объем сбрасываемых загрязняющих веществ служит основой для определения размера штрафа. Налоговые меры считаются одним из самых действенных способов снижения отрицательного действия на окружающую среду. Применяя данный вид стимулирования, власти достигли уменьшения объемов сборов промышленных сточных вод на городские очистные сооружения с организаций, которые пользовались этими сооружениями. Система возврата залогов на отдельные виды товаров также является действенным средством, обеспечивающим повторное их использование. К сожалению, данный вид экономического стимулирования в нашей стране не распространен [3].

Важным методом экономического управления и стимулирования в сфере охраны и рационального использования природных ре-

сурсов в Российской Федерации является экономическое стимулирование рационального природопользования [1].

Рассматривая зарубежный опыт экономических методов рационального природопользования, хочется отметить систему, применяемую в Финляндии. В этой стране используют такие меры, как сборы, связанные со сбросом сточных вод в коммунальные системы водоотведения, мероприятия по охране вод и ликвидации отходов, по борьбе с разливами нефти, а также специальные налоги, которыми облагаются напитки в таре одноразового пользования. В стоимость покупки вещи включены сборы за ее утилизацию. Органы власти Финляндии обладают огромными правами по предоставлению различных льгот в налогообложении при приобретении природоохранного оборудования для оснащения предприятий [3].

По нашему мнению, одним из важных инструментов экономического воздействия является страхование экологических рисков, которое связано с необходимостью полного возмещения ущерба, причиненного окружающей среде. Такое страхование, нередко осуществляемое через систему страховых пулов, дает возможность обеспечить накопление нужных средств и, при необходимости, их перераспределение. Но данный метод воздействия, к сожалению, в нашей стране не имеет практического применения.

Проанализировав статистику, мы пришли к выводу, что основу экономического механизма управления природопользованием в России составляют платежи за пользование природными ресурсами и экологические платежи и экономические санкции за экологическое правонарушение.

2013 год отмечен очень важными событиями, имеющими отношение к природопользованию и охране окружающей среды Краснодарского края. Указом Президента Российской Федерации 2013 г. объявлен Годом охраны окружающей среды. На IV Всероссийском съезде по охране окружающей среды подводились его итоги. В работе съезда принимали участие и делегаты Краснодарского края. С учетом «зеленых» стандартов завершилось строительство олимпийских объектов XXII Олимпийских зимних игр в Сочи.

Мы постарались затронуть некоторые моменты достаточно серьезной проблемы рационального природопользования, охраны

окружающей среды и внедрения экономических рычагов его стимулирования на примере Краснодарского края.

Основу экономического механизма природопользования в Краснодарском крае составляют платежи и финансирование природоохранных мероприятий, что, безусловно, свидетельствует о том, что данный механизм в нашем крае развит недостаточно.

Исчисление и взимание платежей за негативное воздействие на окружающую среду осуществляется на основании Федерального закона от 10.01.2002 г. № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды», постановления Правительства Российской Федерации от 28.08.1992 г. № 632 «Об утверждении Порядка определения платы и ее предельных размеров за загрязнение окружающей природной среды, размещение отходов, другие виды вредного воздействия» и рядом других федеральных законов.

Анализируя плату за негативное воздействие на окружающую среду в 2013 г., можно сделать следующие выводы.

Общая сумма поступлений денежных средств в консолидированный бюджет бюджетной системы Российской Федерации за 2013 г. по плате за негативное воздействие на окружающую среду составила 944 млн 819 тыс. руб., в федеральный бюджет – 188 млн 149 тыс. руб., в бюджеты муниципальных районов, городских округов и субъекта РФ – 755 млн 856 тыс. руб. [2].

Соотношение поступивших в бюджет муниципальных образований денежных средств, полученных в рамках платы за негативное воздействие на окружающую среду, к общей площади района представлено на рисунке 1.

Выполняя анализ динамики поступления платы за негативное воздействие на окружающую среду в консолидированный бюджет края за 10 лет (2003–2013 гг.), можно отметить рост (рисунок 2), что свидетельствует о повышении уровня вредных выбросов предприятий, учреждений, организаций, осуществляющих деятельность, которая негативно воздействует на окружающую среду и связана с природопользованием. Также рост данного показателя говорит нам об увеличении количества подобного рода предприятий.

Информация о перечисленных доходах в консолидированный бюджет края (по городам и районам) каждый месяц в электронном виде направляется непосредственно в Министерство природ-

ных ресурсов Краснодарского края, органы местного самоуправления муниципальных образований и органы прокуратуры Краснодарского края для принятия мер по сбору платы за негативное воздействие на окружающую среду в установленном законодательством Российской Федерации порядке. Сведения о процедуре оплаты за негативное воздействие на окружающую среду, а также сроки внесения платы, порядок предоставления отчетности доводятся до плательщиков через различные средства массовой информации и размещаются в правовых базах, таких как Гарант и Консультант Плюс, что, безусловно, свидетельствует о прогрессивной направленности этого экономического механизма.

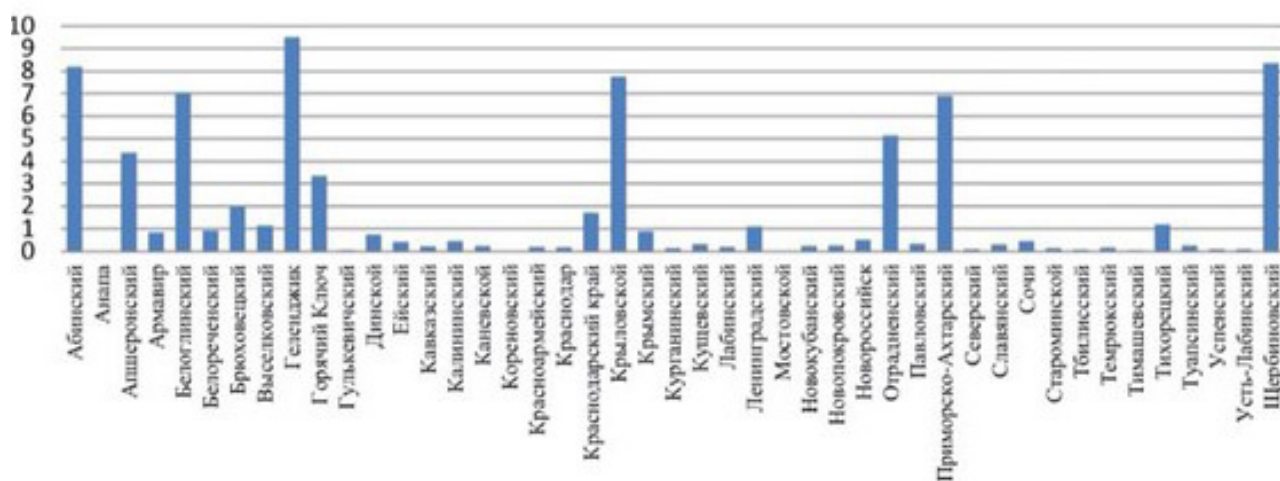


Рисунок 1 – Индикатор платы за НВОС муниципальных образований Краснодарского края, (руб./га) [2]

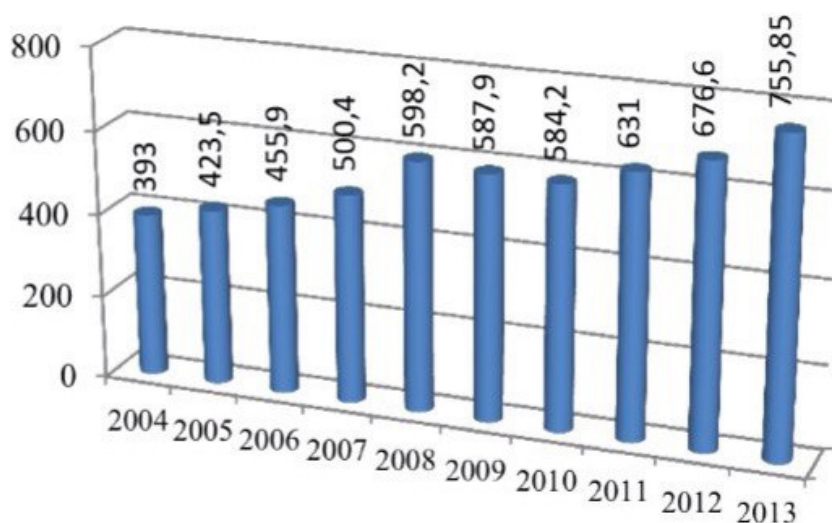


Рисунок 2 – Динамика поступления платы за негативное воздействие на окружающую среду в консолидированный бюджет края [2]

Подводя итог своей работы, мы можем сделать вывод, что для достижения цели по обеспечению рационального природопользования в Краснодарском крае нужно применять экономические методы, которые включают в себя планирование, экономическое стимулирование и хозяйственные расчеты. Они могут оказывать влияние через применение кредитования, материальных санкций и поощрений, ценообразования, финансирования и т.д. Экономические методы рационального природопользования развиты недостаточно и представлены лишь платежами за негативное воздействие на окружающую среду и финансированием природоохранных мероприятий. Для того чтобы решить проблему рационального природопользования, нужно четко определить экономическую политику, которая будет регулироваться и административными мерами. Также необходимо разумно, творчески применять успешный зарубежный опыт экономических механизмов рационального природопользования. Только совместными усилиями государства и граждан мы можем сохранить природу нашей страны и края, а также привлечь внимание к экологической безопасности окружающей среды и рациональному использованию природных ресурсов.

Список использованных источников:

1. *Дудник Д.В.* Экономическое стимулирование охраны окружающей среды как инструмент экономического управления земельными ресурсами Российской Федерации // Теория и практика общественного развития. 2011. № 2.
2. Доклад «О состоянии природопользования и об охране окружающей среды Краснодарского края в 2013 году». URL: <http://www.dprgek.ru>
3. *Лачина О.А.*, Зарубежный опыт управления в области природопользования и охраны окружающей среды. URL: <http://sisupr.mrsu.ru>
4. *Разумова Е.Р.*, Экология Экономические принципы рационального природопользования и охраны окружающей среды. URL: <http://yourlib.net>
5. <http://www.airsoft-bit.ru>

М.И. Бледнова

Краснодарский университет МВД России

Научный руководитель:

А.И. Ладыга, к.э.н.

ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ НАЦИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА ПОД ВЛИЯНИЕМ САНКЦИЙ

Представленная вашему вниманию статья посвящена проблемам структуры российского производства и их возможным решениям. Данная проблема стала наиболее актуальна в последнее время. Экономические санкции, примененные Европой и США против России, обострили основную проблему структуры производства, сделав ее наиболее значимой для всей экономики страны. Национальное производство, как не раз подчеркивали политические лидеры и современные российские экономисты, требует больших преобразований, а из-за потери внешних экономических связей эти перемены должны произойти в самое ближайшее время. Поэтому анализ данной сферы очень важен для российской экономики, а предлагаемые пути решения, как мы надеемся, могут получить практическое применение.

Национальное производство страны представляет собой исторически сложившуюся систему национального и общественного воспроизводства. В изучении ее функционирования мы видим как тесно взаимосвязаны между собой различные отрасли экономики, например, такие как сельское хозяйство, промышленность, строительство и т.д. В них отражены все виды и формы общественного труда, сложившиеся под воздействием научно-технического прогресса. Итак, структура производства национальной экономики – это система исторически сложившихся и устойчивых взаимосвязей между различными организациями национальной экономики, способных к воспроизводству и изменению. Поэтому структурный анализ национальной экономики может более точно показать сложившуюся картину экономического состояния страны с учетом структурных проблем и перспектив развития различных отраслей. Раскрыть протекающие в национальной экономике процессы, дать их оценку с уче-

том будущих экономических перспектив и, исходя из этого, сформировать более эффективную экономическую политику.

Производственная структура определенной национальной экономики формируется в течение ее исторического развития. Формирование структуры национальной экономики, а также ее специфика находятся под влиянием множества факторов, а именно: географических, политических, культурных и т.д. В последнее время наибольшее влияние на структуру национальной экономики оказывают научно-технические разработки (НИОКР). В нашей стране их применение и особое влияние отражалось еще на экономике СССР, а с переходом к рыночной экономической системе в связи с новыми возможностями предпринимателей и рыночной конкуренцией произошла капитальная смена средств производства. Несмотря на это, многие сферы производства выпали из оборота. Стала прослеживаться тенденция производства не готового продукта, а лишь сырья для производства. То есть основная проблема производственной структуры национальной экономики – это производство продукции в неполном цикле. И хотя многие современные экономисты ругают экономику СССР, хочется заметить, что именно в то время структура производства имела полный цикл производства продукции и могла обеспечить страну готовым товаром. Это особенно касается таких отраслей, как деревообработка, машиностроение, фармацевтическая промышленность, некоторые сферы агропромышленного комплекса с высоким процентом импорта и др.

Данная тема поднималась и ранее на высшем уровне. Экономический анализ показал, что производить готовую продукцию в РФ дорого из-за высоких налогов, недостатка технологий, дорогих энергоносителей, а также коррупционной составляющей.

В настоящее время санкции, введенные Евросоюзом и США против России, усилили негативное влияние проблем национального воспроизводства на экономику страны. Поэтому экономическая независимость и стабильность стали ведущими перспективами развития страны. Во многих экономических статьях известных зарубежных СМИ, например, таких как «*Moody's Investors Service*», «*The New York Times*», «*Guardian*», «*Die Welt*» пишут, что российской экономике не добиться положительных результатов, и в связи с этим неизбежен экономический кризис. Конечно, нельзя не считаться с мнени-

ем зарубежных экспертов, но в сложившейся ситуации это мнение противостоящей стороны.

Сейчас экономические проблемы в нашей стране решаются на самом высоком уровне. Российские экономисты ищут всевозможные пути для стабилизации экономики. Одним из них может стать именно процесс улучшения производственной структуры страны. При грамотном выборе программы решить вышеуказанные проблемы возможно (ведь опыт производства полного цикла был еще в СССР), но в изменившейся экономической системе многие процессы придется изменить. Россия обладает большим научным капиталом – это ученые и инженеры, интеллектуальный ресурс которых сможет усовершенствовать технологии производства. К тому же производство продукции даст новые вакансии и поможет в борьбе с безработицей, так как оно требует гораздо больше трудовых ресурсов, а снижение занятости населения на предприятиях сферы импорта будет компенсировано. Поэтому программа по развитию структуры производства может иметь выгодные долгосрочные перспективы для социального развития государства.

Конечно, неизвестен период, в течение которого будут действовать введенные экономические санкции, а также срок, когда импортные товары в прежнем количестве снова станут поступать в страну. Такая неопределенность может испугать начинающих предпринимателей. Но если посмотреть с другой стороны, то при производстве качественного товара и соответствующей государственной поддержке конкурентоспособность отечественных производителей намного возрастает, что будет способствовать установлению господствующих позиций на рынке и иметь долгосрочные преимущества развития экономики.

Основой конкурентоспособности является модернизация производства и формирование кластеров. Под кластером конкурентоспособности в экономической науке понимается географически близкие, взаимосвязанные и взаимодополняющие группы компаний, способствующие повышению конкурентоспособности как составляющих кластер отдельных компаний, так и кластера в целом. В России развитие кластеров применяется по большей части в металлургии, но мы считаем, что и другие сферы производства для развития производственной структуры нуждаются в данном при-

менении, так как подобная мировая практика имеет положительный опыт.

Выдающимся примером существования кластеров в России является производство Гусь-Хрустального района. Здесь сосредоточено стекольное производство, которое имеет тесные технологические и ассортиментные связи. Особенностью этого кластера является взаимосвязанная цепочка воспроизводства, начинающаяся добычей сырья и заканчивающаяся выпуском готовой продукции. Этот пример характеризует предложенное нами воспроизводство для других сфер. Продукция, выпускаемая заводами из Гусь-Хрустального заслуженно славится своим качеством и пользуется большим спросом. И мы надеемся, что другие развитые сферы будут иметь такой же спрос на рынке товаров. Российская Федерация имеет большие запасы сырья, поэтому, чтобы наладить полный цикл производства, несомненно, нужны инвестиционные вложения, государственная поддержка и направленная грамотная работа в данном направлении.

Наша страна обладает уникальным сочетанием различных природных ресурсов, за которые борются во всем мире, а также уникальных трудовых ресурсов по соотношению цена/качество. Территория нашей страны огромна, удельный вес высококвалифицированной рабочей силы по отношению к общей массе рабочей силы растет с каждым годом, при этом уровень оплаты труда остается невысоким. Сочетание данных факторов является серьезным основанием для привлечения капиталовложений и развития бизнеса. Но все еще необходимо совершенствовать определенную доказательную базу перспектив национального развития, например, институтов предсказуемости, преемственность власти, развитие финансовых рынков и межотраслевых связей, соблюдение рыночных правил и т.д. Гарантии развития экономики должны быть найдены в пределах собственной экономики, за счет ее инновационного, качественного развития, а не за счет постоянно изменяющихся финансовых перспектив подъема национальной экономики, которые связаны с мировыми ценами на углеводороды.

В заключение хотелось бы отметить, что сложившаяся экономическая ситуация в стране из-за введенных санкций может на первом этапе нанести ущерб экономике страны, но введение этих запретов

определенно даст новый толчок развитию национальной экономики, сделает ее более независимой и откроет новые возможности для улучшения благосостояния нации.

Список использованных источников:

1. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник/ под. ред. А.С. Булатова, Н.Н. Ливенцева. – М.: ИНФРА-М, 2012.
2. Мировая экономика: учебник/ под ред. Б.М. Смитиенко. 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Юрайт, 2011.
3. *Спирidonov И.А.* Мировая экономика: учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2010.
4. Мировая экономика: учебник для бакалавров/ под ред. Б.М. Смитиенко. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2012.
5. *Маховикова Г.А.* Экономическая теория: учебник (электронная копия). 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ

Каждое государство к вопросу о регулировании коррупции подходит по-своему, особенно на современном этапе развития. Так как коррупция – это сложно развивающийся процесс, который разрушает экономику, то многие государства пытаются сдерживать эти негативные тенденции путем использования строгих мер в борьбе с коррумпированными чиновниками, применяя довольно серьезные административные и уголовные наказания.

В историческом плане выделяют разные способы борьбы с коррупцией. К наиболее известным относится западноевропейский опыт, основанный на Конвенции ООН против коррупции, он считается своего рода «стандартом» в этой области. Особенность западного опыта заключается в использовании комплекса антикоррупционных мероприятий, который включает: развитую систему наказаний за взяточничество и воровство; запрет на ведение собственного бизнеса и совмещение его со служебной деятельностью; запрет на владение и контакты с оффшорными компаниями, с компаниями, где ведущую роль играют родственники чиновника; обязательное декларирование доходов и расходов должностных лиц, их родственников и другие меры.

Современная политика России в области противодействия коррупции немного отличается от принципов построения антикоррупционной системы, однако имеет более обширную систему государственных органов, контролирующих проявление коррупционных процессов.

Рассматривая построение данной системы в Российской Федерации, стоит отметить, что большое количество компетентных органов, вовлеченных в этот процесс, должно показывать высокий уровень противодействия коррупции. Вместе с тем, сравнивая на-

циональную систему построения с зарубежной системой, хочется подчеркнуть тот факт, что построение последней несколько упрощено, так как предполагает значительно меньшее количество компетентных органов [1].

В рейтинге стран по уровню коррупции, Россия занимает 143 место из 182 возможных, притом первые строки занимают страны, где коррупция практически отсутствует – это результат исследования, которое проводила международная организация *Transparency International* в 2012 году. Российская Федерация находится в одном ряду с Нигерией, Азербайджаном, Коморскими островами, Мавританией, Тимор-Лесте, Того, Узбекистаном, Беларусью. Все эти страны получили 2,4 балла из 10 возможных.

Учитывая специфику развития данного явления в Российской Федерации, можно предположить, что на данный момент времени коррупция представляет собой один из институтов общественных отношений современного российского общества, который существует и пользуется широкой популярностью, исходя из рейтинга коррумпированности государства.

Российские власти с учетом роста антикоррупционных ожиданий изучают зарубежный опыт по борьбе с коррупцией и увеличивают количество совместных проектов в этой сфере. Следует отметить, что российские власти в этом вопросе применяют взвешенный подход и выборочное использование зарубежного опыта, так как правовые системы стран значительно различны и практика в одних странах оказывается неприемлемой для других стран. Как результат, к настоящему времени российское законодательство уже внесло ряд существенных изменений по совершенствованию мер борьбы с коррупцией.

Так, по проблеме обеспечения защиты заявителей о случаях коррупции (предусмотрено ст. 33 Конвенции ООН против коррупции) вступил в силу Указ Президента РФ от 3 апреля 2013 г. № 310 «О мерах по реализации отдельных положений Федерального закона «О противодействии коррупции».

В рамках выполнения российских обязательств по законодательному закреплению неосновательного обогащения должностных лиц (предусмотрено ст. 20 Конвенции) был принят Федеральный закон от 3 декабря 2012 г. № 230-ФЗ «О контроле за соответ-

ствием расходов лиц, замещающих государственные должности, и иных лиц их доходам».

Одновременно предпринимаются усилия по реализации положений Конвенции ООН против коррупции. Правовой основой является Указ Президента РФ от 13 марта 2012 г. № 297 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2012–2013 годы и внесении изменений в некоторые акты Президента Российской Федерации по вопросам противодействия коррупции» [2].

Весьма примечательно, что российский опыт антикоррупционной борьбы также может быть востребован иностранными партнерами, которые, в частности, проявили интерес к статье 290 УК РФ. Российская формулировка понятия состава преступления «пассивный подкуп» в этой статье оказалась более подробной, чем в статье 15 Конвенции ООН против коррупции («Подкуп национальных публичных должностных лиц»).

В ближайшее время, стоит ожидать сохранения тенденции к изменению национального законодательства в сфере борьбы с коррупцией с учетом международных требований.

Наряду с этим, Россия усилила контакты с European anti-fraud office Европейской комиссии ЕС. Ожидается значительный прорыв в вопросе укрепления сотрудничества между российскими и зарубежными правоохранительными органами.

В перспективе планируются также практические шаги российских властей по реформированию судебной системы и системы органов государственного управления в целях повышения их независимости и открытости в их деятельности. Как отмечают эксперты, результатом этой деятельности должно стать значительное увеличение числа лиц, осужденных в России за совершение коррупционных преступлений.

Таким образом, можно сделать ряд предварительных выводов о работе российских властей в области международного сотрудничества в борьбе с коррупцией.

1. Международное сотрудничество становится для России все более важным вектором в борьбе с коррупцией. Открытое обсуждение с зарубежными партнерами широкого круга вопросов антикоррупционной тематики позволяет российской стороне последовательно и поэтапно, с учетом международных требований построения

эффективной национальной системы противодействия коррупции разработать соответствующий алгоритм действий и систему мер.

2. Российские власти склонны придерживаться прагматического подхода к международным аспектам борьбы с коррупцией, ориентируясь на взвешенную оценку зарубежных разработок и их использование в селекционных целях.

3. На сегодняшний день активное общение с международными структурами позволило внести ряд существенных изменений в российское законодательство по совершенствованию мер борьбы с коррупцией. В ближайшем будущем, с учетом подготовки 6-й сессии Конференции стран-участниц Конвенции ООН против коррупции, которую Россия планирует принять в 2015 г., следует ожидать дальнейшего наращивания деятельности российского руководства в этой области.

4. Курс российских властей, направленный на активное сотрудничество с национальными и региональными органами и специализированными агентствами ООН и Евросоюза, будет способствовать практической реализации следующих приоритетных для России на данном этапе проблем:

- разработка объективной характеристики состояния коррупции в системах государственной службы;
- анализ эффективности действующей системы мер по предупреждению коррупции;
- разработка предложений и рекомендаций по дальнейшему совершенствованию системы антикоррупционного мониторинга.

В конечном счете практические шаги российского законодательства по сравнению своей антикоррупционной практики с зарубежным опытом и наращивание совместных программ должны заложить прочный фундамент для коррекции национальной антикоррупционной стратегии и ее успешного перевода в плоскость практической реализации.

Список использованных источников:

1. *Комнатная Ю.А.* Адаптация зарубежного опыта борьбы с коррупцией через ее легализацию в Российской Федерации как метода правового и экономического регулирования жизни совре-

менного общества // Проблемы современной экономики (II): материалы Междунар. заоч. науч. конф. – Челябинск: Два комсомольца, 2012. С. 34–36.

2. *Есаян А.К.* Криминологические основы обеспечения евразийской экономической безопасности: диссертация на соискание ученой степени д-ра юрид. наук. – Москва, 2011.

3. О развитии системы антикоррупционного декларирования в России: доклад. – М.: НИУ ВШЭ, 2012.

М.В. Бучнев

Краснодарский университет МВД России

Научный руководитель:

М.В. Бойко, к.э.н.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ФИНАНСИРОВАНИЮ ЭКСТРЕМИЗМА

Увеличение числа преступлений экстремистской направленности является одной из тенденций современного общества. Современный экстремизм представляется в форме нетерпимости, ксенофобии, национализма, отрицания религиозного и этнического разнообразия. В настоящее время экстремизм и его крайнее выражение – терроризм – стали едва ли не главной угрозой человеку и обществу.

Слово «экстремизм» происходит от латинского «*exstremus*» – крайний. По мнению А.Г. Хлебушкина, экстремизм есть противоправная деятельность, осуществление которой причиняет или может причинить существенный вред основам конституционного строя или конституционным основам межличностных отношений.

Современный экстремизм представлен направлением современных теоретических течений и общественно-политических взглядов, стремящихся повлиять на процесс развития общества, исходя из собственных установок и норм. Следует отметить, что обоснование экстремизма можно свести к тому, что современное общество утратило способность к конструктивному и ненасильственному решению проблем, особенно значимых для общества.

Нынешняя теория экстремизма представлена логическим развитием и обоснованием радикальных (крайних) взглядов и идей, которые, как правило, вырваны из контекста и представлены в ином свете. Субъектами экстремизма выступают как отдельные лица и группы, так и общественные организации (религиозные и светские), а также (на определенных этапах) целые государства и их союзы.

Выделяют четыре главные формы проявления экстремизма:

- незаконные вооруженные формирования, которые действуют на Кавказе и заинтересованы в сохранении напряженности в регионе;

- крайне настроенные сторонники религиозно-экстремистского течения «ваххабизм», содействующие незаконным вооруженным формированиям, действующие конспиративно;
- политическая оппозиция власти, действующая подпольно, пытаясь захватить власть любой ценой;
- иностранные военные, финансово-экономические организации и группировки, дестабилизирующие нормальные политические и экономические устои стран мира в целях получения власти.

Объектами экстремистских посягательств, как правило, выступают социальные, политические, экономические институты, имеющие большое значение для общества. Идеологам экстремизма они представляются несовершенными и, как следствие, подходящими целями для устранения препятствий на пути установления нового порядка.

В представленной работе мы хотели бы затронуть экономические аспекты развития и финансирования экстремизма, а также противодействия этим деяниям.

Объясняя экономические причины возникновения и развития экстремизма следует отметить, что данные деяния имеют как мировые, так и региональные материальные интересы. Имеются основания полагать, что современный экстремизм – это попытка территориального изменения расстановки сил в мире. Социально-экономические основы современного экстремизма требуют принятия мер по снижению детерминации экстремизма, что будет способствовать снижению материальной базы экстремистской деятельности.

Для пресечения экстремизма и эффективной борьбы с ним во всех его проявлениях необходимо принимать меры по выявлению и устранению финансовых основ данной деятельности. Значимость данного направления, отмечена в ст. 1 Федерального закона от 25 июля 2002 г. № 114-ФЗ «О противодействии экстремистской деятельности», в которой одним из проявлений экстремизма выделяют «финансирование экстремистской деятельности либо иное содействие в их организации, подготовке и осуществлении, в том числе путем предоставления учебной, полиграфической и материально-технической базы, телефонной и иных видов связи или оказания информационных услуг».

Выделяют два вида источника финансирования экстремистской деятельности: легальные и нелегальные. К первым относят формально законные виды деятельности и источники, такие как различные негосударственные фонды и организации, осуществляющие сборы от верующих, лиц, заинтересованных в данной деятельности (т.е. придание экстремистской организации легальной формы). К нелегальным источникам относят торговлю наркотиками, оружием, незаконным алкоголем, а также торговлю похищенными людьми. В последние годы широкое развитие получило наращивание средств посредством сети Интернет. Это выражается как в прямых формах сбора средств на экстремистскую деятельность, так и в различных формах мошенничества.

Следует заметить, что данный вид преступлений наносит огромный ущерб экономике государства. Этот ущерб может быть как прямым – причиненный вред, так и косвенным, проявляющимся в общественной реакции на эти действия.

Учитывая вышесказанное, хотелось бы сделать ряд выводов.

1. Для эффективной профилактики экстремистской деятельности необходимо делать упор на пресечение криминализации средств финансирования данной деятельности, полученных легальным путем.

2. Необходим качественный анализ и финансовая оценка объемов финансирования экстремистской деятельности, размера ущерба от данных преступлений, а также объема государственного финансирования деятельности по борьбе с экстремизмом. Данный анализ покажет эффективность борьбы с экстремизмом.

3. Для повышения эффективности борьбы с экстремизмом необходимо разработать систему рационального расходования бюджетных средств, выделяемых на эти цели. Необходимо материально-техническое оснащение органов по противодействию экстремизму и терроризму, а также создание кадрового аппарата, способного должным образом справляться с поставленными перед ним задачами.

4. Эффективная борьба с экстремизмом невозможна без должного научного обоснования. Необходимо существенное увеличение числа исследований всей экстремистской деятельности, начиная от ее зарождения и развития и заканчивая итогами этой дея-

тельности. Необходимо изучение способов получения финансовых средств для выработки методики по их пресечению.

5. Для эффективной стратегии противодействия необходимо просвещение граждан в части культурного и конфессионального многообразия современного мира. Немаловажным будет информирование граждан о возможных способах мошенничества, способствующего финансированию экстремизма.

6. Необходима разработка надлежащих форм статистической отчетности в части учета этнических, конфессиональных, сепаратистских и иных форм проявления экстремизма.

Список использованных источников:

1. *Киселев И.А., Лебедев И.А., Никитин Д.В.* Правовые проблемы управления корпоративными рисками в целях противодействия отмыванию денег и финансированию терроризма. – М.: Юриспруденция, 2012.

2. *Лагутин И.Б.* Проблемы борьбы с финансированием терроризма в Российской Федерации // Вестник ОГУ. 2013. № 9 (158).

3. *Харченко В.В.* Правовое обеспечение противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2013. № 11 (42).

Г.А. Василенко

Краснодарский университет МВД России

Научный руководитель:

Ю.А. Абросимова

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ И НАЛОГОВЫХ ОРГАНОВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРОВЕРОК

Налоговая преступность в России в настоящий период времени достигла широких масштабов, тем самым представляя серьезную угрозу экономической безопасности государства. По данным статистики, около трети налогов не попадает в бюджет. Недопоступление причитающихся к уплате налогов (по оценкам различных специалистов, около 30–50 %) сказывается на социальной сфере, здравоохранении, культуре, науке и т.д.

Налоговые преступления, которые причиняют значительный ущерб экономике государства, часто имеют связь с другими посягательствами на экономические интересы. При этом необходимо учитывать высокую степень латентности таких преступлений и правонарушений. Таким образом, для выявления и раскрытия преступных деяний в налоговой сфере, учитывая высокую степень латентности при их совершении, требуются знания во многих областях права: налогового, уголовного, финансового и др. Но этого бывает недостаточно, также необходимо владеть приемами и методами оперативно-розыскной деятельности, следственной и криминалистической работы. Следовательно, только тесное взаимодействие налоговых и правоохранительных органов может обеспечить своевременную и эффективную борьбу с различными схемами ухода от налогообложения.

Статья 82 НК РФ регламентирует общие положения о налоговом контроле. Согласно данной статье налоговые органы, таможенные органы, органы внутренних дел и следственные органы в порядке, определяемом по соглашению между ними, информируют друг друга об имеющихся у них материалах о нарушениях законодательства, о налогах и сборах и налоговых преступлениях, о при-

нятых мерах по их пресечению, о проводимых ими налоговых проверках, а также осуществляют обмен другой необходимой информацией в целях исполнения возложенных на них задач.

Так, если правоохранительными органами были выявлены обстоятельства, которые требуют совершения действий, относящихся к полномочиям налоговых органов (согласно НК РФ), они обязаны в течение 10 дней со дня выявления направить имеющиеся материалы в налоговый орган для принятия по ним решения.

Кроме информационного взаимодействия органы внутренних дел обязаны оказывать практическую помощь налоговым органам при исполнении ими служебных обязанностей.

На органы внутренних дел в сфере налогообложения возлагаются следующие задачи:

- выявление, предупреждение и пресечение преступлений и правонарушений в налоговой сфере;
- выявление, предупреждение и пресечение фактов коррупции в деятельности налоговых органов и органов внутренних дел;
- защита сотрудников налоговых органов при выполнении ими служебных обязанностей от противоправных посягательств, а также обеспечение безопасности налоговых органов.

Органы внутренних дел участвуют вместе с налоговыми органами в проведении последними выездных проверок, целью которых является выявление, предупреждение и пресечение нарушений законодательства о налогах и сборах. Такие выездные проверки проводятся по запросу налоговых органов. Если материалы, которые были направлены правоохранительными органами в налоговый орган, содержат нарушения законодательства о налогах и сборах, налоговый орган совместно с уведомлением о назначении выездной проверки направляет в соответствующие органы внутренних дел запрос об участии последних в выездной налоговой проверке.

В связи с изменениями в структуре МВД России произошло изменение подследственности налоговых преступлений. С 1 января 2011 г. дела о налоговых преступлениях были переданы из Следственного комитета при МВД в Следственный комитет РФ.

Взаимодействие и координация деятельности правоохранительных и налоговых органов регулируется межведомственными нормативно-правовыми актами.

Таким образом, исходя из того, что основой взаимодействия правоохранительных и налоговых органов является обеспечение контроля за правильностью исчисления, своевременностью и полнотой внесения налогов, сборов и иных платежей в соответствующие бюджеты, а также обеспечение экономической безопасности, данному понятию следует уделять повышенное внимание. От того, насколько слажено и организовано работают данные органы, будет зависеть своевременное пополнение бюджета, а в целом – обеспечиваться экономическая безопасность страны.

Список использованных источников:

1. Налоговое администрирование: учебник / под ред. О.А. Мироновой, Ф.Ф. Ханафеева. 3-е изд. – Йошкар-Ола.: Стринг, 2013.

2. Федеральный закон РФ от 7 августа 2001 г. № 115-ФЗ ст. 3 «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма».

3. Письмо ФНС России от 17 июля 2013 г. № АС-4-2/12722 «О работе комиссий налоговых органов по легализации налоговой базы».

4. Приказ ФНС России от 30 мая 2007 г. № ММ-3-06/333@ «Об утверждении Концепции системы планирования выездных налоговых проверок».

5. *Климова М.* О работе комиссий налоговых органов по легализации налоговой базы // *Налоговый вестник.* 2013. № 10.

М.В. Волкова

Кубанский государственный университет

Научный руководитель:

С.Г. Спирина, к.ю.н., доцент

КОАЛИЦИОННЫЕ ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ В РОССИИ

В связи с постоянно возрастающей конкуренцией в рыночной экономике компаниям жизненно важно находить те инструменты и способы продвижения своей продукции или услуг, которые позволили бы ей занять максимальную долю в своем сегменте. Поэтому актуальность исследования методологии различных маркетинговых кампаний очевидна и значима для современной экономики. Одной из таких кампаний является коалиционная программа лояльности. Исследования, проведенные в данной работе, посвящены анализу преимуществ и недостатков этой программы, а также степени перспектив ее развития в России.

Прежде всего, стоит начать с определения самого понятия: что же такое коалиционная программа лояльности? Сложно найти четкое принятое всеми определение данного маркетингового явления, но можно рассматривать его как частный случай общих программ лояльности, которыми являются комплексы маркетинговых мероприятий для развития повторных продаж существующим клиентам в будущем, продажи им дополнительных товаров и услуг, продвижения корпоративных идей и ценностей, других видов потенциально прибыльного поведения [5].

Однако у коалиционных программ лояльности есть особенность, которая и выделяет их среди других программ лояльности и придает им экономический смысл. Итак, коалиционная программа лояльности – это объединение нескольких торговых компаний из разных сфер бизнеса, направленное на проведение маркетинговых мероприятий в условиях единой концептуальной цели по привлечению и удержанию клиентской базы, при учете учрежденных правил взаимодействия внутри коалиционного объединения.

История существования коалиционных программ лояльности начинается еще в ранних 1980-х гг., когда американская авиакомпания

ния *American Airlines* представила программу *AAdvantage* для постоянных пассажиров, которая функционирует и по сей день, а участвует в ней более 60 млн человек. Есть и другие претенденты на роль создателя рассматриваемого явления, например, Кит Миллз, разработавший *AirMiles* для *British Airlines*. С уверенностью можно констатировать тот факт, что пионерами и основными пользователями данных программ являются авиакомпании. Для них коалиционные программы приносят действительно огромные прибыли за счет того, что бонусные мили (которые впоследствии можно обменять, например, на бесплатные билеты) пакетами приобретаются компаниями-партнерами, а те, в свою очередь, должны распорядиться ими на свое усмотрение. Как правило, они награждают бонусными милями своих клиентов за определенные покупки. Таким образом, авиакомпании также получают доступ к клиентским базам своих партнеров, которые можно использовать для расширения круга своих постоянных клиентов.

Одни перевозчики стали снижать возрастной ценз участников, приобретающих бонусы за перелеты (с 18 до 2-х лет), другие – искать новые оригинальные виды поощрения постоянных клиентов (например, авиакомпания «Самара» для своих клиентов предложила приобретение сертификатов на полетное время взамен на билеты) [3, с. 122].

Следует заметить, что такими программами пользуются не только авиакомпании. Очень популярна данная тенденция в банковской сфере. Сбербанк, Альфа банк, Тинькофф, Московский банк, ВТБ и др. в той или иной степени участвуют в коалиционных программах. Партнерами банков выступают не только авиакомпании, но также и различные сети питания, магазины одежды, продуктовые магазины, салоны красоты и т.д. Подобное сотрудничество обычно сулит покупателям так называемый «*cashback*», когда банки предлагают вернуть часть потраченных денежных средств при условии, что покупки были совершены в одном из магазинов/салонов красоты/ресторанов, являющихся партнерами банка [4]. Или наоборот, можно получить скидку в магазине просто за то, что вы являетесь владельцем кредитной карты определенного банка. Несомненно, что для покупателей коалиции являются действительно выгодными.

В России самыми крупными и развитыми коалиционными программами лояльности считаются программы «Связной клуб», «Ку-

куруза», «Малина», «Много.ру» и т.д. В каждой программе участвуют более 15 компаний-партнеров («Много.ру – 84 партнера) и более 2 млн чел. клиентов («Связной клуб» более 14 млн чел.). Однако, как и во многих экономических сферах в России, в том числе и в Краснодарском крае, одной из главных проблем можно считать степень распространения подобных программ [2].

Как можно было предположить, самыми развитыми регионами в реализации программ являются Москва и Московская область и Санкт-Петербург. Остальные регионы представлены гораздо меньше и с ощутимо низкими показателями функционирования данных маркетинговых мероприятий. К тому же важным недостатком будет являться необходимость контролировать работу многих участников, так как не всегда понятно, кто и как должен эту функцию выполнять. Поэтому крайне важен системный подход, благодаря которому можно определить, кто и за что ответственен и как эта ответственность должна проявляться. Обычно этим занимается организатор программы, который продумывает детальную схему функционирования программы вместе с ее основной концепцией.

Таким образом, можно обозначить преимущества и недостатки внедрения коалиционных программ лояльности.

К преимуществам относятся следующие.

1. Разделение издержек в осуществлении программы между всеми компаниями-партнерами, а также получение прибыли благодаря всем членам коалиции.

2. Возможность для предприятия учитывать предпочтения клиентов, отслеживая его покупки в разных сферах, то есть создание более полного образа покупателя.

3. Расширение клиентской базы благодаря сотрудничеству с различными компаниями:

- шанс для малых предприятий стать в краткие сроки более узнаваемыми и популярными за счет участия в коалиции крупных известных компаний;
- ощутимая выгода для потребителей, которые могут получать бонусы за участия в подобных акциях, а также участвовать в игре, что часто нравится азартным людям.

К недостаткам этих программ можно отнести следующие.

1. Большое число участников-партнеров приводит к сложностям в организации и контроле программ.

2. Зачастую подобные программы бывают запутанными и непонятными для покупателей как в плане бонусов или дисконтов, так и в геолокационном и сервисном плане.

3. Крупные предприятия должны «тащить» на себе менее известных партнеров.

4. Сложная система взаиморасчетов.

Хотелось бы отметить, что в целом коалиционные программы лояльности являются очень перспективными на российском рынке, так как доступны достаточно развитые регионы сбыта для расширения, а также основные инструменты и технологии эффективного функционирования подобного рода программ, благодаря опыту зарубежных стран и российских мегаполисов. Поэтому при правильном анализе и учете всех особенностей и проблем компании могут получить широкие возможности для улучшения своих маркетинговых стратегий и механизма их реализации.

Список использованных источников:

1. *Бугакова Н.П.* Управление качеством информационных коммуникаций в маркетинге // Проблемы, противоречия и перспективы развития России в современном мире: экономико-правовые аспекты: сборник статей Международной научно-практической конференции / под общ. ред. Э.В. Соболева, С.И. Берлина, В.В. Сорокожердьева. – Краснодар: Краснодарский университет МВД России, 2014. С. 53–54.

2. *Константиниди Х.А.* Формирование стратегии развития Южного макрорегиона России: дис. ... канд. экон. наук. – Краснодар, 2008.

3. *Осипова О.Я.* Коалиционные программы как инструмент формирования потребительской лояльности // Сервис в России и за рубежом. 2013. № 8 (46). С. 121–127.

4. *Спирина С.Г.* Комплексный финансовый риск: сущность и взаимосвязь с финансовой устойчивостью хозяйствующих субъектов // Теория и практика общественного развития. 2014. № 3. С. 252–254.

5. *Спирина С.Г.* Финансовая устойчивость экономики региона в призме мировых финансовых кризисов // Вестник Института дружбы народов Кавказа «Теория экономики и управления народным хозяйством». 2014. Т. 1. № 29. С. 19.

С.А. Глечян

*Российский государственный
университет правосудия
(Северо-Кавказский филиал)*

*Научный руководитель:
М.Л. Шер, к.э.н., доцент*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ

Земля – важнейший природный ресурс, используемый людьми в качестве блага, способного удовлетворять разнообразные потребности. В жизни общества роль земельных ресурсов огромна и многообразна. Она является необходимым условием существования человеческого общества, фундаментальной основой общественного производства многочисленных товаров и услуг.

Согласно законодательству Российской Федерации земля является объектом гражданских прав. Статьей 130 ГК РФ земельные участки включены в понятие недвижимых вещей. Также к недвижимым вещам (недвижимое имущество, недвижимость) относятся участки недр и все, что прочно связано с землей, то есть объекты, перемещение которых без несоразмерного ущерба их назначению невозможно, в том числе леса, многолетние насаждения, здания, сооружения, объекты незавершенного строительства.

Право собственности на землю (владение, пользование и распоряжение землей и другими природными ресурсами в той мере, в какой их оборот допускается законом (статья 129 ГК РФ)), осуществляются их собственником свободно, если это не наносит ущерба окружающей среде и не нарушает прав и законных интересов других лиц [1].

По словам К. Маркса, «...труд не единственный источник производимых им потребительных стоимостей, вещественного богатства. Труд есть отец богатства ..., земля – его мать» [3].

Земельные ресурсы как объект многочисленных социально-экономических и общественно-политических отношений, в силу своих экологических и экономических свойств, является основой

национального богатства, источником экономического роста (любой) страны.

В основном законе РФ – Конституции Российской Федерации, наделенной высшей юридической силой, закреплено, что земельные ресурсы используются и охраняются как достояние населения, проживающего на соответствующей территории. Это подтверждает, что в жизнедеятельности общества земля играет важнейшую роль.

Проблема управления земельными ресурсами в РФ, с учетом проводимых социально-экономических реформ, является актуальной и острой. Основное внимание уделяется нормативно-правовому обеспечению и ведению государственного земельного кадастра. По этим направлениям проводилось множество исследований, разрабатывались проекты, но в целом данная проблема освещена довольно слабо, несмотря на ее значимость для нашей страны.

На современном этапе ключевой проблемой земельной реформы является формирование эффективной системы управления земельными ресурсами. Одна из главных задач, которую должна поставить перед собой Россия – завершение реформирования земельных отношений и создание своей национальной системы землепользования.

По площади земель Россия занимает в мире одно из лидирующих мест. Земельные ресурсы, находящиеся на территории РФ, составляют земельный фонд РФ. По экономическому назначению он подразделен на 7 категорий [2].

В таблице 1 представлены данные Национальной статистической службы об использовании земель в России.

До конца 2014 г. в России планируется завершить оцифровку земель сельскохозяйственного назначения, что позволит Министерству сельского хозяйства РФ в режиме онлайн наблюдать за состоянием сельскохозяйственных земель. Такая оцифровка земель представляет собой электронные карты полей, на которых будут указаны кадастровые номера, площади и состояние посевов, карантинные зоны и т.д. Поскольку земли сельскохозяйственного назначения занимают в РФ 393,4 млн га, что составляет 23% от общей площади земельных ресурсов РФ, то такие современные технологии позволят более рационально использовать земли данного назначения.

Т а б л и ц а 1 – Использование земель в России [5]

Общая площадь	2014	17 075 400	км ²
Плотность населения	2011	8.1	чел. на км ²
Общая площадь на 1000 жителей	2011	123.1	км ² /1000 чел.
Площадь суши	2014	16 377 740	км ²
Площадь суши на 1000 жителей	2011	118.0	км ² /1000 чел.
Площадь суши от общей площади	2014	95.9	% от общей площади
Площадь акватории	2014	697 660	км ²
Площадь акватории на 1000 жителей	2011	5.0	км ² /1000 чел.
Площадь акватории от общей площади	2014	4.1	% от общей площади
Сельскохозяйственные земли	2007	2 154 630	км ²
Площадь сельскохозяйственных земель на 1000 жителей	2007	15.5	км ² /1000 чел.
Площадь сельскохозяйственных земель от общей площади	2007	12.6	% от общей площади
Площадь сельскохозяйственных земель от площади суши	2007	13.2	% от площади суши
Пахотные земли	2007	1 215 740	км ²
Площадь пахотных земель на 1000 жителей	2007	8.8	км ² /1000 чел.
Площадь пахотных земель от общей площади	2007	7.1	% от общей площади
Площадь пахотных земель от площади суши	2007	7.4	% от площади суши
Площадь пахотных земель от площади сельскохозяйственных земель	2007	56.4	% от площади сельскохозяйственных земель
Многолетние насаждения	2007	17 940	км ²
Площадь многолетних насаждений на 1000 жителей	2007	0.1	км ² /1000 чел.
Площадь многолетних насаждений от общей площади	2007	0.1	% от общей площади
Площадь многолетних насаждений от площади суши	2007	0.1	% от площади суши

Продолжение таблицы 1

Площадь многолетних насаждений от площади сельскохозяйственных земель	2007	0.8	% от площади сельскохозяйственных земель
Постоянные пастбища и луга	2007	920 950	км ²
Площадь постоянных пастбищ и лугов на 1000 жителей	2007	6.6	км ² /1000 чел.
Площадь постоянных пастбищ и лугов от общей площади	2007	5.4	% от общей площади
Площадь постоянных пастбищ и лугов от площади суши	2007	5.6	% от площади суши
Площадь постоянных пастбищ и лугов от площади сельскохозяйственных земель	2007	42.7	% от площади сельскохозяйственных земель
Леса	2007	8 085 986	км ²
Площадь лесов на 1000 жителей	2007	58.3	км ² /1000 чел.
Площадь лесов от общей площади	2007	47.4	% от общей площади
Площадь лесов от площади суши	2007	49.4	% от площади суши
Другие земли	2007	6 137 124	км ²
Площадь других земель на 1000 жителей	2007	44.2	км ² /1000 чел.
Площадь других земель от общей площади	2007	35.9	% от общей площади
Площадь других земель от площади суши	2007	37.5	% от площади суши

Основная цель управления земельными ресурсами – это обеспечение потребностей государства в целом, а также эффективное развитие предпринимательской деятельности и, что является неотъемлемой частью данной цели, сохранение и восстановление свойств окружающей природной среды.

Опыт мировой экономики показывает, что в современных условиях рыночная экономика требует такого государственного управления земельными ресурсами, которое обеспечивает строгое соблюдение системы земельного и гражданского законодательства в обя-

зательном сочетании с экономической самостоятельностью субъектов землепользования [4].

Управление земельными ресурсами осуществляют государственные органы. Осуществление своих функций в области землепользования, государственные органы реализуют с помощью определенных методов. Одним из методов является экономический, в основе которого лежит платность использования земли. Следующим методом является административный, который предполагает выдачу разрешений на использование земли, лицензирование и проведение экологической экспертизы. К организационно-правовым методам относят реализацию безопасного использования земель.

Изучив основные нормативно-правовые акты, относящиеся к управлению земельными ресурсами в России, мы выяснили, что в зависимости от характера управления государственные органы подразделяются на органы специальной и общей компетенции. Минэкономразвития России, Министерство сельского хозяйства, Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии являются органами специальной компетенции.

К органам общей компетенции относятся Правительство РФ, обладающее широкими полномочиями в области управления землепользованием, органы исполнительной власти субъектов РФ и органы местного самоуправления, которые регулируют вопросы предоставления и изъятия земельных участков, соблюдения режима землепользования и т.д.

В настоящее время Министерство экономического развития РФ занимается системой управления земельными ресурсами. Для их эффективного использования оно реализует государственную политику и осуществляет регулирование нормативно-правовых актов в сфере земельных отношений. Такое подчинение позволяет наиболее качественно разрешать существующие проблемы и отвечает интересам государства в сфере земельных отношений.

По нашему мнению, государственная политика в области управления земельными ресурсами должна быть направлена на совершенствование экономических, экологических и организационных условий, отражаться в практической деятельности жизни общества, с помощью которого развитие земельных отношений станет эффективным.

В связи с этим необходимо совершенствование теоретических и методических положений управления земельными ресурсами, с помощью которых налогооблагаемая база и сбор бюджетных доходов будут увеличиваться; проекты инвестирования муниципальных образований и регионов станут развиваться; нормализуется эффективная система обеспечения прав, гарантий и законных интересов субъектов земельных отношений.

Список использованных источников:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая. 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (в ред. от 05 мая 2014 г.). URL: <http://www.consultant.ru/popular/gkrf1/> Консультант Плюс, 1992–2014.
2. Земельный кодекс Российской Федерации от 25 октября 2001 г. № 136-ФЗ (в ред. от 21.07.2014). URL: <http://www.consultant.ru/popular/earth/> Консультант Плюс, 1992–2014.
3. Раицкий К.А. Экономика предприятия: учебник. – М.: Дашков и К, 2002.
4. URL: <http://er.ru/news/2011/10/10>
5. URL: <http://ru.worldstat.info>

Е.В. Гурьева

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
Н.В. Тимошенко, к.э.н., доцент*

РЫНОК ТРУДА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Важнейшим фактором производства является труд, он является основой национального богатства и создания валового внутреннего продукта страны. Кроме этого, труд обеспечивает доходы граждан, соответствующий образ и уровень жизни. В условиях рыночной экономики труд является также товаром, на который образуется определенный спрос и предложение. Иными словами, формируется рынок труда [2].

В экономической литературе нет единого определения рынка труда, поэтому стоит рассмотреть и сравнить различные мнения отечественных авторов по поводу определения исследуемого понятия. Сравнительный анализ определений представлен в таблице 1.

Таким образом, проанализировав некоторые из определений рынка труда, отметим, что представленные определения взаимно дополняют друг друга, раскрывая сущность рынка труда в каких-то отдельных аспектах. Каждое из определений в какой-то мере полезно для понимания этой сущности.

Основными показателями, на основании которых анализируется состояние рынка труда, являются следующие.

1. Численность экономически активного населения. К экономически активному населению относятся лица трудоспособного возраста старше 16 лет, которые в анализируемом периоде считались либо занятыми, либо безработными [4].

2. Среднегодовая численность, занятых в экономике. К занятым в экономике относятся лица, которые в анализируемый период:

- а) работали по найму;
- б) отсутствовали на работе по причине болезни или травмы, ухаживали за больными,

Т а б л и ц а 1 – Анализ определений понятия «рынок труда»

<i>Авторы</i>	<i>Определения понятия «рынок труда»</i>	<i>Критический анализ</i>
Кашепов А.В., Сулакшин С.С., Малчинов А.С. [3]	Рынком труда является сфера, в которой противостоят друг другу, с одной стороны, лица, ищущие работу, с другой – работодатели, имеющие незанятые рабочие места, между которыми заключаются трудовые договоры, определяется уровень заработной платы	Слово «противостоят» не совсем корректное, поскольку противостояние подразумевает отношения между лицами в роли противников. В данном случае работодатели и кандидаты на рабочие места взаимно заинтересованы в заключении договора на взаимовыгодных условиях
Шлендер П.Э. [9]	Рынок труда – совокупность экономических отношений между спросом и предложением рабочей силы; также, место пересечения различных социальных и экономических интересов и функций. Кроме этого, с позиций предприятий, поле взаимоотношений отдельного предприятия и его работников, потенциальных или фактических работников, но думающих о переходе на новое место работы в пределах фирмы	Автор учитывает все основные аспекты рынка труда и раскрывает их в своем определении. Недостатком данного определения является многословность и отсутствие видимой связи между частями определения
Мрачковский А.Е. [5]	Под рынком труда понимается сфера формирования спроса и предложения на рабочую силу. Рынок труда предполагает собственность человека на свою рабочую силу, которая становится товаром на рынке	В определении содержится важное замечание по поводу собственности на свою рабочую силу. Поэтому, например, при рабовладельческом строе, когда работник не имел собственности на свою рабочую силу, то фактически не было рынка труда, а был рынок торговли рабами

в) помогали в работе семейного предприятия. К числу занятых, также относятся лица, выполнявшие в анализируемом периоде работы по производству в домашнем хозяйстве продукции в целях продажи или обмена.

3. Среднемесячная начисленная заработная плата работников. Данный показатель можно рассчитать как отношение общего фонда заработной платы за год к среднесписочной численности работников предприятий, деленное на количество месяцев в году [5].

4. Потребность в работниках, заявленная работодателями. Показатель определяется как число вакансий, которые были сообщены работодателями в государственную службу занятости населения.

5. Уровень зарегистрированной безработицы. Уровень зарегистрированной безработицы – отношение численности безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости населения, к численности экономически активного населения, в процентах.

Таким образом, первые два показателя (численность экономически активного населения и количество уже занятых лиц в экономике) в большей мере характеризуют предложение на рынке труда. Вторые два выбранных показателя характеризуют спрос на рынке труда (количество вакансий и предлагаемый уровень заработной платы). Пятый показатель – уровень безработицы можно оценивать как результирующий, поскольку уровень безработицы показывает эффект от взаимодействия спроса и предложения на рынке труда.

Произведем анализ состояния рынка труда Краснодарского края. Изучим динамику численности экономически активного населения Краснодарского края за 2010–2013 гг.

На основании данных таблицы 2 можно сделать вывод, что за последние четыре года численность экономически активного населения Краснодарского края увеличилась на 17 тыс. чел., или на 0,7 %. Количество безработных в крае в 2013 г. в сравнении с 2012 г. увеличилось. Однако численность безработных в 2013 г. ниже, чем в 2010 г. на 13 тыс. чел., или на 7,5 %. Число населения, занятого в экономике за 2010–2013 гг. выросло на 30 тыс. чел., или на 1,2%, что связано с миграционными процессами в регионе.

Т а б л и ц а 2 – Численность экономически активного населения Краснодарского края в 2010–2013 гг., тыс. чел.

<i>Показатель</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>Абсолютное изменение 2013/2010 гг. (+,-)</i>	<i>Темп роста 2013/2010 гг., %</i>
Экономически активное население – всего	2603	2587	2634	2620	+17	100,7
в том числе:						
– занятые в экономике	2430	2433	2487	2460	+30	101,2
– безработные граждане	173	153	147	160	-13	92,5

Динамика показателей рынка труда Краснодарского края за 2013 г. и в первом полугодии 2014 г. представлена в таблице 3.

Т а б л и ц а 3 – Динамика показателей рынка труда в Краснодарском крае (поквартально) за 2013–2014 гг.

<i>Период</i>	<i>Уровень экономической активности, %</i>	<i>Уровень занятости, %</i>	<i>Уровень безработицы, %</i>
I квартал 2013 (в среднем за месяц)	64,3	59,8	7,0
II квартал 2013 (в среднем за месяц)	64,6	60,8	5,9
III квартал 2013 (в среднем за месяц)	65,6	61,9	5,7
IV квартал 2013 (в среднем за месяц)	64,8	61,0	5,9
I квартал 2014 (в среднем за месяц)	65,1	61,2	5,9
II квартал 2014 (в среднем за месяц)	65,6	62,0	5,4

Таким образом, можно отметить тенденцию уменьшения уровня безработицы в Краснодарском крае. Так, за полтора года уровень безработицы снизился с 7% до 5,4 %, то есть снижение составило

1,6%. Вместе с тем отмечается повышение уровня занятости населения на 2,2 %. Это позитивно характеризует изменения на рынке труда Краснодарском края.

На рисунке 1 представлен анализ потребности работодателей Краснодарского края в работниках, заявленная в государственные учреждения службы занятости населения в 2013–2014 гг.

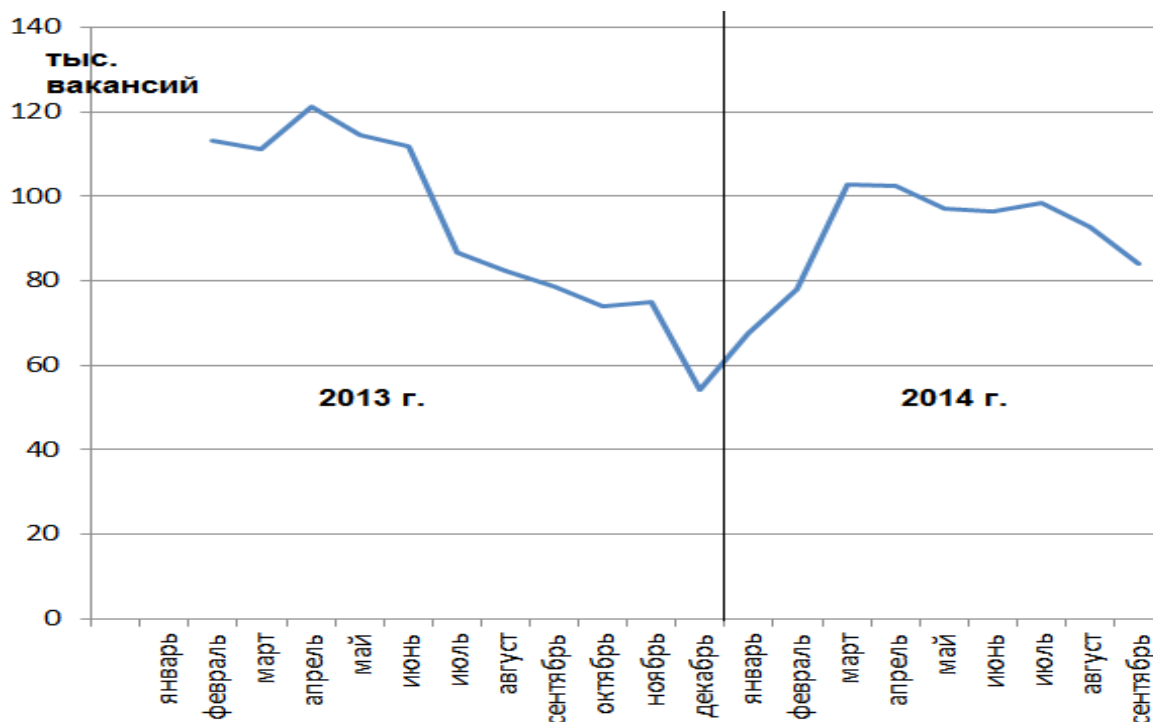


Рисунок 1 – Динамика потребности работодателей Краснодарского края в работниках, заявленная в государственные учреждения службы занятости населения в 2013–2014 гг., тыс. чел.

Потребность работодателей на рынке труда Краснодарского края имеет сезонный характер изменений, но если сравнивать потребность 2014 г. с потребностью 2013 г., то можно сделать вывод, что потребность стала несколько ниже. Данная тенденция характеризует снижающийся спрос на рабочую силу в крае.

Сравним показатели рынка труда Краснодарского края и России в целом (рисунок 2).

Данные свидетельствуют о том, что среднемесячная заработная плата в Краснодарском крае меньше данных в целом по Российской Федерации на 5421 руб., или на 17,6 %.

На основании данных, представленных на рисунке 3, можно сделать вывод, что уровень безработицы в Краснодарском крае

выше, чем в среднем по Российской Федерации. Однако в динамике наблюдается снижение уровня безработицы. Вместе с тем следует отметить, что в Российской Федерации уровень безработицы значительно ниже, чем в развитых странах.

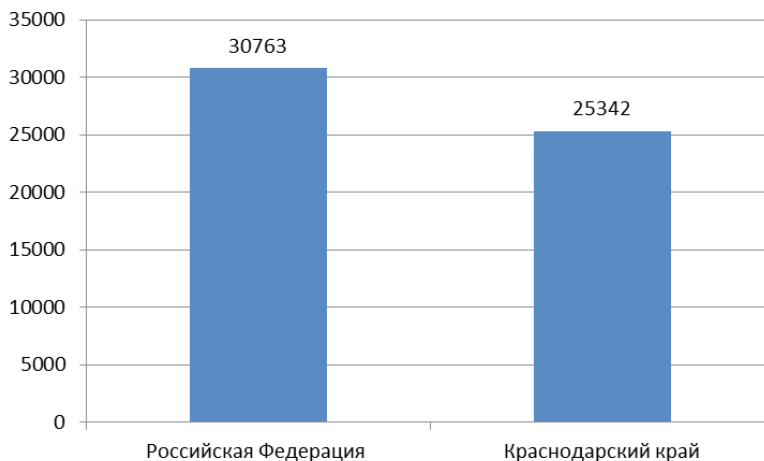


Рисунок 2 – Различие в уровне среднемесячной заработной платы в РФ и Краснодарском крае в 2013 г.

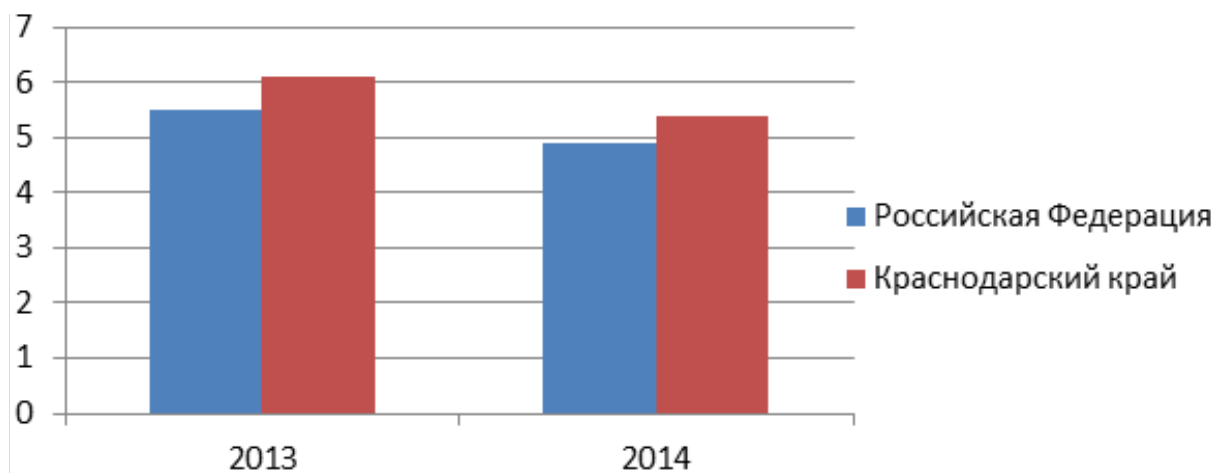


Рисунок 3 – Сравнительный анализ уровня безработицы в России и Краснодарском крае в 2013–2014 гг.

Можно сделать вывод, что состояние рынка труда в Краснодарском крае хуже, чем в среднем по России, поэтому необходимы меры по содействию занятости в крае.

В Краснодарском крае в данный момент выполняется государственная программа «Содействие занятости населения», которая была разработана в соответствии с Федеральным законом «О за-

нятости населения в Российской Федерации». Предусматривается реализация данной программы в период с 2014 по 2017 гг. [1].

Программа предусматривает решение следующих задач:

- осуществление содействия гражданам в трудоустройстве и обеспечение предприятий края рабочей силой;
- повышение конкурентоспособности безработных и ищущих работу граждан, содействие развитию кадрового потенциала края;
- осуществление мероприятий в области трудовых отношений, социальных гарантий, охраны труда и аттестации рабочих мест;
- стимулирование работодателей при трудоустройстве незанятых инвалидов на специально оборудованные рабочие места;
- дополнительное профессиональное образование и профессиональное обучение незанятых граждан.

Ответственными исполнителями программы являются Департамент труда и занятости населения Краснодарского края, руководители ГКУ КК «Центр занятости населения» в муниципальных образованиях».

Осуществление контроля за процессом выполнения программы и ее результатами возложено на администрацию Краснодарского края и Законодательное Собрание Краснодарского края.

Результаты осуществления программы содействия занятости в Краснодарском крае будут оцениваться на основании системы показателей, предусмотренных программой. В перечень показателей входят как общие показатели, характеризующие состояние рынка труда, например, уровень зарегистрированной безработицы, так и частные показатели, такие как организация оплачиваемых общественных работ.

Исполнение государственных программ содействия занятости приводит к положительным результатам. Так, по итогам 2013 г. при содействии службы занятости было трудоустроено 54,6 тыс. граждан, что на 2,2% больше, чем в 2012 г.

Кроме этого, было трудоустроено на временные рабочие места с материальной поддержкой за счет средств краевого бюджета 947 чел., 18,2 тыс. несовершеннолетних граждан в возрасте от

14 до 18 лет, 65 безработных граждан в возрасте от 18 до 20 лет из числа выпускников учреждений начального и среднего профессионального образования.

За шесть месяцев 2014 г. на профессиональное обучение направлено 3496 безработных граждан по профессиям (специальностям), востребованным на рынке труда Краснодарского края.

Таким образом, анализ рынка труда Краснодарского края показал положительные изменения в динамике основных экономических показателей, таких как численность экономически активного населения, уровень средней заработной платы, уровень безработицы и иные. Существенное значение в обозначенных изменениях играют государственные меры по содействию занятости населения. Государственная программа охватывает весь комплекс мероприятий, которые будут формировать условия для повышения занятости населения Краснодарского края и уменьшения уровня безработицы.

Список использованных источников:

1. Приказ департамента труда и занятости населения Краснодарского края от 11 декабря 2013 г. № 790 «Об утверждении Плана реализации государственной программы Краснодарского края «Содействие занятости населения» на 2014 год».

2. *Кашепов А.В., Сулакшин С.С., Малчинов А.С.* Рынок труда: проблемы и решения: монография. – М.: Научный эксперт, 2008.

3. *Колосова Р.П., Меликьян Г.Г.* Занятость, рынок труда и социально-трудовые отношения: учебно-методическое пособие. – М.: изд-во МГУ. ТЕИС, 2008.

4. *Мрачковский А.Е., Михайлов А.А.* Рынок труда: учеб. пособие. – Омск: изд-во ОмГТУ, 2011.

5. Экономика труда / под ред. Кокина Ю.П., Шлендера П.Э. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр, 2010.

П.С. Конденков

Краснодарский университет МВД России

Научный руководитель:

А.А. Черненко

КУРС НАЦИОНАЛЬНОЙ ВАЛЮТЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА

Основы современной экономики составляют материальное производство и финансовые отношения, главной функцией которых является обеспечение поступления денег в сферу материального производства для поддержания непрерывности воспроизводственного процесса. А последнее, в свою очередь, обеспечит более эффективное удовлетворение потребностей людей.

Собственно, важнейшим элементом финансовых отношений является денежная единица той страны, в которой они осуществляются. В национальной валюте находит стоимостное выражение отдельных видов благ внутри страны. Значение денежной единицы заключается в том, что она служит всеобщим товаром-эквивалентом и облегчает обмен товарами и услугами, а также позволяет гражданам страны удовлетворять свои потребности. В Российской Федерации законодательно закреплённая национальная денежная единица – рубль, являющийся частично конвертируемой валютой.

От устойчивости национальной валюты зависит устойчивость функционирования экономики страны в целом, то есть национальная валюта оказывает существенное влияние на экономическую безопасность государства. В условиях системного кризиса национальной экономики России проблема экономической безопасности страны обретает особую значимость и остроту. Вряд ли следует напоминать о том, что экономическая безопасность является фундаментом, во многом определяющим как саму сущность государства как субъекта мирохозяйственных взаимоотношений, способного обеспечить жизнедеятельность собственного населения, так и перспективы его существования в будущем.

Под экономической безопасностью государства следует понимать положение устойчивого динамического равновесия нацио-

нальной экономики, располагающей механизмами, гарантирующими восстановление и удержание в заданных пределах ключевых параметров функционирования экономики в условиях любых предсказуемых или случайных дестабилизирующих импульсов и рисков как внутреннего характера, так и внешних.

Развитие внешней торговли, миграция рабочей силы и капитала выводят экономические связи за пределы одной страны. Очевидно, что при осуществлении торговых операций за границей теряют силу законы данной страны, а также уменьшается ее способность влияния на экономические процессы. Стоит отметить, что при данном обстоятельстве теряет свои функции национальная денежная единица, так как каждое государство стремится установить свою валюту в качестве законного платежного средства. Однако, участвуя во внешней торговой деятельности, странам для достижения взаимовыгодного товарооборота необходимо осуществлять обмен своей валюты на валюту иностранного государства.

Эволюция товарно-денежных отношений привела к появлению различных валютных систем, начиная от систем золотого стандарта, когда за каждой валютой закреплялось определенное количество золота, и заканчивая системой свободно плавающих курсов валют, когда обменный курс устанавливался на основе спроса и предложения на валюту, а также паритетов покупательной способности валют внутри страны. Данная система закрепила доллар США резервной валютой, то есть все валютные резервы, а также операции на открытом рынке осуществляются всеми государствами в долларах США.

Россия, являясь активным участником международных отношений, при осуществлении экспортных и импортных операций прибегает к использованию мировых валют, которыми наряду с долларом США в последнее время стали ЕВРО, ЮАНЬ и др. При этом обмен рубля на валюту иностранного государства осуществляется по определенному валютному курсу. Фактически перед осуществлением торговой операции наша страна закупает либо получает, а потом обменивает на рубли иностранную валюту по действующему на тот момент валютному курсу. Иначе говоря, чем крепче рубль и, соответственно, выше его курс, тем больше валюты наше государство сможет купить, а значит – приобрести больше товаров при осуществлении импортных операций. Если при импорте для России выгоден

сильный рубль, то при осуществлении экспорта, наоборот, чем ниже его курс, тем больше выручки в рублевом эквиваленте можно получить при обмене полученной иностранной валюты на рубли.

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что от валютного курса зависит объем денежной массы, а также объем валютных поступлений, т.е. курс рубля оказывает непосредственное влияние на инфляционные процессы в стране. Кроме того, курс рубля выполняет еще и фискальную функцию, так как его уровень ежегодно закладывается в бюджет РФ. Фискальная функция курса заключается еще и в том, что от него зависит сумма направляемых в бюджет доходов от добычи ископаемых, которая устанавливается в долларах США, а взимается в рублях. Также курс рубля воздействует на динамику сбережений населения и социальные процессы. Величина валютного курса оказывает непосредственное влияние на величину платежного баланса, а именно экспорт и импорт товаров и услуг. Не последняя роль отводится ему и при перераспределении доходов между экспортерами и импортерами, а также влиянию его на движение капитала. Итак, рассмотрим проблему колебания валютного курса рубля более подробно.

С начала 2014 года курс рубля относительно двух резервных валют ослаб примерно на 35 %, при этом рубль показал самый высокий уровень падения со времен кризиса 1998 года, потеряв в весе более 6% за неделю. На этом фоне ЦБ РФ принял ряд мер по стабилизации курса рубля. Это в первую очередь повышение ключевой ставки на 1,5%, что оказалось больше ожидаемого 0,5%. Данная мера должна была способствовать повышению ставок по кредитам и депозитам, что, в свою очередь, приводит к удорожанию денег, т.е. к стабилизации курса рубля. Также 5 ноября было принято решение об отмене валютного коридора, который являлся своеобразным ориентиром для Банка России при ведении валютной политики. Таким образом, ЦБ отказался от постоянных валютных интервенций при изменении стоимости валютной корзины, но оставил за собой право производить валютные вливания тогда, когда посчитает нужным.

После реализации данных мер на валютном рынке курс рубля несколько укрепился и установился в границах 46 руб. за доллар и 58 руб. за евро. Следовательно, можно говорить о временной стабилизации валютных курсов.

Основной причиной падения курса рубля стало замедление роста российской экономики на фоне ускорения экономики развитых стран. Дополнительными фактором падения рубля явились геополитическая обстановка вокруг Украины, торговое эмбарго, сокращение инвестиций в российскую экономику, спекуляции на валютном рынке и снижение цен на нефть. Последний является одним из ведущих факторов, ввиду сырьевой ориентированности экономики России и сильной привязанности курса рубля к ценам на нефть. С конца лета нефть упала в цене на 28 %, а рубль (также с конца лета) ослаб на 30 %.

Сокращение инвестиций наряду с падением цен на нефть может больно ударить по затратоемким производствам, что приведет к повышению цен на продукцию либо к необходимости дотационных вливаний в эти производства государством. К тому же на настоящий момент в экономике России наблюдается падение уровня производства, и сокращение объема инвестиций может еще больше усугубить положение производителей и экономики страны в целом.

По словам министра финансов А.Г. Силуанова, падение курса рубля уже способствовало покрытию бюджетного дефицита за 2013 г. и продолжает давать дополнительный приток денежных средств в бюджет этого года. В бюджет страны на 2014 г. в статье доходов заложены среднегодовая цена на нефть в 101 долл./барр. и курс доллара 31,2 руб. Цена на нефть в среднегодовом выражении составляет 100 долл., а курс доллара в районе 40 руб. на настоящий момент и России, продающей свои природные ресурсы за доллары, это очень выгодно в плане увеличения доходов в рублевом эквиваленте. Кроме того, налог на добычу полезных ископаемых рассчитывается в долларах, а уплачивается в рублях, что также влечет за собой увеличение поступлений в бюджет.

Однако то, что хорошо для бюджета, не всегда бывает хорошо для экономики. Так, каждый процент снижения курса рубля к бивалютной корзине ведет в среднем к росту внутренних цен на 0,3 %. По данным МЭР, с начала года инфляция ускорилась до 7,1%, что заставило ЦБ отложить политику таргетирования (где ориентиром был порог в 6,6 % инфляции) на неопределенный срок и прибегнуть к ряду мер по стабилизации курса рубля и сокращению инфляции. Причем на инфляцию в настоящий момент оказывает вли-

яние не только курс рубля и введенные Западом санкции, но и торговое эмбарго на некоторые товары.

Влияние реального курса рубля на экономику проявляется еще и в том, что, по оценкам, его рост к доллару на 10% в год (поскольку он снижает эффективность экспорта) приводит к сокращению ВВП на 2,4%, а снижение этого курса – к увеличению. Падение рубля приведет к повышению конкурентоспособности продукции российских производителей в краткосрочном периоде при экспорте, так как цена в рублях не изменится, а в иностранной валюте уменьшится. Однако в долгосрочной перспективе данное обстоятельство повлечет за собой удорожание импорта, что в последствие приведет к увеличению масштаба цен внутри нашей страны, то есть к ускорению инфляции.

Удорожание импорта, как полагают власти, приведет к повышению конкурентоспособности российских производителей на внутреннем рынке или подтолкнет к развитию новых производств (в целях замещения импортных товаров отечественными). Последнее обстоятельство, в свою очередь, по мнению некоторых, должно повысить конкурентоспособность отечественных товаропроизводителей на мировом рынке. При этом эксперты ссылаются на дефолт 1998 года, когда падение курса привело к существенному росту импортозамещения в области потребительских товаров с 3 % до 20 %. Впрочем, на настоящий момент ситуация иная. В 1998 г. загруженность основных фондов была низкая – порядка 20 %. Кроме того, уровень производительности труда был также достаточно низок. На настоящий момент уровень загрузки основных средств составляет 75 %, а производительность труда выросла незначительно, что говорит об ограниченности резервов по обеспечению импортозамещения в предельно короткий срок.

Как пишет газета «Ведомости», спокойствие властей при ослаблении валюты объясняется стремлением стимулировать импортозамещение в стране, однако в некоторых сферах, где это необходимо, наша страна либо не имеет возможности в предельно короткий срок и с минимальными издержками организовать его, либо былой потенциал собственного производства потерян. В сущности, ослабить собственную валюту, согласно модели Балласы-Самуэльсона, – это наиболее легкий путь обеспечения собственного производства. Как же влияют на производство курс валюты и относи-

тельная производительность труда? Согласно данной модели, чем выше производительность труда, тем выше курс валюты страны и, соответственно, выше уровень производства. За последние 15 лет курс рубля укрепился в 2,1 раза, а производительность труда в 1,6 раза, что указывает на значительную потерю внешней конкурентоспособности и проявляется, в частности, в быстром сокращении профицита счета текущих операций в этот период.

Таким образом, ослабление рубля является одним из способов закрыть разрыв между РЭОК (реальный и эффективный обменный курс) и производительностью труда и тем самым стимулировать внутреннее производство. Закрыть этот разрыв можно двумя способами – повышая производительность труда внутри страны или продолжая ослаблять валюту. Первый способ может быть лучшим решением проблемы, но на это потребуется значительное время. К тому же рост производительности может сдерживаться из-за структуры экономики. Другой способ сократить разрыв – понизить курс валюты – реализовать легче. Однако ввиду ограниченности ресурсов внутри страны по наращиванию объемов производства, наша страна не сможет эффективно воспользоваться ослаблением национальной валюты для повышения производства внутри и достижения целей импортозамещения.

Подводя итог о влиянии валютного курса рубля на экономику России, стоит сказать об эффективности и целенаправленности валютной политики государства. В настоящее время в нашей стране ни Министерство финансов, ни Центральный Банк России не имеют достаточно четко сформулированную валютную политику, что, в свою очередь, ставит под сомнение извлечение даже незначительных выгод из падения курса национальной валюты. В целях обеспечения экономической стабильности и повышения инвестиционного климата внутри страны наряду с валютной необходимо проводить социальную и экономическую политику. Стратегия слабого рубля в принципе может быть успешной и запустить механизм самоусиления экономики – но только в том случае, если она проводится в сочетании с политикой стимулирования инвестиций в развитие производственных мощностей и повышение производительности труда. Только в совокупности все это позволит в условиях девальвации национальной валюты обеспечить стабильность экономического развития государства и повысить уровень экономической безопасности России.

С.В. Коханов

*Северо-Кавказский федеральный университет
(г. Ставрополь)*

*Научный руководитель:
О.А. Мухорьянова, к.э.н., доцент*

ИНСТРУМЕНТЫ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КУРОРТОВ СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ

В современных условиях хозяйствования туризм – это одна из наиболее динамично развивающихся отраслей в России. Богатейшее культурно-историческое наследие и природное многообразие делает Россию заметной в ряде стран с точки зрения туристской направленности. Основные туристические маршруты в России представляют собой посещение старой и новой столиц России, санаторно-курортных учреждений Краснодарского и Ставропольского краев, Калининградской области, горнолыжных курортов Кавказа и Сибири.

Рассматривая проблемы эффективной конкуренции в туристическом бизнесе, необходимо отметить, что данное направление весьма актуально в последнее время, поскольку большинство туристских регионов, так или иначе вовлечены в конкурентную борьбу, и исследование вопросов конкуренции и конкурентоспособности в туризме требует полноценного научного изучения.

Уникальность и разнообразие – вот один из важнейших аспектов природно-климатических ресурсов Северо-Кавказского федерального округа. Они создают благоприятные условия как для постоянного проживания, так и для развития туристско-рекреационного комплекса. По статистическим данным Всемирной туристической организации «World Tourism Organization», на долю туризма приходится примерно 8% мирового ВВП, что касается инвестиций, то они составляют 9%, а в индустрии туризма в среднем занят каждый 15-й работник [2].

Если проанализировать текущую экономическую ситуацию региона Кавказские Минеральные Воды, то можно сделать вы-

вод, что на «поверхности» положение региона, а точнее курорта, более чем удовлетворительное. В СКФО предусмотрены приоритетные проекты, реализуемые в рамках действующих целевых федеральных программ по развитию транспортной инфраструктуры. СКФО обладает всеми необходимыми предпосылками для развития туризма: благоприятными природно-климатическими условиями, разнообразными туристическими ресурсами, благополучной экологической ситуацией, выгодным географическим положением [5].

В то же время, курорты Краснодарского края, а с 2014 г. и курорты Крыма, пользуются большей популярностью, чем регион КМВ. По данным Министерства курортов туризма Краснодарского края, в 2013 г. число отдохнувших только россиян в крае превысило 14 млн чел. [1].

В таблице 1 проведем сравнительный анализ туристского потенциала трех наиболее крупных курортов России.

Т а б л и ц а 1 – Сравнительный анализ туристской привлекательности курортов Краснодарского края, республики Крым и региона КМВ

<i>Наименование показателей</i>	<i>Краснодарский край</i>	<i>Республика Крым</i>	<i>Кавказские Минеральные Воды</i>
Объем инвестиций в 2013 г., млн руб.	13 251,1	9521,3	5754,2
Количество отдыхающих в 2013 г., млн. чел.	11,6	5,9	0,83
Прирост (уменьшение) потока туристов в сравнении с 2012 г., %	-5,5	-4	+7,2
Наиболее привлекательные с точки зрения туристов места отдыха	Сочи, Адлер, Красная поляна.	Ялта, Форос, Алушта.	КМВ, Кисловодск, Пятигорск

Из данных таблиц видно, что курорты Ставропольского края находятся в аутсайдерах по сравнению с Краснодарским краем и даже республикой Крым.

В таблице 2 проведем сравнительный анализ основных конкурентных преимуществ анализируемых курортных регионов.

Таблица 2 – Сравнительные характеристики курортов России по субъектам, их конкурентные преимущества

<i>КМВ, Ставропольский край</i>	<i>Краснодарский край</i>	<i>Республика Крым</i>
Кисловодск расположен намного выше других городов, следовательно атмосферное давление здесь ниже, а воздух особенно чист	Имеется два моря, горы, огромные и чистые озера, водопады, а также памятники архитектуры и истории	Растения парков и горных лесов выделяют летучие соединения, положительно влияющие на организм человека
Основным преимуществом является бальнеологический лечебный климат региона	Фрукты дешевле, чем в других регионах, здесь можно полакомиться виноградом и арбузами в августе и сентябре	В равнинном Крыму климат умеренно-континентальный, сухой: прохладная зима и умеренно жаркое лето
Целебные минеральные источники	Курорты на побережье расположены между горами и морем, что делает воздух в них приятным и целебным	Красивые исторические строения, природа
Добыча иловой грязи, которая используется в лечении многих заболеваний	На территории края находится горнолыжный комплекс, построенный по новейшим технологиям, для проведения зимних олимпийских игр	В среднем в Крыму 2400 солнечных часов в год, и купальный сезон длится 119 дней

Несмотря на все свои сильные стороны, федеральный курорт «Кавказские Минеральные Воды», к сожалению, не имеет четких перспектив успешного развития, нет и четкой стратегии управления [3].

На сегодняшний день существует необходимость в привлечении инвестиций в развитие одного из крупнейших курортов России, а также создании управляемой агломерации и корректировки имиджа региона.

Одним из негативных показателей развития КМВ и сбыта услуг, является негативный имидж. По социологическому опросу, прово-

димому «Левада-Центр» на тему «Отдыхаете ли Вы на КМВ и почему?», респонденты разделились во мнении. Из 1000 человек, принимающих участие в опросе, 34% ответили, что они активно (минимум один раз в год) посещают курорт Северного Кавказа, 57% ответили, что они были один – два раза за свою жизнь на КМВ, и связывают это с негативной обстановкой на территории. И всего 9% респондентов отмечают плохое качество сервиса курорта.

На наш взгляд, решение проблемы посещения туристами региона лежит именно в преодолении негативного имиджа. Безусловно, необходимо улучшение качественных показателей деятельности туристских предприятий, но прежде всего, во внешней среде необходимо развеять миф о ежедневных «войнах» на Кавказе. Именно этот психологический фактор в 57 случаях из 100 заставляет задуматься клиентов о посещении КМВ.

Однако современное экономическое состояние КМВ не позволяет решать насущные проблемы – управленческие, транспортно-логистические, а также обновление ветхой санаторной инфраструктуры.

Для улучшения ситуации был разработан проект «Стратегии социально-экономического развития эколого-курортного региона Кавказских Минеральных Вод до 2020 года». График реализации проекта изображен в таблице 1.

Основной проблемой КМВ можно считать не экономические провалы, а то, что в стране бытует позиция «незнания», что делать с этой территорией дальше. Данная проблема возникла в связи с тем, что местный бюджет СК не справляется с задачей, поставленной правительством. К сожалению, в крае сложилась тенденция увеличения дефицита бюджета из года в год. Основной причиной сложившейся ситуации, на наш взгляд, стало снижение налоговых поступлений за счет реструктуризации регионального бизнеса, сокращения количества субъектов малого и среднего предпринимательства и т.д. Уже на 1 августа 2013 г. долг Ставропольского края по своим обязательствам составлял 13 млрд руб. Нельзя и оставить без внимания тот факт, что на сегодняшний день крупные инвест-проекты не движутся, инвестиционные заявки порой явно исключают друг друга, а санаторный фонд быстро ветшает [4]. Все это напрямую влияет на уровень сервиса.

Т а б л и ц а 3 – Этапы реализации проекта «Стратегии социально экономического развития эколого-курортного региона Кавказских Минеральных Вод до 2020 года»

<i>Этап</i>	<i>Цель</i>	<i>Результат прохождения этапа</i>
I этап	Стратегический анализ региона. Проанализировать и оценить специализированные факторы, перспективы и ограничения развития. Провести комплексный анализ территориального планирования КМВ	Аналитические материалы
II этап	Формулирование стратегических альтернатив и определение критериев оценки для стратегического выбора. Разработать стратегическую карту развитие региона. Сформулировать альтернативы развития региона. Определить критерии оценки для стратегического выбора	Аналитические материалы: материалы развития региона; критерии оценки для стратегического выбора
III этап	Стратегический выбор и формализация Стратегии. Выбрать стратегические альтернативы	Программа до 2020 г. меры по реализации стратегии. Система мер господдержки КМВ
IV этап	Разработать систему показателей эффективности системы государственного управления регионом КМВ	Система государственного управления регионом. Рекомендации по разработке системы целевых показателей для региона
V этап	Доработать и оформить пакет документов стратегического планирования, а также разработать презентационные материалы	Презентация Стратегии развития КМВ

Несмотря на то, что курорты Северного Кавказа находятся в кризисном состоянии, наблюдаются и положительные моменты развития отрасли. Но для успешного функционирования курорты Северного Кавказа должны пройти модернизацию, включающую реализацию следующих мероприятий:

- провести реконструкцию и модернизацию объектов санаторно-курортного и гостиничного комплекса, что поможет в организации и развитии новых типов курортов в крае, а также обеспечит диверсификацию и повышение качества услуг по профилактике, оздоровлению и лечению;
- осуществить мероприятия экономического, политического характера для развития сектора высокотехнологичных медицинских услуг;
- построить новые санаторно-курортные и современные туристические объекты. В среднем необходимо к 2020 г. увеличить коечную емкость комплекса до 50,4 тыс. мест;
- эффективно использовать существующие лечебно-оздоровительные технологии, а также внедрять новые, основанные на применении природных и преформированных лечебных факторов;
- развивать новые типы предоставляемых услуг. Нацелить их не только на профилактику, а также на восстановление и укрепление здоровья;
- внедрять и развивать новые и популярные SPA-технологии;
- обеспечить продвижение санаторно-курортных и туристических услуг на внутреннем рынке страны за счет доступности этих курортов;
- повысить качество работы всей социально-бытовой и культурной сферы.

Список использованных источников:

1. В 2013 году на курортах Краснодарского края отдохнуло 11,6 миллионов туристов. URL: <http://kubano.ru/info/otdih-i-kurorti/v-2013-godu-na-kurortah-krasnodarskogo-k.html>
2. *Коханов С.В., Шацкая Е.Ю.* Проблемы подготовки персонала для предприятий туристической сферы // Молодые экономисты – будущему России: материалы V Международной научной конференции студентов и молодых ученых. – Ставрополь: изд-во СКФУ, 2013. С. 188–189.
3. *Мухорьянова О.А., Пасько Н.А.* Влияние присоединения Республики Крым к Российской Федерации на туристско-рекреационную деятельность в Краснодарском крае // Теоретические и при-

кладные аспекты современной науки: сборник научных трудов по материалам III Международной научно-практической конференции 30 сентября 2014 г.: в 5 ч. / под общ. ред. М.Г. Петровой. – Белгород, 2014. Ч. 5.

4. Мухорьянова О.А., Недвижай С.В. Особенности продвижения туристических услуг в регионе // Модернизация экономики и управления: материалы Международной научно-практической конференции. 27–28 марта 2013 г. – Ставрополь: СКФУ, 2013. С. 141–146.

5. Прилепских Е.О., Мухорьянова О.А. Развитие туризма на Северном Кавказе // Экономика и социум. 2014. № 1–2 (10). С. 581–584.

Д.И. Лысенко

Краснодарский университет МВД России

Научный руководитель:

А.И. Ладыга, к.э.н.

ПРОБЛЕМА РЕЙДЕРСКИХ ЗАХВАТОВ ПРЕДПРИЯТИЙ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

В условиях становления рыночной экономики и появления колоссального количества коммерческих организаций остро становится проблема сохранения своего бизнеса от тех людей, которые любыми законными и незаконными способами стараются завладеть имуществом и активами других, не принадлежащих им компаний. Другими словами, это просто поглощение одной фирмы другой помимо воли руководителя последней.

Такое явление специалистами в разных сферах именовалось всегда по-разному: «враждебное поглощение», «бандитизм», «корпоративный захват», «агрессивная скупка» и, наконец, получившее широкое распространение понятие «рейдерство».

В качестве определений этого понятия наиболее емким и ясным, по нашему мнению, является следующее: рейдерство – это поглощение предприятия или иное установление контроля над его активами против воли его собственника или руководства. Из определения видно, что даже если захват не сопровождается преступными незаконными действиями, то он в любом случае противоречит Конституции в части свобод человека, не говоря уже о моральных принципах и правил этики.

Рейдерство как общественно опасное явление появилось в России в середине 90-х годов прошлого века в условиях нестабильности экономики, роста преступности и высокой коррумпированности практически всех государственных структур. Как мы видим, это просто идеальные условия для процветания такого вида преступности. Впоследствии, когда экономика страны начала крепнуть и идти на подъем, рейдеры стали действовать более осмотрительно и продуманно, нередко привлекая для «грязной» работы граждан, ничего не смыслящих в проводимых ими операциях. Но говорить о сниже-

нии рейдерской активности ни в коем случае не приходилось. Напротив, уровень рейдерства в начале XXI века начал постепенно расти, переходя в галопирующую тенденцию. Как указывает ряд исследователей, в настоящее время рейдерство как незаконное посягательство на собственность получило особое распространение в нефтегазовом секторе, оптовой и розничной торговле, металлургии, финансовой сфере и сфере услуг. Не обошло оно стороной и агропромышленный комплекс.

По данным Счетной палаты в 2002 г. было зарегистрировано 1870 поглощений, три четверти из которых оказались недружественными. В период с 2004 по 2007 г. количество таких недружественных слияний возросло почти в четыре раза. К концу 2008 г. было зарегистрировано примерно 60 тыс. рейдерских атак. Но несмотря на эти неутешительные данные, количество возбужденных уголовных дел в 2006 г. насчитывалось 330, из них 45 были переданы в суд и лишь по 15 вынесен обвинительный приговор.

Даже после внесения поправок в УК РФ, касающихся антирейдерской политики (введение ст. 185.5 «Фальсификация решения общего собрания акционеров хозяйственного общества»), количество рейдерских атак не уменьшилось. Преступные элементы просто приспособились к изменившемуся законодательству и начали захватывать в большей части некрупные предприятия. Поэтому проблему выхода из сложившейся ситуации нужно было решать путем выдвижения новых идей и воплощения их в жизнь.

Самым малозатратным способом для злоумышленников является подделка документов и передача их для государственной регистрации. Например, имели место случаи, касающиеся изменения данных в реестре акционеров. В данном реестре отражается доля каждого акционера компании. Следовательно, чтобы осуществить рейдерский захват, скупать акции совсем не обязательно, а достаточно просто изменить данные в реестре, тем самым увеличив свою долю акций. После таких махинаций необходимо будет только зарегистрировать данные документы в налоговой инспекции под предлогом произведенных изменений в составе руководства на последнем внеплановом собрании. Когда такая «формальность» будет улажена, злоумышленники получат возможность распоряжаться активами организации, обладая контрольным пакетом

акций. Конечно, при этом настоящее руководство быстро узнает о случившемся, но оперативно повлиять на данный процесс просто не получится, и имущество компании будет, скорее всего, быстро распродано.

Мерой защиты от такой формы рейдерства может служить еженедельное получение выписки из ЕГРЮЛ о состоянии имущества компании. Это позволит своевременно обнаружить радикальные изменения в документах и вовремя заморозить счета и предпринять иные антирейдерские меры.

Не следует упускать из вида и возможность налаживания личных контактов в налоговых и правоохранительных органах, что в ряде случаев может быть даже более действенным методом защиты от захвата, нежели получение выписки. При этом происходит незамедлительная реакция на попытку рейдерского захвата: со стороны налоговых служб – недопущение махинаций с реестром и оповещение собственника компании, а со стороны правоохранительных органов – оперативная реакция на сложившуюся ситуацию и задержание виновных лиц.

Рейдерский захват может осуществляться и с применением шантажа. В таком случае может быть оказано давление на руководителя или других ключевых лиц компании как со стороны самих рейдеров, так и со стороны органов государственной власти. Нередки и случаи, когда «белое» и «черное» виды рейдерства проводились в совокупности, дабы снизить до минимума ответственность за преступные деяния. Так, например, в адрес руководителя или акционеров поступают многочисленные предложения о продаже своих акций по существенно заниженной цене. Если жертва отказывается от предлагаемых условий, то начинают поступать уже угрозы, причем они могут иметь вид юридических документов из судебных органов или компрометирующих материалов из правоохранительных структур. Обычно под таким натиском жертва сдается и соглашается на совершение сделки, а злоумышленники, завладев миноритарным пакетом акций, инициируют собрание акционеров, где происходит смена руководства и, следовательно, захват предприятия.

Анализ противоправной практики по захвату земельных ресурсов последних лет условно позволяет выделить два типа рейдерских налетов в зависимости от территориального признака: в

городах и сельской местности. Каждый из озвученных выше типов рейдерских захватов имеет ряд своих особенностей. В первом случае наибольшая активность рейдеров наблюдается, как правило, в крупных городах, что продиктовано рядом объективных причин, среди которых можно выделить тот факт, что большинство предприятий (владельцев соответствующих территорий) располагаются непосредственно в городской черте, а наибольшая стоимость земельных участков наблюдается в загородных участках. Поэтому в данном случае целью земельных рейдеров будет захват предприятия-владельца данного земельного участка путем корпоративного захвата, так как такой подход обеспечивает наибольшую рентабельность для захватчиков. Это обусловлено тем, что последующая процедура перевода земли в иную категорию в соответствии с сегодняшним законодательством будет попросту не нужна или будет проведена с минимальными затратами (раньше эта процедура представляла хоть какой-то барьер для рейдеров).

Также в современной практике рейдерства выделяют получение в собственность непосредственно земельного участка в основном сельскохозяйственного назначения. В этом случае основным инструментом воздействия выступает злоупотребление доверием собственников, а также их юридической малограмотностью, так как собственниками здесь чаще всего являются жители сельской местности (часто пенсионеры, закрепившие за собой право собственности на земельные паи). В связи с этим нередко законные владельцы земельных участков часто добровольно передают их в собственность захватчикам.

Земли близ крупных городов и участки сельскохозяйственного назначения являются наиболее желанной добычей для рейдеров, и в обоих случаях полученные в собственность территории используются по своему назначению (либо перепрофилируются), но чаще всего они продаются третьим лицам в целях получения спекулятивной прибыли.

В целях повышения правовой готовности жителей сельской местности противостоять давлению рейдеров необходимо создание в каждом муниципалитете специализированных пунктов, консультирующих граждан в области применения законодательных актов Российской Федерации, регистрации (перерегистрации

прав собственности), методов рейдерского захвата и т.п. Вариантом защиты от захватнической деятельности рейдеров в сельской местности может быть предложение своего пая земли специализированной организации, занимающейся эффективным управлением таких территорий. Необходим периодический мониторинг и инвентаризация сельскохозяйственных земель, позволяющие не только защищать эти территории от рейдерских посягательств, но и поддерживать их в соответствующем виде.

Кроме этого, для обеспечения экономической безопасности в сфере сельского хозяйства, в том числе и для предотвращения рейдерских захватов, представляется необходимым соблюдение всех норм российского законодательства, а именно: ведение надлежащего бухгалтерского учета и делопроизводства, соблюдение техники безопасности и правил хранения документации.

Как мы видим, защититься от рейдерства порой бывает совсем не просто. Но существуют и такие меры защиты, которые злоумышленникам бывает сложно преодолеть в силу ряда причин. Такими средствами могут служить принятие решения о создании эшелонированного (ступенчатого) совета директоров и применение так называемой «отравленной пилюли». Все эти меры обязательно указываются в уставе фирмы.

Ступенчатый совет директоров, используется в настоящее время в корпорациях развитых стран. Он способен обезопасить предприятие, если выполняются условия: 1) в совете директоров такого типа существует несколько групп (обычно три) и переизбирать участников совета можно только в одной группе за календарный год; 2) в уставе фирмы можно сделать пометку о запрете смещать директоров без указания причин; 3) акционеры при эшелонированном совете директоров не имеют права увеличивать количество директоров при освобождении вакансий (что также прописывается в уставе).

Такие меры вполне могут заставить злоумышленников отказаться от своей затеи о рейдерском захвате. Ведь при такой политике им придется затягивать эту процедуру как минимум на два года и все это время оставаться в тени. Риск рейдерского мероприятия может оказаться слишком высоким.

«Отравленная пилюля» – это ценные бумаги, позволяющие акционерам совершить ряд действий при попытке захвата, то есть на-

деляет их особыми правами. Обычно «отравленной пилюлей» является специальный дивиденд в форме варранта. С его помощью можно скупать акции по заранее оговоренной цене в обычное время или со скидкой до 75% при попытке захвата организации.

Как правило, проводить вышеуказанные антирейдерские меры целесообразнее в совокупности. Тогда риск стать жертвой преступников сводится практически к нулю. Применение только одного из способов защиты не исключает рейдерского захвата: в первом случае захват будет осуществлен, но за два года; во втором – «пилюли» могут быть отменены на внеплановом собрании акционеров большинством голосов.

Можно выделить еще и некоторые дополнительные меры защиты, которыми, на наш взгляд, пренебрегать не стоит:

- передавать активы компании в качестве залога различным кредиторам, тем самым обременив их;
- компании выступить в качестве поручителя перед кредитором за своего же должника, что позволит при захвате взыскать сразу все долги сразу;
- хранить важнейшие документы, такие как реестр акционеров, не в самой организации, а в банковской ячейке;
- вносить положения при заключении договора с контрагентом об обязательном уведомлении руководства компании при попытке изменения реестра или других документов.

Очевидно, что безопасность сохранения активов и независимости каждого отдельного юридического лица во многом зависит от самого руководства компании. Несовершенство законодательства в этой сфере и коррумпированность государственных органов власти позволяет преступникам реализовывать планы, используя «белое» рейдерство (т.е. по закону вполне реальные схемы), не говоря уже о более опасных с точки зрения закона способах. Пока все эти недочеты не будут устранены на законодательном уровне, проблему захвата организаций считать решенной ни в коем случае нельзя.

Список использованных источников:

1. *Фаснсон. М.И.* Рейдерство (недружественный захват предприятий): практика современной России. – М.: Альфа-Пресс, 2007.

2. Рудик О.С. Явление рейдерства в современной России // Актуальные вопросы публичного права. – Екатеринбург: Уральская государственная юридическая академия, 2010. С. 263.

3. Киреев А.Ю. Рейдерство в российской экономике: сущность, тенденции и возможности противодействия: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М., 2008. С. 10–11.

4. Сажнев А.Н. Возможности противодействия рейдерству: комплекс экономических мер и мероприятий предпринимательских структур // Социально-экономические явления и процессы. – 2010. – № 4.

5. О внесении изменений в Уголовный кодекс РФ и в ст. 151 Уголовно-процессуального кодекса РФ. URL: «КонсультантПлюс»: Федер. закон. от 1 июля 2010 г. № 147-ФЗ.

Ю.А. Миронова

Краснодарский университет МВД России

Научный руководитель:

М.В. Бойко, к.э.н.

СТРАТЕГИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ РЕЙДЕРСТВУ

Рейдерство на данный момент является одним из самых труднораскрываемых экономических преступлений. Ежегодно в России совершается свыше 60 тыс. фактов рейдерских атак. По данным СК при прокуратуре РФ, только с 2008 по 2010 г. суммарный ущерб от действий рейдеров составил более 4 млрд руб. Сложность в определении рейдерского захвата заключается в том, что руководитель предприятия либо слишком поздно распознает преступный умысел и целенаправленность действий злоумышленников, когда защитить свое предприятие уже представляется маловероятным, либо когда захват совершается в тайне от руководителя и он узнает об этом только тогда, когда преступное деяние уже совершено. Как правило, подобный вид преступлений организуют лица, которых смело можно назвать «интеллектуальной элитой» криминального мира, так как данное деяние требует специальных знаний в области права и экономики, богатого практического опыта, прекрасного знания финансовой системы и рынка ценных бумаг. Поэтому довольно сложно установить виновных лиц и степень участия каждого, ведь в основном такие преступления совершаются группой лиц, состоящей из профессионалов своего дела.

В последнее десятилетие в связи с переходом экономики на новый этап представители криминальной сферы стали применять все более ухищренные способы совершения преступлений в сфере экономики. Это связано, прежде всего, с увеличением уровня коррупции, с наличием «пробелов» и «лазеек» в законодательстве, с недобросовестным исполнением должностными лицами своих обязанностей, несовершенным функционированием контролирующих и правоохранительных органов. Кроме того, среди рейдеров увеличилось количество усовершенствованных схем захвата предпри-

ятий. С одной стороны, распознать большинство из них на первоначальной стадии захвата представляет определенную сложность, а с другой – большее число захватов предприятие само в силах вовремя распознать и пресечь, тем самым защитив себя от нападения.

При осуществлении своей деятельности управляющим лицам предприятия необходимо обращать внимание на некоторые признаки готовящегося или совершающегося рейдерского захвата. К ним следует отнести:

- внезапные проверки правоохранительных и контролирующих органов;
- предъявление судебных исков предприятию миноритарными акционерами, простыми акционерами, физическими и юридическими лицами;
- выкуп долговых обязательств предприятия;
- активный сбор различной информации о предприятии;
- исчезновение документов, образцов подписей, печатей предприятия;
- подкуп и заманчивые предложения менеджерам предприятия;
- навязывание партнерства как отдельными лицами, так и предприятиями.

Стратегия противодействия рейдерству может осуществляться как в рамках превентивных или профилактических мер, так и в рамках экстренных мер.

Превентивные (профилактические) меры разрабатываются в том случае, когда отсутствует реальная опасность недружественного поглощения, но предприятие не исключает этой возможности или в случае, когда имеются хотя бы малейшие подозрения на факты готовящегося захвата. Целью принятия профилактических мер защиты от рейдерского захвата является именно предупреждение и пресечение попыток неправомерного завладения предприятием. Рассмотрим некоторые профилактические меры.

1. *Активный сбор и анализ внешней информации.* Своевременное выявление администрацией факта активного сбора информации о предприятии может в значительной степени защитить предприятие от враждебного поглощения. В современном мире информация является мощным оружием. При всем при этом существуют некото-

рые признаки, позволяющие предполагать, что в отношении предприятия, вероятно, может готовиться рейдерский захват. К последним относится внезапная активность миноритарных акционеров. Миноритарные акционеры – это акционеры, которые не наделены правом управления предприятием и владеют от 1% акций. Их схема такова: приобретая от 1% акций предприятия, они начинают требовать предоставить им различные данные, такие как информация об акционерах, которым принадлежит значительная доля акций, информация о покупателях и поставщиках, бухгалтерские документы и т.д. Данная активность миноритарных акционеров очень подозрительна и должна вызывать опасение у администрации.

Следующим фактором, должным вызывать опасение является ничем не обусловленный интерес СМИ. В данном случае следует выяснить, какими причинами вызвана данная активность, проанализировать источники информации и принять меры.

Появление различных правовых проблем увеличивает вероятность того, что в отношении предприятия готовится рейдерский захват. Так, преступность использует определенные схемы для добывания информации через суд (согласно ч. 4 ст. 66 АПК и ч. 2 ст. 57 ГПК). На предприятии внезапно начинают проводиться проверки налоговыми и правоохранительными органами. Их начинают интересоваться отдельные управленческие и бухгалтерские документы. В таком положении для компании очень важно изучить способы поглощений предприятий в данном регионе или подобной отрасли в целях отождествления ситуаций.

2. Надежная защита инсайдерской информации. К инсайдерской информации относится точная и конкретная информация, которая не была распространена или предоставлена (в том числе сведения, составляющие коммерческую, служебную, банковскую тайну), распространение или предоставление которой может оказать существенное влияние на цены финансовых инструментов, иностранной валюты и (или) товаров. Данная мера предполагает надлежащее хранение и защиту бухгалтерских и иных документов, подписание и разработку положений о неразглашении конфиденциальной информации с менеджерами высшего звена.

3. Приведение в порядок корпоративных и учредительных документов с целью минимизировать возможности агрессора по захва-

ту предприятия. Прежде всего необходимо устранить противоречия в учредительных документах, которые часто встречаются. Чтобы у агрессора не было возможности найти лазейки. В первую очередь нужно привести в порядок те документы, которые содержат информацию о порядке внесения изменений в учредительные документы, порядке уведомления акционеров о проведении собраний, полномочий исполнительных органов, процедуре принятия решений на внеочередном собрании акционеров, порядке образования и досрочного прекращения полномочий единоличного исполнительного органа и т.д.

4. *Осуществление работы с менеджерами высшего звена, направленной на побуждение у них делового интереса в развитии бизнеса.* Сами менеджеры должны быть заинтересованы в развитии организации и стремиться к должностному росту, а не занимать временные должности. Быть правой рукой и надежным помощником главного управляющего.

5. *Работа с акционерами.* Следует обратить внимание на активность их участия в управлении предприятием, выяснить цели, которые они преследуют. Особого внимания заслуживают миноритарные акционеры. Как показывает практика, очень часто, именно они образуют брешь в системе защиты предприятия. Изучая и присматриваясь к каждому из них, можно выявить преступные цели.

6. *Управление кредиторской задолженностью.* Имеющаяся задолженность является мощным рычагом давления на организацию. Поэтому необходимо не допускать просроченных задолженностей, а также осмотрительно выбирать контрагентов и партнеров.

7. *Защита акционеров от утраты акций и их хищения.* Данная схема будет наиболее эффективной при выкупе акций у миноритариев. Целесообразно внедрить схему перекрестного владения акциями, а также разработать схему защиты от хищений. Необходимо создание условий, исключающих возможность внесения незаконных изменений в записи по лицевым счетам в реестре акционеров. Рекомендуемая специалистами передача акций в доверительное управление хоть и является, с одной стороны, крайней мерой, но, с другой стороны, она недостаточно эффективна.

8. *Защита активов* может осуществляться способами внедрения холдинговой структуры (так называемая схема четырех углов), вы-

вода активов на другие подконтрольные предприятия, обременения активов. *Внедрение холдинговой структуры* подразумевает выделение четырех отделений – владельческого, управленческого, производственного и торгового блока. Каждый блок является самостоятельным юридическим лицом, тем самым снижается риск завладения предприятием, так как захватчику будет невыгодно владеть одним отделением, которое обладает узкими полномочиями. *Вывод активов* хоть и самый надежный способ, но и самый радикальный: активы временно перемещаются в дружественные организации. *Обременение активов* усложняет для агрессора процесс поглощения и делает этот процесс менее привлекательным.

В тех случаях, когда факт недружественного поглощения предприятия неизбежен, необходимо моментально, оперативно и организовано принять *экстренные меры*. Данные меры предпринимаются в тех случаях, когда существует полная уверенность в том, что захват предприятия уже готовится или совершается.

1. При первых признаках начала рейдерского захвата наиболее эффективно проводить *добровольное блокирование операций по лицевому счету акционера*, которое возможно в течении трех дней.

2. *Контркупка собственных акций* представляет довольно затратный способ, но и эффективный лишь в том случае, когда организация обладает достаточными денежными средствами для покупки акций у акционеров. Агрессору будет выгодно продавать свои акции по завышенной цене, но если он упорно преследует цель завладеть предприятием, есть вероятность применения им более жестких способов.

3. *Дополнительная эмиссия акций по закрытой подписке* принимается в том случае, если в уставный капитал внесены сведения об объявленных акциях и решение может быть принято на собрании акционеров.

4. *Обратное поглощение* – наиболее затратный метод из всех представленных. Он предполагает скупку акций предприятия-захватчика, тем самым, меняя интересы агрессора, который в первую очередь начнет уделять внимание защите своего предприятия.

5. *Тактика «продажа сокровищ», тактика «выжженной земли»* направлены на то, чтобы сделать предприятие менее привлекательным. Приобретение имущества в долг, при оплате в рассрочку,

получение кредита под огромные проценты – все это приемлемые способы обесценить свое предприятие в глазах рейдеров. Главное, чтобы эти действия по возможности не приобретали ущербный, необратимый характер.

6. *Тяжба* – возбуждение различных встречных исков со стороны компании, чтобы оттянуть захват и сделать его более дорогостоящим для захватчика.

7. *«Золотой парашют»*. Данный метод предполагает социальное страхование трудового персонала. Применяется в основном в странах Запада и не получил широкого распространения в нашей стране. Предполагает внесение в трудовой договор с менеджерами условий дополнительных компенсационных выплат в случае рейдерского захвата. Такой трудовой договор, как правило, заключается на срок не свыше одного года.

8. *Обращения в правоохранительные, надзорные органы, а также специальные государственные структуры, призванные бороться с рейдерством*. Данные методы уместны в случае существующего «тревожного пакета», который формируется из основных документов предприятия, их копий, образцов почерка руководителя и акционеров и в случае захвата передается в государственные органы.

Не стоит забывать, что часто рейдерские захваты совершаются с применением физической силы и насилия, поэтому предприятию, прежде всего, следует позаботиться о надежной системе охраны.

Представленные в научной статье меры защиты предприятия не являются исчерпывающими. Вследствие развития экономики и перехода ее на новый инновационный путь потребность в новых и гибких методах борьбы с рейдерством становится все острее. Криминальный бизнес развивается в новых форматах, поэтому должное внимание требуется уделять профилактике и борьбе с рейдерством и минимизации криминализации общества.

Список использованных источников:

1. *Репин В.А.* Особенности выявления преступлений, связанные с незаконным захватом имущественного комплекса юридического лица // Журнал «Вестник» Волгоградской академии МВД. 2013. № 4 (27). С. 124–125.

2. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации от 28.06.2014 № 95-ФЗ.

3. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации от 21.07.2014 № 138-ФЗ.

4. Федеральный закон от 27.07.2010 № 224-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О противодействии неправомерному использованию инсайдерской информации и манипулированию рынком и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

М.В. Николаева

*Финансовый университет
(Калужский филиал)*

*Научный руководитель:
Н.С. Сергиенко, к.э.н., доцент*

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ДОРОЖНЫХ ФОНДОВ В РОССИИ И ВЕЛИКОБРИТАНИИ

С каждым годом количество автомобилей в нашей стране и во всем мире неуклонно растет. Это порождает проблему финансирования дорожного хозяйства. В данной статье будет рассмотрена история развития источников финансирования дорожного хозяйства в России и Великобритании.

Российская Федерация – самая большая по территории страна в мире. Показатель протяженности автомобильных дорог в нашей стране составляет 1 283 387 км. Этот показатель ставит Россию на пятое место в мире, что, бесспорно, вызывает необходимость огромных финансовых вложений в содержание и обслуживание автомобильных дорог. Отсюда вытекает и потребность в контроле над состоянием и качеством дорожного покрытия и за выполнением дорожных работ [3].

Механизм финансирования вышеуказанных работ подразумевает фондovou форму формирования и использования финансовых ресурсов – Дорожный фонд.

Согласно статье 179.4 Бюджетного кодекса РФ дорожный фонд представляет собой часть средств бюджета, которая подлежит использованию на финансовое обеспечение дорожной деятельности в отношении автомобильных дорог общего пользования, ремонта и капитального ремонта дворовых территорий многоквартирных домов, а также проездов к дворовым территориям многоквартирных домов населенных пунктов [1].

Теперь дорожные фонды в России создаются как на федеральном, так и на региональном и муниципальном уровнях власти.

Дорожные фонды в современной России появились относительно недавно. Произошло это после принятия Закона РСФСР №1759-1 «О дорожных фондах в РСФСР» в октябре 1991 года.

В соответствии с этим законом закреплялось создание дорожных фондов на федеральном и региональном уровнях в качестве внебюджетных. К источникам формирования дорожных фондов того времени можно отнести налог на пользование автомобильными дорогами, налог на реализацию различных видов смазочных и горючих материалов, акцизы от продаж легковых автомобилей гражданам, налог на приобретение автотранспорта, а также налог с владельцев транспортных средств. Позднее в рамках мероприятий по реализации Закона РФ от 25 декабря 1992 г. №4226-1 «О внесении изменений и дополнений в Закон РСФСР «О дорожных фондах в РСФСР» была изменена структура распределения доходов дорожных фондов между бюджетами этих фондов на разных уровнях управления.

В 1994–1995 гг. по разным причинам значительно сокращаются объемы финансирования мероприятий в рамках дорожных фондов. Это в итоге привело к необходимости ликвидации Федерального дорожного фонда, что и было сделано в соответствии с Федеральным законом от 5 августа 2000 г. №118-ФЗ «О введении в действие части второй Налогового кодекса Российской Федерации и внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации о налогах». Этим законодательным актом была также предусмотрена ликвидация территориальных внебюджетных дорожных фондов. Причинами упразднения дорожных фондов были названы нецелевое использование средств фондов и коррупция.

Однако история развития дорожных фондов в России не закончилась на этом этапе. В 2011 г. в результате принятия Федерального закона РФ от 6 апреля 2011 г. № 68-ФЗ «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» система дорожных фондов была воссоздана. Целью данного мероприятия являлось приведение дорожных сетей России в нормативное состояние.

Законодательством было закреплено, что дорожные фонды могут создаваться на федеральном, региональном и местном уровнях. Причем на первых двух уровнях дорожные фонды создавались в обязательном порядке, в то время как на муниципальном уровне данное решение принималось муниципалитетом самостоятельно.

Законодательством также установлен базовый объем бюджетных ассигнований Федерального дорожного фонда, что составляет 345 000 000,0 тыс. руб. Эта сумма подлежит индексации на уровень инфляции, прогнозируемый на соответствующий финансовый год, и бюджетных ассигнований, которые равны прогнозируемому на соответствующий финансовый год объему доходов от акцизов на различные виды топлива и моторные масла для двигателей, производимых на территории Российской Федерации и поступающих в бюджеты бюджетной системы Российской Федерации, увеличенному в 1,1 раза.

С 2017 г. в составе базового объема бюджетных ассигнований Федерального дорожного фонда должны предусматриваться бюджетные ассигнования на предоставление иных межбюджетных трансфертов бюджетам субъектов РФ в целях финансового обеспечения деятельности в дорожной сфере в размере 22,4 % указанного объема бюджетных ассигнований Федерального дорожного фонда на соответствующий финансовый год.

Другие межбюджетные трансферты из федерального бюджета бюджетам субъектов РФ на финансовое обеспечение дорожной деятельности распределяются между бюджетами субъектов РФ по нормативам, равным нормативам распределения доходов от акцизов на различные виды топлива, моторные масла для двигателей в бюджеты субъектов Российской Федерации, в соответствии с установленным федеральным законом о федеральном бюджете на очередной финансовый год и плановый период [1].

Бюджетным законодательством определено, что Правительство РФ устанавливает порядок формирования и использования бюджетных ассигнований Федерального дорожного фонда.

Бюджетные ассигнования Федерального дорожного фонда, которые не были использованы в текущем финансовом году, увеличивают бюджетные ассигнования Федерального дорожного фонда в следующем финансовом году.

В отношении региональных дорожных фондов Бюджетный кодекс РФ (ст. 179.4) определил, что дорожный фонд субъекта РФ создается законом субъекта РФ. При этом структура доходов дорожного фонда субъекта РФ может быть представлена в следующем виде: доходы бюджета субъекта РФ от акцизов на автомобильный

бензин, прямогонный бензин, дизельное топливо, моторные масла для дизельных, карбюраторных, инжекторных двигателей, произведенные на территории РФ и зачисляемые в бюджеты субъектов РФ; доходы консолидированного бюджета субъекта РФ от транспортного налога и иных поступлений в бюджет субъекта РФ, которые утверждены законом субъекта РФ и предусматривают создание дорожного фонда субъекта РФ. В соответствии с законодательством муниципалитеты имели право на создание дорожных фондов, но этот пункт не являлся обязательным, и решение о создании внебюджетного дорожного фонда на местном уровне принималось муниципалитетами самостоятельно [1]. Однако с 1 января 2014 г. в целях повышения эффективности деятельности муниципальных дорожных фондов в соответствии с Федеральным Законом от 3 декабря 2012 г. № 244 «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» все муниципальные образования обязаны создать муниципальные дорожные фонды [2].

В настоящее время еще сложно делать какие-либо выводы об эффективности работы возрожденных дорожных фондов в России, так как прошло слишком мало времени с момента их появления. Но во многих регионах отмечается, что качество дорожного покрытия стало намного лучше, наблюдается регулярное строительство новых и ремонт старых автомобильных дорог.

Исследование показало, что за рубежом дорожные фонды появились значительно раньше, чем в России. Примером тому служит опыт Великобритании.

Разумеется, территория Великобритании гораздо меньше, чем территория России, но, тем не менее, Соединенное Королевство занимает 17 место по длине сети автомобильных дорог в мире и 28 место в мире по количеству автомобилей на 1000 чел. [3].

Дорожный фонд Великобритании был создан для финансирования строительства и содержания автомобильных дорог. Изначально доходом этого фонда являлись автомобильные акцизы, но в 1936 г. на эти цели стал направляться транспортный налог, а позже и государственные гранты. Эта система сформировалась в соответствии с такими законодательными актами, как «*Roads Act*» (1920 г.) и «*Finance Act*» (1920 г.) и просуществовала до 1955 г. [4].

Собственно, история дорожного фонда Великобритании начинается с 1888 г., когда правительство предпринимает попытки сократить расходы бюджета на содержание дорог. В 1909 г. был введен налог для автомобилистов, зависевший от мощности автомобиля, а также акцизы на бензин.

В 1907 г. жители Великобритании столкнулись с проблемой загрязнения воздуха из-за пыли, которую поднимали автомобили, в связи с чем потребовалось дополнительное обслуживание дорог. Размер транспортного налога был установлен в размере одного фунта с лошадиной силы. Такой налог помог решить «пыльную» проблему [4].

В то же время министр финансов Дэвид Ллойд Джордж заявил, что дорожная система должна перейти на самофинансирование. В связи с этим был создан Дорожный совет (Road Board), призванный структурировать транспортный налог и акцизы и направлять их на строительство и ремонт дорог. В 1920 г. Дорожный совет был реформирован в Дорожный фонд.

Известно, что Дорожный фонд Великобритании ни разу не был использован полностью. Неоднократно выяснялось, что его средства используются на совершенно другие цели. Многие политические деятели нелестно отзывались о работе Дорожного фонда, например, Уинстон Черчилль. В 1932 г. лейтенант-полковник Мур-Брабазон в дебатах Палаты общин также выразил свое мнение против Дорожного фонда: предложил сократить размер транспортного налога, так как неуклонно сокращались и расходы на обслуживание дорог, что, по его мнению, выражало крайнюю степень несправедливости в отношении автовладельцев.

Формирование и использование средств Дорожного фонда было прекращено в 1936 г. Теперь доходы, которые прежде поступали в Дорожный фонд, стали поступать непосредственно в Министерство Финансов, а содержание и строительство дорог стало финансироваться за счет государственных грантов. В 1955 г. Дорожный фонд был окончательно ликвидирован. Основной причиной ликвидации Дорожного фонда Великобритании было названо нецелевое использование денежных средств фонда. Хотя эта мера, на наш взгляд, в большей мере реализует принцип единства кассы.

В настоящее время строительство и обслуживание автомобильных дорог в Великобритании финансируется совместно Ми-

нистерством транспорта Великобритании и корпорацией «*Highways Agency*», которая с 27 июня 2014 г. полностью перешла в государственную собственность. К 2020 г. Правительство Великобритании планирует потратить на содержание дорожного хозяйства 28 триллионов фунтов стерлингов.

Таким образом, мы видим, что дорожные фонды в Великобритании были созданы гораздо раньше, чем в нашей стране. Можно также выявить закономерность: как в Великобритании, так и в России в разное время от дорожных фондов отказывались, но в обеих странах вновь создавались специальные структуры, отвечающие за содержание дорожного хозяйства. В России такой структурой стал возрожденный Дорожный фонд, а в Великобритании – Министерство транспорта и государственная корпорация «*Highways Agency*», что подчеркивает необходимость обособления органов, осуществляющих деятельность в сфере дорожного хозяйства.

Список использованных источников:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации.
2. Федеральный Закон от 3 декабря 2012 № 244 «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации».
3. Central Intelligence Agency: The World Factbook. URL: <https://www.cia.gov>
4. *Daunton, Martin J (2002). Just Taxes: The Politics of Taxation in Britain, 1914–1979. England: Cambridge University Press.*
5. Investing in Britain's future. URL: <https://www.gov.uk>

Е.А. Панченко

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
В.Р. Маркарян, к.э.н., доцент*

СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИКИ РОССИИ И СПОСОБЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ

Современная экономика России находится в сложном положении, в связи с неблагоприятным изменением цен на нефть и возрастанием напряженности в отношениях с США и западным сообществом. Нынешняя ситуация требует поиска комплексных, разносторонних мер и в первую очередь развития отечественной экономики. Россия долгое время потребляла слишком много иностранных товаров, но сейчас наступило время, когда необходимо перестать зависеть от других, потому что страна способна обеспечивать себя всем необходимым самостоятельно.

Экономика каждой отдельной страны не может быть полностью самостоятельной, не зависящей от мировой экономики в целом. Валютный курс напрямую зависит от торговли между странами, а торговля зависит от товаров. Товары зависят от производства, а производство зависит от ресурсов и средств для выполнения поставленных задач. Замкнутый круг. Но все эти факторы не спонтанны, на них можно влиять, добиваясь более выгодных позиций.

Ситуация с экономикой России осложнена тем, что мы не используем весь потенциал наших возможностей, чтобы развиваться на мировой арене. Основа русской экономики, на которой, можно сказать, держится курс рубля – нефть. Таким образом, мы полностью зависим от нее: от цены на нефть, ее количества и спроса.

Экономика США славится своей развитостью и стабильностью валютного курса – доллара. Доллар не самая дорогая валюта, но самая стабильная, отчего на нее и идет такой спрос. Этот успех достигнут тем, что экономика США – это единый сплоченный механизм, где каждый элемент дополняет друг друга, сводя избытки к минимуму.

Но только из-за этого нельзя сказать, что экономика США лучшая и равных ей быть не может. В России экономика построена другим способом и держится на продаже сырья, а не на производстве, что, конечно, тормозит ее развитие. Производство позволяет вести более выгодную торговлю, а продажа сырья полностью не окупает расходование запасов России из-за дешевизны получаемой прибыли с продаж (причем не все источники ресурсов возобновляемые). Однако и экономику России можно развивать и модифицировать.

После ввода санкций в конфликте «США – Россия» ощущается дискомфорт, потому что мы стали чувствовать «пробелы» в экономике нашей страны, которые раньше закрывались импортом товаров иностранного производства. Но можно ли рассматривать эту ситуацию только как отрицательную? Да, Россия не использует весь свой потенциал, но, возможно, сейчас тот самый момент, когда нам «специально» дали возможность «встать на ноги». Сейчас экономика нашей страны полностью в наших руках. Мы ни от кого не зависим и имеем все возможности для развития экономики внутри страны. Мы имеем все необходимые ресурсы, чтобы создать новую модель экономики, где все элементы ее структуры будут взаимно дополнять друг друга. На это потребуются годы, но чем раньше начать, тем быстрее можно добиться желаемого результата.

Чтобы развивать производство в стране, необходимо заинтересовать в этом людей и создать для них выгодные условия. России нужно поддерживать производителей и предпринимателей и, как вариант, по возможности снизить для них налоги.

Мы используем слишком много иностранного товара, что нужно ограничивать. Население России привыкло отвергать отечественную продукцию в пользу зарубежной. Но почему сложился стереотип, что зарубежная продукция всегда лучше? Необходимо развивать отечественное производство, всячески поддерживать инициативу предпринимательства в стране. Качество родного товара и его количество на рынке должно увеличиваться, как и доверие населения к нему. Тогда мы сможем не только развивать экономику сохраняя бюджет внутри страны, но также торговать этим товаром, что позволит укрепить рубль. К тому же в экстремальных ситуациях, когда либо все, либо ничего (т.е. либо Россия сейчас организовывает свое производство, на котором будет жить страна, либо нас ждет

большой кризис), приходит множество хороших идей, которые как раз и могут стать решением проблемы качества отечественного производства (например, автомобильная промышленность).

Следует убедить население, что хранить деньги в рублях безопасно. Действительная опасность возникнет только тогда, когда все начнут пользоваться долларами. До тех пор, пока население России будет пользоваться рублями в обороте и использовать по большей части отечественную продукцию, рубль в безопасности. К тому же современная ситуация с удешевлением курса рубля не так плоха для России, как многим кажется. Если рубль дешевеет, то и отечественные продукты становятся дешевле, что облегчает жизнь населению и помогает развитию производства внутри страны, так как делать это становится проще.

Главное направить все силы сейчас к тому, чтобы отечественная продукция стала на первое место по предпочтению среди населения России. Это решит многие проблемы. Когда появляется спрос, тогда и рождается предложение.

ОТНОШЕНИЯ РОССИИ И КИТАЯ В ПОГОНЕ ЗА РЕСУРСНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ АРКТИКИ

Сегодня любые фундаментальные изменения в сфере энергетики вызывают колоссальный общественный резонанс. Таковыми были угольная, зеленая и сланцевая революции. Обнаружение новых богатых месторождений также привлекает большой интерес и обязывает страны на основе дипломатических отношений заключать договоры. Особое внимание в последнее время приковано к Арктике, которая становится точкой пересечения интересов ряда крупнейших игроков на мировой арене.

Сегодня Россия занимает одно из ведущих мест в мировой системе оборота энергоресурсов. Стратегия нашего государства в энергетической сфере заключается в полноценной интеграции в мировой рынок энергоресурсов, укреплении позиций на нем и получении наибольшей выгоды для национальной экономики.

В силу географического положения, а также сосредоточения стратегических интересов России в арктическом регионе было бы крайне неразумно оставаться на периферии всех этих процессов. Уже сейчас доля арктических ресурсов в общероссийском экспорте составляет 22%.

На современном этапе основными задачами РФ в этой сфере являются:

- обоснование претензий РФ на арктическую территорию;
- преобразование территории Крайнего Севера в ведущую ресурсную базу России;
- изолирование арктического региона от неарктических акторов.

Решение вышеуказанных задач затрудняется влиянием неблагоприятных геополитических факторов, таких как введение экономических санкций против нашего государства.

В силу влияния обостряющейся в современном мире энергетической проблемы растет экономический интерес к освоению территории Арктики как у стран имеющих общие границы, так и у всех остальных. Среди таких стран можно выделить Китай – государство с самой большой экономикой в мире.

Анализ арктического вектора во внешней политике КНР позволяет говорить о том, что в последние два года Арктика вошла в число внешнеполитических приоритетов Пекина. Это можно проследить и по количеству визитов высокопоставленных китайских чиновников и дипломатов в страны арктической зоны, с заманчивыми инвестиционными предложениями.

Принимая во внимание то, что на настоящий момент Китай занимает лидирующую позицию в мире в производственной сфере, опередив США, не стоит забывать, что у КНР имеются некоторые трудности в сфере энергетики, а именно:

- нехватка стратегических запасов нефти;
- зависимость от внешних поставок энергоносителей;
- транспортно-логистическая система доставки энергоносителей несет в себе потенциальные риски.

Все это говорит о том, что решая существующие проблемы экономического развития, Китай будет вынужден искать возможные пути установления партнерских отношений с государствами, обладающими правами на разработку месторождений Арктического региона.

Следует учитывать и возрастающую конкуренцию за расположение китайского руководства с его финансовыми возможностями среди стран арктического региона. Ведь Пекин располагает относительной свободой в выборе потенциальных партнеров, а пассивность в данном вопросе может стать очередной внешнеполитической неудачей, которая обернется материальными потерями для России.

Взаимная заинтересованность в развитии отношений России и Китая в рамках освоения ресурсного потенциала Арктики создаст уникальную возможность для обеих стран. Симбиоз этих государств может привести к плодотворному результату.

На наш взгляд, партнерство с Китаем для Российской Федерации обернется успешной кампанией, а объединенные усилия увеличат доходы. В противном случае Китай станет партнером одно-

го из других стран арктического региона. И наличие такого мощного союзника у наших конкурентов явно негативно отразится на деятельности и результатах нашего государства.

Список использованных источников:

1. Мировая экономика и международные экономические отношения: учебник / под ред. А.С. Булатова; Н.Н. Ливенцева – М.: ИНФРА-М, 2012.
2. Мировая экономика: учебник для бакалавров / под ред. Б.М. Смитиенко. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2012.
3. Спиридонов, И. А. Мировая экономика: учеб. пособие. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2010.
4. Мировая экономика: учебник / под ред. Б.М. Смитиенко. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2011.
5. *Маховикова Г.А.* Экономическая теория: учебник и практикум. Электронная копия. 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2014.

А.В. Плясунова

*Российский государственный
социальный университет
(Ставропольский филиал)*

*Научный руководитель:
О.А. Черникова, к.э.н., доцент*

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ КАК УСЛОВИЕ ДИНАМИЧНОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

Формирование инновационной экономики как процесс представляется сложным, многоплановыми и длительным явлением, так как затрагивает большое количество регионов, компаний и организаций, тысячи специалистов, работающих на них. Осуществляются подобные социально-экономические программы с помощью широкомасштабной государственной протекционной политики и строгого государственного регулирования.

Выбирая наиболее перспективные направления государственной политики, которые определяют новые контуры общества, Российская Федерация начала социальные, политические, институциональные и экономические преобразования. В научных исследованиях выделяются два варианта развития страны: рыночные реформы, которые чреваты распадом федеративного государства, или активизация экономических преобразований на основе стабилизации политической, законодательной и правовой системы, новой социально-экономической стратегии.

Эффективный инновационный путь развития экономики, который предполагает взаимосвязанное развитие, возможен в таких сферах общества, как научно-техническая, производственная, финансовая, социальная, институциональная и другие. Их стержнем является политика протекционизма, реализуемая через процесс научно-технического развития, который обеспечивает инновационно-технологический прорыв с социальной ориентацией. Большинство развитых стран мира целенаправленно осуществляют переход к непрерывному инновационному процессу в управлении экономическим ростом экономики стран, так как это направление наиболее

перспективно. Издержки на создание основного капитала в наукоемких отраслях значительно превышают инвестиционные расходы за счет проведения НИОКР и инновационной деятельности. Вместе с тем увеличивается роль государственной образовательной, научно-технической и инновационной политики, определяющих базовые условия научно-технического прогресса.

Удельный вес издержек на науку в структуре ВВП России в 3–4 раза меньше, чем у большинства развитых стран. Расходы на науку в РФ на душу населения в 5–6 раз ниже, чем у лидирующих стран. Страны-лидеры в НИОКР первой группы, такие как США, Франция, Германия, планируют увеличить расходы в этой области до 3% ВВП, а второй – Швейцария, Финляндия, Япония, Южная Корея – до 4% ВВП. По величине расходов на НИОКР в соответствии со статистикой ОЭСР, Россия находится на 34-м месте в мире. В настоящее время уровень экономического развития страны и ее место в международном разделении труда во многом зависит от интенсивности НИОКР и уровня затрат на науку, а также скорости и качества внедрения инноваций в реальное производство.

На долю ноу-хау и изобретений, воплощаемых в технологиях, системах машин, оборудовании, подготовке кадров, организации и планировании производства в развитых странах, приходится не менее 60–80% прироста ВВП.

Оценка сектора инноваций экономики страны может осуществляться с помощью ряда макроэкономических показателей.

1. Степень инновационного обновления производственного сектора определяется как отношение стоимости применяемых инноваций к стоимости производства:

$$INPr = VIPp/VPr \times 100\%, \quad (1)$$

где $INPr$ – степень инновационного обновления производства;

$VIPp$ – стоимость применяемых инноваций хозяйственными субъектами;

VPr – общая стоимость производства.

В РФ степень инновационного внедрения составляет 10% от общей стоимости производства. Это говорит о необходимости проведения реформ во многих сферах и, в особенности, модернизации экономики страны.

Устойчивое функционирование инновационного сектора экономики обеспечивается при пороговом значении данного показателя в пределах от 75–85%.

2. Уровень инновационности выпускаемой продукции характеризуется отношением стоимости инноваций предприятий, расположенных на определенной территории, к стоимости совокупного объема производства:

$$IT = VIP/VSOP \times 100\%, \quad (2)$$

где IT – уровень инновационности выпускаемой продукции;

VIP – стоимость инноваций предприятий;

VSOP – стоимость совокупного объема производства продукции.

Пороговым значением для данного показателя является 35–45%, это показывает развитие инновационного сектора экономики.

3. Уровень инновационности экономического развития страны можно рассчитать как отношение стоимости прироста ВВП в высокотехнологичных отраслях к стоимости инноваций предприятий всех отраслей:

$$IDE = V/VIP, \quad (3)$$

где IDE – уровень инновационности экономического развития страны;

V – стоимость прироста ВВП в высокотехнологичных отраслях.

Прирост ВВП в высокотехнологичных отраслях должен достигать 40%, что позволит стране иметь уровень инновационности экономического развития в пределах 25–35%.

4. Уровень развития инновационного потенциала определенной территории (IPD) возможно рассчитать исходя из двух критериев: стоимости базовых инноваций (VBT) и стоимости передовых инновационных технологий (VST). В первом случае формула будет выглядеть следующим образом:

$$IPD = VBT/VIP. \quad (4)$$

Пороговое значение предполагается в рамках 30–40%, а во втором случае:

$$IPD = VST/VIP. \quad (5)$$

Здесь пороговое значение 5–15%.

Приведенная выше система показателей позволяет оценить достаточность уровня инноваций для их эффективного применения. При значениях показателей, выходящих за пороговый уровень, издержки на реализацию инновационных программ будут нецелесообразны.

Хозяйствующим субъектам, планирующим заниматься инновационной деятельностью, необходимо решить, что будет более целесообразным: использование зарубежных инноваций или разработка своих собственных.

Государственное стимулирование инновационного сектора экономики представляется необходимым в связи с характерными особенностями инновационных процессов. К ним, в частности, можно отнести следующие: значительный уровень риска; высокая капиталоемкость сектора; наличие высоко квалифицированных кадров; необходимость осуществления защиты интеллектуальной собственности.

Уровень конкурентоспособности страны и ее отдельных комплексов, и хозяйствующих субъектов в рамках глобальной конкуренции зависит от успешности формирования инновационной экономики.

России для дальнейшего динамичного развития в ближайшие годы необходимо наращивать свой научно-технический потенциал и ориентироваться на создание инновационной экономики. При этом следует учитывать, что наибольшее значение для страны будут иметь такие конкурентные преимущества, как уровень образования; охрана здоровья и качества жизни, окружающей среды; наличие условий и возможностей для творческой самореализации каждой личности; развитость информационной инфраструктуры; развитие основных производственных систем в рамках нового технологического уклада.

Исходя из изложенного выше, государству, на наш взгляд, необходимо сосредоточить внимание на следующих аспектах:

- разработка прогнозов и планов долгосрочного внедрения инноваций;
- дальнейшее совершенствование нормативно-правовой базы инновационной сферы экономики;

- обновление материально-технической и технологической базы производственных секторов России для их соответствия уровню стран-лидеров мировой экономики;
- перестройка отраслевой структуры экономики страны, в частности сокращение уровня добывающих и перерабатывающих отраслей в структуре ВВП и увеличение доли наукоемких отраслей и производств;
- совершенствование системны органов государственного регулирования и поддержки инновационного сектора экономики;
- развитие сотрудничества со странами дальнего и ближнего зарубежья в сфере инноваций.

Таким образом, формирование инновационной экономики позволит России снизить уровень ресурсопотребления, более эффективно перераспределять и использовать ресурсы и факторы производства; повысить интеллектуализацию всех сфер человеческой деятельности; эффективно перестроить отраслевую структуру экономики страны, что будет способствовать устойчивому динамичному развитию страны.

Список использованных источников:

1. *Исмаилов Т.А., Гамидов Г.С.* Инновационная экономика – стратегическое направление развития России в XXI веке // *Инновации.* – СПб., 2010.
2. *Путь в XXI век. Стратегические проблемы и перспективы Российской экономики / под ред. Д.С. Львова.* – М., 2010.
3. *Черникова, О.А., Павлов С.М.* Внешнеэкономические вывозы для России и возможные стратегии ответа на них // *Экономические исследования: анализ состояния и перспективы развития: монография / под общей ред. О.И. Кирикова.* Книга 25. – Воронеж: ВГПУ, 2011. С. 7–38.

А.И. Токач

Краснодарский университет МВД России

Научный руководитель:

А.Б. Цукахин, к.э.н., доцент

РЕАЛИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИННОВАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ КАК НЕОБХОДИМОЕ УСЛОВИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

Экономическая безопасность определяется уровнем поддержания национальной экономики на той ступени развития, которая способна противодействовать влиянию внешних и внутренних угроз и обеспечивать дальнейший экономический рост. Одним из наиболее важных условий, определяющих уровень экономической безопасности страны, является оценка ее ресурсного потенциала и возможностей его повышения, а также уровень эффективного их использования.

В современных условиях одним из возможных и, скорее всего, основных направлений обеспечения обозначенных выше условий устойчивости национальной экономики является направление ее на инновационный путь развития, под которым мы понимаем, прежде всего, процесс формирования экономики, основанной на потоке инноваций, способствующих постоянному технологическому совершенствованию производства и экспорта высокотехнологичной продукции с достаточно высоким уровнем добавочной стоимости непосредственно используемых технологий. В дополнение сказанному, необходимо отметить, что основная часть прибыли формируется за счет интеллектуального вклада новаторов и ученых, информационной сферы окружения, а не материального производства, основывающегося на концентрации финансового капитала. Только на этой основе возможно кардинальное и стратегически устойчивое повышение конкурентоспособности отечественной экономики на мировом рынке.

По мнению многих исследователей, влияние негативных процессов на уровень экономической безопасности России выражает-

ся в появлении ряда угроз инновационной сферы. Во-первых, это отсутствие эффективной взаимосвязи сферы научных разработок и исследований от реального сектора экономики. Во-вторых, сокращение сферы взаимодействия финансового капитала с промышленностью, отток капитала из инновационного сектора в менее рискованные отрасли национальной экономики с наиболее короткими сроками окупаемости. В-третьих, сокращение выпуска передовых видов продукции с глубоким уровнем экономической обработки. И, наконец, в-четвертых, достаточно низкий уровень конкурентоспособности отечественных товаров как на мировом, так и на национальном рынках.

Понимая всю важность решения данной проблемы и учитывая неблагоприятные изменения в геополитической борьбе ведущих стран мира, российское правительство все большее внимание уделяет вопросам формирования и реализации государственной инновационной политики. Одной из основных целей такой политики должно стать формирование в национальной экономике России так называемых инновационных систем, под которыми понимается сеть личностей и предприятий, обладающих возможностью порождения, развития, распространения при использовании инноваций, т.е. новшеств, которые способствуют качественному росту эффективности бизнес-процессов при производстве продукции, оказании услуг, выполнении работ, которые востребованы на рынке. Они должны обеспечивать реализацию следующих процессов: продуцирование идеи; развитие, распространение и тестирование идеи на ее пригодность и возможность применения в практической деятельности хозяйствующих субъектов; модификация и трансформация идеи в «ноу-хау», знания и технологии; превращение идей, информации и знаний в востребованные продукты на коммерческом, экономическом, социальном и прочих уровнях. Все это должно способствовать скорейшему достижению одной из главных целей стратегии национальной экономической безопасности Российской Федерации – качественному развитию промышленности и преодолению отставания в области научных разработок и технологий.

Переход к стабильному росту российской экономики возможен лишь в том случае, если будет создана полноценная национальная

инновационная система со всеми ее составными элементами – наука, инновации и новые технологии, которые будут взаимосвязаны между собой. Вне зависимости от того, что процесс перехода, который связан с построением национальной системы инноваций уже начался, уровень развития инновационной деятельности в стране остается по-прежнему низким. Согласно инновационной стратегии развития России, главной целью в 2020 г. является увеличение объема промышленных предприятий, осуществляющих технические инновации, до 40–50% против 9,4% в 2009 г. Например, для Германии данный показатель составляет сейчас 71,8%, для Эстонии – 52,8%, Финляндии – 52,5%. Доля России на мировом рынке по высокотехнологичной продукции, согласно этому же документу, предполагается увеличить до 5–10% к 2020 г., а удельный вес вышперечисленных товаров в общем мировом объеме экспорта – с 0,35% в 2008 г. до 2%.

Однако есть ряд проблем, которые могут существенно затруднить реализацию данной стратегии. Среди них можно назвать такие, как нехватка собственных средств у организаций; односторонность как бюджетного, так и внебюджетного финансирования, в том числе привлеченных и заемных средств. Ко всему вышперечисленному надо добавить, что спад производства во многих отраслях промышленности и устойчивый дефицит денежных средств у предприятий не способствуют сохранению ресурсов для инновационной деятельности.

Для того, чтобы национальная экономика России интегрировалась в мировую экономическую систему на правах равноправного члена, прежде всего, необходимо повысить ее инновационную привлекательность, которая в дальнейшем позволит увеличить конкурентные способности российских товаров и услуг на всем мировом рынке, это будет способствовать укреплению системы экономической безопасности России.

Решению всех вышеназванных проблем должно способствовать проведение конкретных мероприятий:

- создание в стране благоприятного делового климата и предпринимательской среды, в том числе и на основе усовершенствования нормативно-правовой поддержки инновационной деятельности;

- совершенствование системы инвестиционного обеспечения предпринимателей, которые наиболее активно следуют по пути инновационного развития производства не только со стороны государства, но и зарубежных инвесторов;
- искоренение явлений коррупции и криминализации в национальной экономике.

Резкое снижение уровня образования и эффективности научной сферы, привело к утечке умов, перепродаже фундаментальных и прикладных разработок, массовому закрытию научных учреждений в стране и, как следствие, обострило все вышеназванные угрозы экономической устойчивости Российской Федерации. Необходимо отметить, что в России существует весьма значительная доля теневой экономики, что, бесспорно, является преградой для развития в стране инновационных отраслей производства и всей экономики в целом.

Подводя итог, можно сказать, что стратегической целью развития инновационной деятельности и формирования инновационной экономики в нашей стране на ближайшие годы является комплексное развитие отечественных производств и территорий до уровня их конкурентоспособности в мире. Для этого необходимы и структурная модернизация экономики страны, и технологическое перевооружение производства, и формирование нового законодательства в сфере инновационной и экономической деятельности, и, безусловно, борьба с теневой экономикой.

Список использованных источников:

1. *Атоян В.Р., Понукалин А.А.* Инновационный путь развития России // *Инновационная деятельность*. 2008. № 1(5).
2. *Конюхов А.В.* Применение инновационной стратегии в обеспечении экономической безопасности России: автореф. дис. ... на соискание ученой степени к.э.н. – СПб: СПбГУЭиФ, 2011.
3. Национальная инновационная система: предложение по разработке федеральной программы содействия созданию и развитию национальной инновационной системы РФ / институт региональных инновационных систем. URL: <http://www.innosys.spb.ru/images/1170-0>

4. Распоряжение Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р «Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г.». URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70006124>

5. *Ясин Е.Г.* Инновационное развитие – основа модернизации экономики России: национальный доклад. – М.: ИМЭМО РАН, ГУ-ВШЭ, 2008.

Г.М. Хачатрян

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
В.В. Сорокожердьев, к.э.н., доцент*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В середине 1990-х гг. была предпринята попытка придать новый импульс интеграционным процессам на постсоветском пространстве. В 1995 г. было заключено соглашение о Таможенном союзе России, Белоруссии, Казахстана и Киргизии. Данное интеграционное объединение просуществовало недолго и в 2000 г. было преобразовано в Евразийское экономическое сообщество (ЕврАзЭС).

При подготовке пакета документов о его создании были обозначены этапы и конечная цель: Таможенный союз и Единое экономическое пространство. Предусматривалась возможность принятия принципиальных решений голосованием, где каждая страна, в зависимости от экономического потенциала, имела определенный процент голосов. Однако не были зафиксированы и четко прописаны возможности создания соответствующих институциональных органов международной организации.

В результате если еще на первоначальном этапе работы над созданием Таможенного союза (к концу 1995 г.) были унифицированы ставки таможенного тарифа практически на 100%, то в последние годы уровень унификации составляет 56–60%. Главная причина снижения уровня унификации в том, что все решения по изменению ставок таможенного тарифа принимаются национальными органами стран-участниц, а не единым наднациональным органом. Тем не менее, ЕврАзЭС – перспективная региональная организация, построенная с учетом основных принципов Евросюза, которая имеет четкие экономические цели и действенную институциональную структуру. Именно в ЕврАзЭС создана полноценная зона свободной торговли без изъятий и ограничений.

Товарооборот России со странами ЕврАзЭС составил в 2004 г. 26,5 млрд долл., увеличившись за пять лет более чем в 2,5 раза. Сегодня Евразийское экономическое сообщество наполняется реальным экономическим содержанием. Реализуются многосторонние проекты, прежде всего в ключевых секторах экономики – энергетике и транспорте. В соответствии с документом «Приоритетные направления развития ЕврАзЭС на 2003–2006 и последующие годы» предстоит завершить до конца 2006 г. подготовку к формированию Таможенного союза. В долгосрочной перспективе возможно образование и валютного союза.

ПРЕДПОСЫЛКИ СОЗДАНИЯ ЕДИНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА (ЕЭП) КАК ОРГАНИЗАЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Цели создания Единого экономического пространства, как и круг основных его участников, во многом совпадают с целями создания ЕврАзЭС. Почему объединить экономики решили именно Россия, Украина, Казахстан и Белоруссия? Ответ очевиден. На долю этих государств приходится около 95% общего экономического потенциала стран СНГ. При этом доля России составляет 82% совокупного ВВП, 78 – промышленной продукции, 79% инвестиций в основную капитал. Эти страны располагают наиболее развитым научно-техническим, промышленным, финансовым и кадровым потенциалом, полная и эффективная реализация которого требует более емкого рынка, в них проживает 215 млн чел. и они располагают огромными природными ресурсами, практически полностью обеспечивающими свои основные потребности.

Немаловажным фактором является наличие значительной части русскоязычного населения и пока еще сохраняющиеся кооперационные связи между предприятиями, входившими ранее в единый экономический комплекс Советского Союза.

Одним из мотивов создания Единого экономического пространства была попытка привлечь к более динамичным процессам интеграции Украину, которая не является членом ЕврАзЭС.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И ПРЕИМУЩЕСТВА СОЗДАНИЯ ТС

Создание единого рынка предполагает полностью свободное движение товаров, капитала, рабочей силы и услуг, которое обе-

спечивается за счет создания благоприятных равных условий для инвестиций, проведения единой конкурентной политики, установления общих правил в области регулирования деятельности естественных монополий, унификации практики предоставления субсидий, отказа от антидемпинговых и иных защитных мер, гармонизации технических и регулирующих стандартов и регламентов и иных нетарифных барьеров, упрощения трудовой миграции.

В соглашении зафиксировано положение, касающееся создания координирующих, т. е. наднациональных органов, по мере необходимости их учреждении. В частности, планируется создать Секретариат глав государств, где предусматривается принятие решений на основе консенсуса. Наднациональным органом должна стать единая регулирующая межгосударственная независимая Комиссия по торговле и тарифам, в которой решения будут приниматься с учетом экономического веса государств.

Указанные особенности формирования ЕЭП предполагают уровень экономической и торговой интеграции более высокий, чем в других сравнительно успешных региональных торговых объединениях, таких как НАФТА.

Важно подчеркнуть, что разработка правовой базы ЕЭП осуществляется на основе норм и правил ВТО и опыта интеграции Европейского союза, что в перспективе делает совместимым Единое экономическое пространство России, Белоруссии, Казахстана и Украины с Общим европейским экономическим пространством (ОЕЭП).

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТС

Анализируя общее состояние хода интеграционных процессов на постсоветском пространстве и причин, которые их вызывают, можно сделать вывод, что у ряда, а по существу большинства бывших советских республик, а ныне суверенных государств, существует вполне очевидная объективная потребность в укреплении взаимного экономического сотрудничества, причем не только в двустороннем, но и многостороннем формате. Обусловлена эта потребность, с нашей точки зрения, не только сугубо экономическими причинами, но и всей совокупностью факторов самого разного плана, влияющих на стратегический выбор этой части постсоветских стран.

Первое. Позиция, занимаемая Россией в вопросе формирования ТС, определяется долгосрочными, стратегическими интересами как экономического, так и политического характера, о чем неоднократно говорили руководители нашего государства. Успех на этом направлении отвечает важнейшим задачам национального развития РФ, даже несмотря на то, что пока она несет определенные финансовые потери при реализации основных мероприятий по формированию Таможенного союза.

Судя по официальным заявлениям руководства Белоруссии, и, несмотря на обострившиеся в последнее время ее политические разногласия с Россией, а также расхождения между нашими странами по ряду вопросов экономического характера, в том числе связанных с экспортными пошлинами на нефтепродукты и ввозными пошлинами на иномарки, Белоруссия подтверждает стремление интегрироваться с Россией и Казахстаном в рамках Таможенного союза. Вместе с тем не является секретом, что белорусская сторона выступает за создание Таможенного союза в полном объеме без изъятий, и в этом заключается ее принципиальная позиция.

Казахстан, несомненно, является одним из наиболее активных сторонников интеграционных процессов на постсоветском пространстве. Совершенно ясно, что свой стратегический выбор как суверенного, независимого государства Казахстан видит в развитии и углублении сотрудничества с Россией, являющейся его самым надежным стратегическим союзником. Укреплению этих особых отношений должно способствовать достижение прогресса по формированию ТС.

Полагаем также, что позиция Казахстана в пользу ТС в известной степени продиктована и меняющимся балансом сил в экономике Центрально-Азиатского региона (ЦАР) в пользу Китая. И не случайно не только Казахстан, но и некоторые другие страны ЦАР проявляют повышенный интерес к интеграционным процессам на постсоветском пространстве, в т. ч. к формированию ТС.

Второе. Принято политическое решение о создании Таможенного союза в составе трех государств. Но ТС в своей основе – организация экономическая и следует признать, что с самого начала своего существования Таможенный союз столкнулся с серьезными проблемами экономического характера, вызванными, пре-

жде всего, различиями в национальных и групповых хозяйственных интересах.

Другая группа проблем экономического характера, стоящих перед участниками ТС, связана с тем, что номенклатура экспорта наших стран во многом совпадает, что может вызывать обострение конкуренции в рамках ТС. Впрочем, ТС и создается для того, чтобы в условиях рыночной конкуренции между отдельными товаропроизводителями, равно как и между производителями услуг, обеспечить повышение производительности труда и качества предоставляемых услуг. К тому же одной из важнейших, едва ли не центральных задач, стоящих перед участниками ТС, является поощрение через механизмы интеграции процессов модернизации их экономик и преодоления их сырьевой направленности. Поэтому, не подавляя конкуренцию, не возводя искусственные протекционистские барьеры, следует предусмотреть такие организационные и правовые нормы, которые бы способствовали ускорению модернизации экономики наших стран, в том числе с помощью конкуренции.

Третье. При формировании ТС ни в коем случае нельзя торопиться перескакивать через этапы. Ведь этот процесс – длительный. Жизнеспособность формируемого ТС во многом будет определяться решением принципиальной задачи обеспечения успешного поступательного развития интеграции на микроуровне с вовлечением в этот процесс максимально широкого круга хозяйствующих субъектов. Пока же складывается впечатление, что приоритет отдается вопросам политической надстройки, тогда как производственным и инвестиционным связям на уровне отдельных предприятий уделяется недостаточно внимания. Впрочем, не все обстоит столь уж пессимистично и, как отмечается российскими экспертами, в торгово-экономические отношения членов ТС активно внедряются такие прогрессивные формы делового сотрудничества, как аутсорсинг, лизинг, передача технологий, приграничная торговля.

Иными словами, требуется достаточно длительный период «взаимной притирки» и согласования конкретных интересов, прежде чем станут очевидными выгоды интеграционных процессов.

Четвертое. На наш взгляд, не следует торопиться по поводу возможного дальнейшего расширения состава участников Таможенного союза. С одной стороны, другие члены ЕврАзЭС, а именно

Киргизия и Таджикистан, а также Армения, являющаяся с 2003 г. наблюдателем в этой организации, внимательно наблюдают за процессом создания Таможенного союза и не исключают возможности подачи в будущем заявки на присоединение к нему. С другой стороны, удовлетворение таких заявок наверняка будет сопряжено со многими трудностями, особенно в отношении Киргизии, которая в отличие от России, Казахстана и Белоруссии является членом ВТО. Ведь правила ВТО во многом отличаются от договорно-правовых условий функционирования Таможенного союза ЕврАзЭС, в первую очередь в отношении импорта из третьих стран. Поэтому на практике присоединение Киргизии к Таможенному союзу ЕврАзЭС вряд ли будет возможно до того, как нынешние члены Союза вступят в ВТО.

Как представляется, расширение состава членов Таможенного союза в обозримой, во всяком случае – ближайшей, перспективе вообще вряд ли целесообразно, поскольку главной задачей в настоящее время является консолидация этой организации, преодоление уже существующих внутренних проблем и противоречий и достижение ощутимого прогресса в уже намеченных совместных программах и планах. Именно достижение такого прогресса, а отнюдь не рост численности членов организации, должно стать подлинным критерием популярности и авторитетности Таможенного союза.

Очевидно, что в обеспечении прочности и устойчивости создаваемой интеграционной конструкции на Россию ложится не только значительная доля ответственности, но и неизбежные, особенно на первом этапе, дополнительные расходы. При этом следует иметь в виду, что интеграция – это, прежде всего, процесс оптимизации существующей экономической инфраструктуры объединяющихся государств и увеличение совокупного их ресурса, что повышает устойчивость и динамизм общей экономической системы.

И последнее. Все решения, которые принимаются на государственном и экспертном уровнях, должны носить очень взвешенный характер. 15 лет назад мы уже присутствовали при провале первой попытки создания ТС. Если и нынешняя попытка окончится неудачей, то о реинтеграционном проекте на постсоветском пространстве можно будет забыть, если не навсегда, то, по крайней мере, очень надолго.

Список использованных источников:

1. *Афони́на В.Ю.* Развитие межгосударственной интеграции в ЕврАзЭС и проблемы ее правового обеспечения // Проблемы современной экономики. 2007. № 1. С. 25–29.
2. *Винницкий Д.В.* Евразийское экономическое сообщество: правовые инструменты формирования Таможенного союза и Единого экономического пространства // Правовая доктрина. 2010. № 5. С. 44–51.
3. *Кембаев Ж.* Таможенный Союз Белоруссии, Казахстана и России // Юрист, 2011. № 1. С. 12–19.
4. *Мансуров Т.* Таможенный союз – реальная интеграция // Известия. 2008. № 3. С. 4.
5. *Максимов Ю.* Перспективы и реалии формирования Таможенного Союза // Хозяйство и право. 2010. № 6. С. 115–119.

В.Н. Ченцов

Краснодарский университет МВД России

Научный руководитель:

А.А. Черненко

РОЛЬ ФИНАНСИРОВАНИЯ ВОЕННО-ПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА В ОБЕСПЕЧЕНИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Нынешняя геополитическая ситуация вызывает динамичную трансформацию системы международных отношений. Этому сопутствует конкуренция, а также стремление некоторых государств увеличить свое влияние на мировую политику, в том числе посредством создания оружия массового поражения и наращивания военной мощи. В международных отношениях остается существенной роль военно-силовых аспектов. Так, ведущие мировые державы не исключают возможность применения вооруженных сил для осуществления своих национальных интересов и для этого увеличивают военный потенциал и военную мощь. Таким образом, военная сила сохраняет свое значение как инструмент внешней политики и обеспечения национальных интересов России. Следовательно, наличие у Российской Федерации современного военно-промышленного комплекса (далее ВПК) и вооруженных сил (далее ВС) является одним из условий обеспечения ее эффективного функционирования.

Ключевыми параметрами функционирования и развития ВПК РФ являются доля ВВП, выделяемого на национальную оборону, а также поддерживаемый темп перехода на новые виды вооружения и техники.

Проведем сравнительный анализ доли ВВП, выделяемого на оборону в России и США.

Проанализировав данные, приведенные в таблице 1, можно сделать вывод, что объемы финансирования ВПК в США значительно больше, чем в России. Разница в уровне расходов СССР (России) и США была небольшой: в полтора-три раза. После начала «демократизации» страны эта разница возросла почти в восемь раз, а сейчас она имеет еще более высокий уровень – почти в двенадцать раз. На наш

взгляд, это является одной из главных причин того, что США играют ведущую роль на международной арене, и за счет этого они позволяют себе попытки ущемить интересы стран в разных регионах мира.

Т а б л и ц а 1 – Абсолютные и относительные показатели финансирования национальной обороны РФ и США

<i>Страны</i>	<i>Основные показатели федерального бюджета</i>	<i>1985–1989</i>	<i>1990–1994</i>	<i>1995–1999</i>	<i>2000–2005</i>	<i>2006–2014</i>
США	Расходы на оборону (млрд долл. США)	285	315	290	384	654
	% от ВВП	5,6	4,3	3,3	3,5	4,7
Россия	Расходы на оборону (млрд долл. США)	108	120	30	41	53
	% от ВВП	4,5	4,0	2,1	2,7	3,1
Отношение расходов на оборону США к России, раз		2,6	2,6	9,6	9,4	12,3

Также мы наблюдаем, что происходит отставание не только по абсолютным показателям (расходы на оборону в целом), но и по относительным (доля расходов на оборону от ВВП). Так, доля ВВП, выделяемого на оборону, находится на недостаточном уровне, необходимый размер должен быть равным 5,0–5,2% вместо 3,5%, принятого в конце прошлого столетия. Это позволит осуществить техническое переоснащение ВС России и содержать военнослужащих на достойном уровне.

Для решения данной проблемы увеличение финансирования представляется необходимым, но недостаточным условием эффективного развития ВПК. Важным вопросом является формирование военного бюджета. Для этого необходим специальный методологический аппарат, способный к оценке влияния военных расходов на экономическое развитие и к оптимизированию макроэкономических пропорций, что позволит военным заказам, выполняя функции обеспечения обороноспособности России, давать максимальный макроэкономический эффект.

При увеличении финансирования национальной обороны необходимо помнить опыт предыдущих лет. Ввязавшись в «гонку вооружений» во время «холодной войны», СССР значительно увеличило

финансирование ВПК, что привело к полной милитаризации экономики, в результате чего пострадали другие сферы народного хозяйства.

Необходимо учитывать, что увеличение доли расходов на оборону в бюджете страны ведет как к положительному воздействию, так и к отрицательному.

Факторы отрицательного воздействия:

1) расходы на оборону в целом – отток ресурсов от инвестиций на гражданские цели, которые более эффективно способствуют росту экономики, чем инвестирование обороны;

2) импорт вооружения – отрицательное влияние путем оттока средств от экспортного сектора;

3) научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) – отвлечение ресурсов от частного сектора НИОКР невоенного характера;

4) физический и человеческий капитал – отток человеческого и физического капитала на создание средств военного назначения вместо разработки продукции для гражданской сферы.

Факторы положительного воздействия:

1) безработица, совокупный спрос – создание новых рабочих мест и за счет этого снижение безработицы и увеличение совокупного спроса;

2) развитие технологий – финансирование обороны обеспечивает развитие технологий, применение которых в гражданском секторе может способствовать росту экономики (реактивный двигатель, интернет, лазер, информационные технологии, и т.д.);

3) инфраструктура – расходы на оборону могут способствовать развитию инфраструктуры (коммуникации, связь, т.д.);

4) обеспечение национальной безопасности – сильная армия обеспечивает защиту интересов государства, общества и граждан, стабильность и таким образом стимулирует экономическое развитие.

Мы считаем, что при росте объемов финансирования ВПК необходимо изменение структуры расходов в нем. Приоритетной должна стать статья «расходы на НИОКР». ВПК во многом является одним из главных национальных источников высоких технологий, которые поставляются не только в военный, но и в гражданский сек-

тор производства разных товаров и услуг. В связи с этим от уровня развития и состояния предприятий ВПК зависит обеспечение национальной безопасности и решение вопросов технического перевооружения важнейших сфер экономики (транспорт, здравоохранение, ТЭК, связь и др.). Кроме того, оборонная промышленность занимает значительное место во внешнеэкономической стратегии России по расширению экспорта наукоемкой машиностроительной продукции и технологий. На ее долю приходится около 35% экспорта машин и оборудования.

Военная организация государства в условиях мирного времени должна развиваться с учетом широких потребностей экономического развития государства. Слишком большие военные расходы разорительны для экономики, но при определенных условиях могут способствовать решению ряда экономических задач, таких как усиление научно-технического прогресса, активизация потребительского спроса, повышение занятости населения и т.п., стимулировать развитие гражданских отраслей промышленности, способствовать экономическому росту (увеличение ВВП). Наличие на достаточном уровне ВПК и ВС позволит суверенное и целостное существование РФ в современном мире сверхдержав и их коалиций.

Список использованных источников:

1. Указ Президента РФ от 5 февраля 2010 г. № 146 «О Военной доктрине Российской Федерации».
2. Министерство финансов Российской Федерации. URL: <http://info.minfin.ru/fbrash.php>
3. Статистика и анализ мировой торговли оружием: ежегодник. URL: http://www.armstrade.org/pages/main/sub_year_2013/year_2013.pdf

С.Н. Чумак

Краснодарский университет МВД России

Научный руководитель:

А.А. Черненко

К ВОПРОСУ О КАТЕГОРИИ «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА»

В настоящее время вопросы экономической безопасности приобретают все больший интерес, став приоритетным направлением современных научных исследований. Наше законодательство выделяет множество объектов безопасности, таких как личность, общество, государство и т.д. Но ни в одном нормативно-правовом акте не указываются в качестве объекта хозяйствующие субъекты, функцией которых является осуществление экономической деятельности, т.е. производство материальных благ и оказание услуг, необходимых человеку и обществу в целом. Так, в Законе РФ от 5 марта 1992 г. «О безопасности», в Стратегии национальной безопасности РФ до 2020 г. в качестве объектов безопасности выделены личность, общество и государство. В новом Федеральном законе от 28 декабря 2010 г. № 390-ФЗ «О безопасности», который признал утратившим силу закон «О безопасности» 1992 г., указание на объекты безопасности вообще отсутствует, а вместо объектов безопасности в законе названы ее виды: безопасность государства, общественная безопасность, экологическая безопасность, безопасность личности и иные виды безопасности. Лишь в принятой Стратегии экономической безопасности Российской Федерации, одобренной Указом Президента РФ от 29 апреля 1996 г., в числе объектов экономической безопасности, помимо личности, общества и государства, выделены и основные элементы экономической системы, к которым, очевидно, могут быть отнесены и хозяйствующие субъекты.

По нашему мнению, решение вопросов, связанных с оценкой и обеспечением экономической безопасности на всех уровнях, невозможно осуществлять без четкого понимания круга ее объектов.

Таким образом, считаем целесообразным рассматривать субъект хозяйствования (предприятие, организацию) в качестве объ-

екта экономической безопасности и включить в список основных, так как именно он является исходным элементом любой экономической системы, уровень развития которой в значительной степени определяется качеством составляющих ее элементов.

Так как предприятия являются исходными и важными элементами экономической системы, то для анализа и оценки экономической безопасности всей нашей страны необходимо знать состояние и уровень безопасности каждой организации в отдельности. Именно результаты оценки экономической безопасности предприятия ложатся в основу выработки мер управленческих воздействий по стабилизации деятельности субъекта хозяйствования. Очевидно, что чем достовернее и своевременнее будет оценка безопасности, тем более обоснованными и действенными будут меры по ее обеспечению.

Несмотря на общее признание значимости вопросов обеспечения безопасности, как это ни странно, до сих пор в официальных документах РФ отсутствует определение безопасности вообще и экономической безопасности в частности. Так, в уже упоминавшемся Законе РФ 1992 г. безопасность была определена как защищенность жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз. Однако в дальнейшем этот закон утратил силу, и был введен Закон РФ «О безопасности» 2010 г., в котором понятие безопасности отсутствует. В связи с этой проблемой многие авторы пытаются по-своему определить, что же представляет собой экономическая безопасность предприятий, обращая внимание на все сферы деятельности данного предприятия, ее организационной формы и т.д.

Так, профессор И.М. Подмолодина и профессор В.П. Воронин считают, что экономическая безопасность предприятия – это состояние обеспеченности его необходимыми средствами, их рациональное размещение и эффективное использование, состояние платежеспособности и финансовой устойчивости.

С.Н. Ильяшенко под экономической безопасностью предприятия понимает «состояние эффективного использования его ресурсов и существующих рыночных возможностей, которые дают возможность хозяйствующим субъектам предотвращать внутренние и внешние угрозы, обеспечивать длительное выживание и устойчивое развитие на рынке в соответствии с избранной миссией».

М. Бендиков замечает, что под экономической безопасностью предприятия (хозяйствующего субъекта) следует понимать защищенность его научно-технического, технологического, производственного и кадрового потенциала от прямых (активных) или косвенных (пассивных) экономических угроз, например, связанных с неэффективной научно-промышленной политикой государства или формированием неблагоприятной внешней среды, и способность к его воспроизводству.

Т. Ковалев и Т. Сухорукова, со своей стороны, трактуют экономическую безопасность предприятия как «защищенность его деятельности от негативного влияния внешнего окружения, а также способность своевременно устранить различные угрозы или приспособиться к существующим условиям, которые не отражаются негативно на его деятельности».

В приведенных выше определениях большую роль играют угрозы жизнедеятельности предприятия, будь то внутренние или внешние, однако в первом определении бороться с этими угрозами необходимо при максимальном использовании ресурсов, во втором – научно-технического и других видов потенциалов, в третьем – хозяйственной деятельности в целом.

При определении такого важного понятия, как «экономическая безопасность предприятий», вышеперечисленными авторами использовались различного рода потенциалы организации, такие как трудовой, ресурсный, технический и т.д., но отсутствует финансовый потенциал, который, по нашему мнению, является главным звеном экономической безопасности, так как основная цель деятельности предприятий – получение прибыли. Еще одним недочетом является временная неопределенность экономической безопасности, т.е. состояние должно характеризоваться в динамике развития этого предприятия.

С этих позиций, для наиболее глубокого понимания экономической безопасности хозяйствующих субъектов, мы сформулировали следующее определение. *Под экономической безопасностью хозяйствующих субъектов мы понимаем способность предприятий получать прибыль на протяжении всего воспроизводственного процесса, используя при этом все имеющиеся у него ресурсы и потенциалы, создавая при этом предпосылки для нового воспроизводства, а*

также способность быстро реагировать на изменения во внешнем окружении организации (например, появление новых конкурентов).

Таким образом, единая формулировка и официальное закрепление категории «экономическая безопасность хозяйствующего субъекта» в первую очередь поможет сформировать единые методы оценки уровня экономической безопасности предприятий и организаций, что позволит наиболее объективно оценивать ситуацию как на микро-, так и на макроэкономическом уровне.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 28 декабря 2010 г. № 390-ФЗ «О безопасности» (принят ГД ФС РФ 07 декабря 2010 г.). СПС «Консультант плюс». 2014.

2. Бендиков М. Экономическая безопасность промышленного предприятия (организационно – методический аспект) // Консультант директора. 2000. № 2(110). С. 7–13.

3. Ильященко С.Н. Оценка составляющих экономической безопасности предприятия // Проблемы обеспечения экономической безопасности: материалы Международной научно-практической конференции. – Донецк: РИА ДонНТУ, 2001.

4. Ефимов В.В. Комплексная оценка потенциала экономической безопасности хозяйствующего субъекта // Инновационное развитие. 2014. № 2(19). С. 59–61.

5. Ковалев Д., Сухорукова Т. Экономическая безопасность предприятия // Экономика Украины. 2005. № 10. С. 48–52.

ВЛИЯНИЕ УКРАИНЫ НА РЫНОК ТРУДА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

После того как на Украине сменилась власть, ситуация в этом государстве усложнилась. Возникла большая угроза жизни местного населения, особенно русскоязычного. Массовые беспорядки охватили большую часть регионов страны. Это послужило причиной миграции людей. Большая часть населения России с сочувствием относится к мигрантам из Украины, прекрасно понимая, что данное государство сейчас находится в очень тяжелом положении из-за происходящих там военных событий. Однако масштаб переселенцев и неготовность регионов к дополнительной социальной нагрузке создают конфликтный потенциал. Кроме того, скапливается значительное число мигрантов, которые недовольны условиями, созданными для их размещения.

Актуальность темы состоит в том, что в южные пограничные регионы России, в том числе и в Краснодарский край, прибывает большое количество граждан из Украины. У каждого подразделения миграционных служб существует особое распоряжение – рассматривать проблему и находить оптимальный вариант, т.е. иметь индивидуальный подход к каждому беженцу из Украины. С тех пор как Россия стала принимать беженцев, украинская власть закрыла восемь пропускных пунктов (это усложнило побег с территории военных действий). По данным на 1 ноября 2014 г. в Краснодарском крае размещено около 43 тыс. граждан Украины. Причинами такого количества беженцев является близкое расположение Украины и Краснодарского края, общая граница и ментальность. Большинство беженцев стремятся найти укрытие в городах, в сельской же местности приток беженцев очень мал.

На Кубани организованы пункты сбора гуманитарной помощи, куда местные жители могут приносить необходимые вещи и продукты питания. До осени в крае были организованы мобиль-

ные пункты, где беженцы могли найти пристанище и попросить помощи в трудоустройстве. Многие беженцев принимают знакомые и просто добрые люди. Большое количество страничек форумов и социальных сетей свидетельствуют о том, насколько люди хотят и могут помочь украинским беженцам. С обострением военных конфликтов на территории Украины перестали транслироваться многие российские телеканалы. И беженцы, которые теперь могут сравнивать украинские и российские новости, говорят, что на наших каналах передают абсолютно другую информацию, нежели вещают украинские каналы.

Покидая зону боевых действий, многие беженцы смогли взять с собой лишь паспорта, поэтому не все имеют при себе трудовые книжки и документы об образовании. Тем, кому нужно менять свидетельство о рождении на паспорт или заканчивается срок действия паспорта, нужно обратиться за переоформлением документов в посольство Украины в России.

По данным Федеральной Миграционной Службы, более 10 тыс. граждан Украины обратились в миграционную службу Краснодарского края за получением временного убежища, а также статуса беженца, 750 украинцев хотят получить гражданство РФ, (уже получили 500 чел.), более 7 тыс. обратились за получением патентов (выдано только 6240).

В настоящее время государственная служба занятости Краснодарского края владеет 54 тыс. вакансий для постоянной работы и 18 тыс. вакансий временного трудоустройства. Численность безработных в крае в соответствии с критериями МОТ (Международная организация труда) в 4,7 раза превышает численность безработных, зарегистрированных в учреждениях службы занятости населения. За третий квартал в крае трудоустроено 2454 беженцев.

Возможны следующие режимы пребывания граждан Украины на территории РФ.

1. *Разрешение на временное проживание предоставляется гражданину, который пребывает в РФ без получения визы.* Разрешение на временное проживание дается с учетом квоты. Срок трудоустройства равен сроку временного проживания.

2. *Беженцы.* Лицо, которое признается беженцем, и члены его семьи имеют право:

- на социальную защиту;
- на получение содействия в трудоустройстве.

Срок трудоустройства равен периоду сохранения статуса.

3. *Временное убежище предоставляется гражданину, имеющему основания для признания беженцем.* Лицо, которое получило временное убежище в РФ, может работать без получения специального предложения. Временное убежище – новая форма режима пребывания, она создана в 2014 г. специально для жителей Украины в связи с событиями, происходящими в их стране. Тех, кто обладает одним из этих статусов, работодатель может оформлять на работу на общих основаниях, не применяя при этом миграционной квоты.

Оценка влияния притока беженцев на рынок труда края усложняется разными мнениями и оценками экспертов. По мнению некоторых экспертов, краснодарскому рынку труда ничего не угрожает, так как количество вакансий превышает 50 тыс., со средней заработной платой 22 тыс. руб. и на безработицу в крае поток беженцев не повлияет. Другие же, напротив, считают, что количество беженцев чересчур велико, и выделение средств на беженцев увеличивает нагрузку на бюджет региона.

Раздел 2

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА И УЧЕТНО- АНАЛИТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ: МИРОВОЙ ОПЫТ И ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

С.А. Бурда

*Кубанский государственный
аграрный университет*

Научный руководитель:

А.Г. Бурда, д.э.н., профессор

К ВОПРОСУ ОБ ИСТОЧНИКАХ ФИНАНСИРОВАНИЯ РАСШИРЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА ОСНОВНЫХ ФОНДОВ В АПК: СИНЕРГИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ И ЭМЕРДЖЕНТНОСТЬ АМОРТИЗАЦИОННЫХ ОТЧИСЛЕНИЙ

В условиях ограниченной возможности привлечения внешних источников финансирования для агропромышленных предприятий объективно возрастает интерес к амортизационным отчислениям, которые могут стать одним из инновационных ресурсов модернизации. Использование амортизационных отчислений для финансирования предполагает, что эти отчисления включаются в издержки, но не сопровождаются для предприятия никакими платежами. Следовательно, поступающие от продажи товара денежные

средства могут направляться как для обновления основных фондов, так и на текущие потребности, не связанные с капитальными вложениями. В экономической литературе амортизационные отчисления интерпретируются чаще всего в качестве источника простого воспроизводства основных фондов, однако еще в XIX в. было рассмотрено их использование для целей расширенного воспроизводства основного капитала. Амортизационные отчисления используются на приобретение новых основных средств, и в то же время оборудование, по которому начисляется амортизация, продолжает эксплуатироваться. В результате амортизационные отчисления выступают источником только простого воспроизводства, имеет место эффект Ломана-Рухти: используются производственные мощности, по размеру превосходящие первоначальные.

Этот вывод носит не только чисто теоретический характер. Так, В.В. Калюжный считает, что одним из способов превращения схемы воспроизводства в практический инструмент исследования экономического роста, является ввод предпосылки о накоплении прошлого труда в форме сосуществующего (одновременного) труда в данном периоде воспроизводства [4]. Е.В. Рогова обосновывает возможность и границы применения «метода прямого реинвестирования» воспроизводства основных фондов в системах с непрерывным процессом их обновления [5] и среди факторов, влияющих на эффективность прямого реинвестирования амортизационных отчислений, называет: используемые методы начисления амортизации, изменение числа единиц основных фондов и срока их полезного использования.

Использование начисленной амортизации на финансирование капитальных вложений в бухгалтерском учете в настоящее время специальным образом не отражается.

Износ и амортизация различаются и по экономическому содержанию: во-первых, износ отражает старение основных фондов, амортизация – накопление денежных средств на их замену путем включения амортизационных отчислений в издержки производства и обращения; во-вторых, по своему объему, т. к. начисление износа и амортизации в ряде случаев (например, по жилым зданиям амортизация не начисляется, а износ определяется) производится по разному составу основных средств.

Мы полагаем, что амортизационные отчисления могут служить мощным инвестиционным ресурсом в деятельности сельскохозяйственных и агропромышленных предприятий, а вышеназванные факторы должны быть дополнены и конкретизированы применительно к АПК. К таким факторам можно отнести организационно-правовую форму ведения предпринимательства, т.к., например, фермерским хозяйствам разрешено включать затраты на приобретение основных фондов полностью в отчетном периоде их осуществления, что усиливает рассматриваемый эффект. На изменении числа единиц основных фондов положительно сказываются процессы агропромышленной интеграции и увеличение размеров предприятий – расширяется перечень и возрастает число единиц используемого оборудования. Совершенствование же технических характеристик основных средств производства, увеличение их производительности приводит к сокращению их числа на предприятии – это наглядно демонстрируется сокращением парка зерноуборочных комбайнов и тракторов общего назначения в сельском хозяйстве.

Таким образом, синергический эффект и эмерджентность амортизационных отчислений заключаются в том, что свойства, не присущие амортизационным отчислениям по отдельным объектам, при их рассмотрении в совокупности по всем имеющимся основным средствам приобретают новое качество и могут выступать как источник не только простого, но и расширенного воспроизводства. Нам представляется, что данное направление исследований, связанное с математическим моделированием мультипликатора производственной мощности и разработкой инструментальных средств планирования амортизационных отчислений, будет востребовано в финансовом менеджменте при разработке балансов финансовых ресурсов.

Список использованных источников:

1. *Бурда А.Г.* Практикум по основам финансовых вычислений: учебное пособие для вузов. – Краснодар: КубГАУ, 2013.
2. *Бурда А.Г.* Финансовые ресурсы предприятий: методическое пособие. – Краснодар: КубГАУ, 1997.
3. *Бурда А.Г.* Экономико-математическое моделирование и исследование воспроизводственных операций фермерских хозяйств

в контексте жизненного цикла семьи и производства // Экономика, социология и право. 2014. № 1. С. 26–29.

4. *Калюжный В.В.* Объяснение парадоксов в макроэкономической теории с помощью новой модели экономического роста // Экономическая кибернетика. – Донецк. 2002. № 5–6 (17–18). С. 30–40.

5. *Рогова Е.В.* Совершенствование механизма воспроизводства основных фондов в инновационно-активных системах // Межотраслевой научно-практический журнал «Интеграл». 2012. № 1. С. 64–66.

Е.Е. Губанова

*Кубанский государственный
аграрный университет*

*Научный руководитель:
И.А. Перонко, д.э.н., профессор*

АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ЭТАПОВ И ПРОБЛЕМ ПЕРЕХОДА НА ПРОГРАММНЫЙ ПРИНЦИП ПОСТРОЕНИЯ БЮДЖЕТА

Одной из центральных задач бюджетной политики в 2012–2014 гг., поставленных в Бюджетном послании Президента РФ Федеральному Собранию РФ, является повышение эффективности бюджетных расходов. Действенным инструментом реализации этой задачи становится переход к формированию бюджетов в разрезе государственных программ. Это обуславливает внедрение в бюджетную практику понятия программного бюджета.

В России работа по программному составлению бюджетов не является новшеством. Еще в 2004 г. был сформулирован новый принцип бюджетирования, ориентированный на результат, или программно-целевой метод управления государственными финансами. Бюджетирование, ориентированное на результат, является альтернативой сметному бюджетированию, и его основные принципы заключаются в установлении прямой зависимости между государственными расходами и конечными результатами, в повышении ответственности и расширении самостоятельности участников бюджетного процесса в рамках среднесрочных ориентиров.

Применение программно-целевых принципов организации деятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления, закрепление перехода федерального бюджета на программную структуру, заложено в 2010 г. в Программе Правительства РФ по повышению эффективности бюджетных расходов на период до 2012 г. (далее – Программа), утвержденной распоряжением Правительства РФ от 30 июня 2010 года № 1101-р.

В Программе содержится понятие «государственная программа Российской Федерации», под которой понимается документ, опре-

деляющий цель, задачи, результаты, основные направления и инструменты государственной политики, направленные на достижение целей и реализацию приоритетов, установленных Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г., либо обеспечивающих реализацию в установленные сроки крупномасштабных мероприятий общенационального или международного значения.

В целях методологической поддержки и реализации перехода на программный бюджет на федеральном уровне в период 2010–2012 гг. были разработаны следующие нормативные правовые акты:

- постановление Правительства РФ от 2 августа 2010 г. № 588 «Об утверждении Порядка разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ Российской Федерации»;
- распоряжение Правительства РФ от 11 ноября 2010 г. № 1950-р «Об утверждении перечня государственных программ Российской Федерации» (перечень включает в себя 42 государственные программы);
- приказ Минэкономразвития России от 26 декабря 2012 г. № 817 «Об утверждении Методических указаний по разработке и реализации государственных программ Российской Федерации».

28 июня 2012 г. Президент Российской Федерации в своем послании о бюджетной политике на 2013–2015 гг. выделил одну из приоритетных задач реализации бюджетной политики на 2013 г. – переход к «программному бюджету».

Переход на программное формирование бюджета приведет к повышению прозрачности и результативности государственных расходов, позволит в большей степени системно решать социально-экономические задачи, государство получит возможность сосредоточить в рамках государственных программ все инструменты, которыми оно располагает для развития экономики (налоговые и таможенные льготы, регулирование тарифов, нормативное правовое регулирование).

Правовая основа для перехода на программный бюджет закреплена Федеральным законом от 7 мая 2013 г. № 104-ФЗ, где статья

179 Бюджетного кодекса РФ изложена в новой редакции, в соответствии с которой вместо долгосрочных целевых программ предусматриваются государственные программы, устанавливаются общие правовые основания для их разработки.

Согласно новой редакции, к компетенции высшего исполнительного органа государственной власти субъекта РФ отнесены вопросы определения порядка формирования и реализации государственных программ субъектов РФ, сроки их реализации, а также принятие решения о системе и составе участвующих в разработке и реализации государственной программы.

Положения статьи 179 Бюджетного кодекса РФ применяются к правоотношениям, возникающим при составлении и исполнении бюджетов бюджетной системы РФ, начиная с бюджетов на 2014 г. и на плановый период 2015 и 2016 гг.

Впервые федеральный бюджет на 2014–2016 гг. имеет программную структуру. В связи с тем, что из 42 государственных программ РФ, включенных в Перечень государственных программ Российской Федерации (распоряжение Правительства РФ от 11 ноября 2010 г. № 1950-р), утверждены 40, доля бюджетных расходов в рамках программ составляет 58% (после завершения процесса утверждения всех государственных программ Российской Федерации – увеличится до 95%).

Основными направлениями деятельности Правительства РФ на период до 2018 г. определено, что государственные программы РФ станут главным механизмом достижения целей и приоритетов государственной политики в сфере социально-экономического развития.

Однако, по словам министра финансов России А.Г. Силуанова (по итогам 2013 г.), федеральные органы исполнительной власти не воспринимают государственные программы как механизм управления отраслями и не нацелены на обеспечение достижения программных показателей. Заявки на новое финансирование готовятся без учета эффекта реализации действующих мероприятий, а исполнители даже не пытаются маневрировать ресурсами внутри программ [3, с. 9].

Счетная палата на основе проведенной экспертизы сорока утвержденных программ рекомендовала ведомствам доработать го-

сударственные программы в части приведения их целей и задач в соответствие с приоритетами государственной политики в соответствующих сферах, устранить нечеткие и размытые формулировки целей и задач, обеспечить измеримость целей программ, уделить особое внимание анализу рисков реализации.

Государственная программа является инструментом достижения эффективного и результативного использования финансовых ресурсов. Однако решение этой задачи находится на первоначальной стадии. Главный недостаток – цели государственных программ не всегда увязаны с заявленными стратегическими приоритетами, наблюдаются отклонения от целевых значений, установленных в документах стратегического планирования.

Минфин ставит задачей развивать инструмент государственных программ не столько для формирования бюджета, сколько как план по управлению соответствующей отраслью. Необходимо добиваться большей самостоятельности ответственных исполнителей государственных программ и максимально сокращать число соисполнителей, в том числе за счет изменения ведомственной принадлежности учреждений [3, с. 9]. Кроме того, государственные программы должны стать ключевым механизмом, с помощью которого увязываются стратегическое и бюджетное планирование [1].

Опыт разработки государственных программ Российской Федерации свидетельствует о сложности оперативного согласования проектов программ между участвующими в их реализации органами, а также с финансовыми и экономическими органами. Так, на федеральном уровне были выявлены многочисленные разногласия в отношении принадлежности мероприятий программ, имело место несоответствие подготовленных проектов программ установленным требованиям и завышение предлагаемых параметров финансового обеспечения.

Сегодня существуют управленческие и организационные проблемы при формировании и исполнении программного бюджета. Имеются методологические проблемы, связанные со сложностью выбора целевых показателей госпрограмм, разработкой методики оценки эффективности программ, с увязкой объема финансирования, необходимого для достижения целевых показателей, с возможностями трехлетнего бюджета.

Анализ и осмысление имеющегося опыта внедрения программного бюджета на федеральном уровне, а также решение изложенных проблем будут способствовать более активному продвижению бюджетной реформы и внедрению в практику государственных программ не только на региональном уровне, но и в муниципальных образованиях, облегчит переход к программному бюджету и повысит эффективность программно-целевого метода организации деятельности органов государственной власти и органов местного самоуправления.

Список использованных источников:

1. Распоряжение Правительства РФ от 30 декабря 2013 г. № 2593-р «Об утверждении программы повышения эффективности управления общественными (государственными и муниципальными) финансами на период до 2018 года» // АО «Консультант Плюс», 2014.
2. Бюджетное послание Президента Российской Федерации о бюджетной политике в 2014–2016 гг. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/15786>
3. *Мартыненко С.В.* Нужны взвешенные решения // Бюджет. 2014. № 6 (138). С. 8–11.

НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ДОХОДОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ: МИРОВОЙ ОПЫТ И РОССИЙСКАЯ ПРАКТИКА

Термин «подходный налог» сам по себе является собирательным и в полной мере теоретическим. На практике в различных странах этот налог именуют как подходный налог с населения (*income tax*), личный подходный налог (*individual income tax*), налог на доходы физических лиц и т.д. Этот налог охватывает разнообразные источники доходов граждан, поскольку связан с различными сферами их деятельности. Он является формой изъятия части вновь созданной стоимости, распределяемой в пользу физических лиц.

Подходный налог предназначен для изъятия части дохода физического лица. Государство, которое установило такой налог, рассчитывает регулярно, а неоднократно, получать за счет этого источника финансовые ресурсы для реализации целей, ради которых оно создано.

Бюджетная система Российской Федерации состоит из трех уровней (звеньев), каждый из которых представлен соответствующими видами бюджетов. Первый уровень бюджетной системы представлен одним видом бюджетов – федеральным. Различия в статусе разных субъектов РФ определяют множественность видов бюджетов, составляющих второй уровень бюджетной системы РФ, который включает республиканские бюджеты республик, областные бюджеты областей и областной бюджет автономной области, окружные бюджеты автономных округов, краевые бюджеты краев и городские бюджеты городов федерального значения. Третий уровень бюджетной системы РФ представлен пятью видами бюджетов – районными бюджетами районов, городскими бюджетами городов, районными бюджетами в городах, сельскими и поселковыми бюджетами.

Доходы консолидированного бюджета России в 2013 г., по данным Федерального казначейства, выросли на 4,3%: это на треть ниже инфляции и в 2,5 раза медленнее, чем годом ранее. Доходы федеральной казны и регионов росли примерно одинаковым темпом:

1,3 и 1,2% соответственно (более высокий темп роста консолидированному бюджету обеспечили доходы внебюджетных фондов).

В России в 2014 г., как и в предыдущие годы, основной ставкой НДФЛ остается 13%. Что касается других ставок НДФЛ, то они применяются в отдельных случаях.

В частности, ставка НДФЛ 35% применяется:

- для доходов от стоимости выигрышей и призов, в части, которая превышает установленные размеры;
- для доходов, полученных от процентов по банковским вкладам, в части, которая превышает установленные размеры;
- на сумму экономии на процентах при получении налогоплательщиком заемных (кредитных) средств, в части, которая превышает установленные размеры.

Ставка НДФЛ 30% применяется для доходов, полученных физическими лицами, которые не являются налоговыми резидентами РФ, за исключением доходов, полученных в виде дивидендов от долевого участия в деятельности российских организаций.

Ставка НДФЛ 15% применяется по отношению к доходам, полученным физическими лицами, которые не являются налоговыми резидентами РФ, в виде дивидендов от долевого участия в деятельности российских организаций.

Ставка НДФЛ 9% применяется:

- для доходов от долевого участия в деятельности организаций, которые были получены в виде дивидендов физическими лицами, имеющими статус налоговых резидентов РФ;
- для доходов в виде процентов по облигациям с ипотечным покрытием, эмитированным до 1 января 2007 г., а также по доходам учредителей доверительного управления ипотечным покрытием, полученным на основании приобретения ипотечных сертификатов участия, выданных управляющим ипотечным покрытием до 1 января 2007 г.

Налогом не облагаются субсидии и гранты, предоставленные для крестьянских (фермерских) хозяйств на создание и развитие таких хозяйств, а также единовременная помощь на бытовое обустройство начинающего фермера (п. 14.1 и 14.2 ст. 217 НК РФ в ред. Закона № 161-ФЗ). Льгота применяется в отношении грантов и субсидий, полученных после 1 января 2012 г.

Кроме того, от уплаты НДС освобождаются средства, которые выплачиваются из региональных бюджетов на поддержку семей, имеющих детей. Об этом прямо указывается в п. 34 ст. 217 НК РФ. Также не нужно платить НДС с дохода в виде бесплатно полученных жилых помещений и земельных участков из государственной или муниципальной собственности в соответствии с федеральными законами или законами субъектов РФ (п. 41 ст. 217 НК РФ в ред. Закона № 205-ФЗ).

Для сравнения рассмотрим государственный бюджет Франции. Он является основным звеном финансовой системы, на его долю приходится половина всех финансовых ресурсов государства.

Во Франции нет единства бюджетной системы. Каждый бюджет формально обособлен. В действительности существует известная централизация: бюджеты нижестоящих административных единиц утверждаются исполнительной властью вышестоящего звена.

Франция представляет собой унитарное государство и имеет двухуровневую налоговую систему, в которой выделяются государственные налоги и местные налоги (сборы, пошлины и иные платежи). В рамках рассматриваемого периода в государственный бюджет страны поступало 38,5% всех налоговых платежей, а на долю местных бюджетов приходилось около 10,9%, соответственно, доходы системы государственных социальных фондов с учетом некоторого перераспределения поступлений составляли 50,6% всех платежей.

Основным источником налоговых доходов для Франции в 2013 г. являлся индивидуальный подоходный налог, на долю которого приходится более 18% налоговых поступлений.

Существует важная особенность – это наличие налоговых вычетов, или «скидки налоговых служб»: льготы для больных людей, для семей с детьми, для семей, в которых один из супругов зарабатывает намного меньше другого и пр. К примеру, во Франции налогооблагаемая сумма это не заработок каждого человека, а его доля в совокупном заработке семьи. Налоговые вычеты «в среднем по Европе» составляют 4–8 тыс. евро, самые большие – в Дании, Нидерландах и других странах с высоким НДС и соцстраховыми выплатами. К примеру, в Нидерландах работодатель выплачивает до 60% зарплаты в систему социального страхования (для сравнения:

в России работодатель отчисляет в бюджет около 25–30 копеек на каждый рубль, выплаченный работнику).

Кроме того, в ряде европейских стран действует церковный налог. Он достигает 1–5%, что немало. На него не распространяются налоговые вычеты.

Самые высокие налоги на наемных работников и работодателей среди стран Евросоюза установлены в Бельгии. Согласно рейтингу Экономического института Молилари (IEM), Бельгия уже второй год подряд занимает первое место в ЕС по этому показателю. Вообще, ставки налогов на доходы физических лиц в Европе значительно отличаются в разных странах.

В государстве Монако ставки налогов составляют ноль процентов, а в расположенной рядом Франции – уже 75%. Впрочем, французское государство заставляет платить 75% только с доходов выше одного миллиона евро в год. И стимулирует тем самым отток миллионеров в соседнее княжество.

Более-менее низкие ставки существуют в восточноевропейских странах. Например, в таких странах, как Болгария, они не превышают 10%, а в Литве и Чехии – превышают на 15%. Далее следуют Румыния (16%), Словакия (19%) и Эстония (21%). К этой группе намерена присоединиться и Латвия, где за ближайшие три года планируется снизить подоходный налог с 25% до 20%.

Среди представителей Западной Европы наиболее лояльный жителям НДС существует в Лихтенштейне – до 21%. Следующая группа стран включает в себя Финляндию, Венгрию, Польшу, Кипр, Мальту, Люксембург, где ставка подоходного налога колеблется от 30% до 40%.

В Ирландии, Словении, Италии, Швейцарии, Греции, Германии, Португалии, Испании НДС взимается на уровне от 40% до 50% от получаемого дохода. А вот страны европейского ядра дерут со своих налогоплательщиков по полной. В Британии, Бельгии, Нидерландах – это 50–52%, в Швеции, Дании – до 60%, а во Франции уже упомянутые 75%.

Кстати, ранее лидером по трудовым налогам была Венгрия. Однако в 2011 г. эта восточноевропейская страна внедрила единую ставку подоходного налога в размере 16%. Это привело к снижению трудовых налогов.

Стоит также упомянуть о том, что в странах Евросоюза действует весьма жесткая система налогового администрирования, которая в значительной степени затрудняет уклонение от налогов. Так, в Италии с февраля 2012 г. начала работать компьютерная система *Redditometro*. Она автоматическим образом сопоставляет данные о доходах и расходах итальянских налогоплательщиков. База по доходам строится на информации из налоговых деклараций, а вот расходы просматриваются по целой сотне показателей. Они включают в себя покупку автомобилей, домов, мебели, различные выплаты, страховки, посещение спортклубов, подписку на кабельное телевидение и т. д. И даже такие благородные траты, как пожертвования, также учитываются в статистике расходов.

Таким образом, системы налогообложения физических лиц в рассмотренных странах, безусловно, имеют схожие и различные черты. К сходству можно отнести наличие прогрессивных шкал (с общей тенденцией к уменьшению числа градаций), значительные необлагаемые минимумы и наличие социальных вычетов.

Одним из самых существенных различий в налогообложении развитых стран является налогообложение нерезидентов и так называемых «глобальных» доходов, т.е. доходов, полученных от источников во всем остальном мире. В каждой стране этому вопросу посвящен целый ряд законов и подзаконных актов. Налоговая политика в отношении нерезидентов тесно связана с процессами глобализации и с внешнеэкономической политикой каждой страны. В результате возникают такие интересные современные явления, как планирование состоятельными людьми своего пребывания в тех или иных странах в течение года в целях получения статуса резидента для оптимизации налогообложения.

На примере детально рассматриваемой налоговой системы Франции и России можно сделать следующие выводы.

Налоговый период для расчета подоходного налога и в России, и во Франции – это один календарный год.

Но в России налоги за наемных работников платит работодатель (два раза в месяц), а самим работникам подавать налоговую декларацию в начале следующего года нужно только в случаях, когда у налогоплательщика кроме зарплаты был какой-то дополни-

тельный источник дохода (доход от недвижимости, доход от дивидендов, доход от коммерческой деятельности и другие).

Во Франции же работники всегда сами платят подоходный налог. Контроль за своевременностью и точностью налоговых выплат во Франции очень жесткий. Даже незначительная просрочка в подаче налоговой декларации грозит штрафом ~10% к сумме налоговых отчислений по этой декларации. С налогами во Франции очень строго, и пытаться обманывать налоговиков действительно опасно.

В России точность и своевременность налоговых отчислений контролируется менее жестко, и наказания за налоговые нарушения менее суровые. Очень многие налоговые резиденты частично укрывают свои реальные доходы, чтобы платить меньше подоходного налога, и не несут за это серьезной ответственности перед законом.

Таким образом, ясно, что размер налогов на физические лица в России в разы больше, даже не учитывая подоходный налог. На социальные отчисления и прочее уходит от 40% зарплаты, во Франции – 20 %, это многим не видно по собственной зарплате, так как в основном предприятия в России являются налоговыми агентами.

Список использованных источников:

1. *Александров И.М.* Налоги и налогообложение: учебник. 10-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2013.
2. БИКИ № 64 (8260). 2013. С. 4–5.
3. *Ефимов В.С.* Финансы: учебный курс. – М.: Московский институт экономики, менеджмента и права, 2013. Ч. 2.
4. *Перов А.В., Толкушкин А.В.* Налоги и налогообложение: учебное пособие. 9-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2012.
5. *Скрипниченко В.А.* Налоги и налогообложение: учебное пособие. 3-е изд. перераб и доп. – СПб: Питер, 2010.
6. *Тедеев А.А.* Налоги и налогообложение: учебник для вузов. – М.: Приор-издат, 2013.

А.В. Иванов

Краснодарский университет МВД России

Научный руководитель:

М.В. Бойко, к.э.н.

РАЗВИТИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ ПРО100 КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Удобный и быстрый способ оплаты товаров и услуг, развитая инфраструктура приема карт на всей территории России, безопасность и независимость платежной системы «Универсальная электронная карта» (ПРО100) от международных отношений – основные преимущества карты ПРО100.

ПРО100 – платежная система Сбербанка России, доступна для использования через банковскую карту с чипом. Развитием платежной системы ПРО100 Сбербанк занимается с 2010 г. Она пришла на смену системе «Сберкарт», которую Сбербанк создал еще в 1993 г. Из-за того, что система основывалась на закрытых стандартах, она функционировала только в сети Сбербанка и не получила достаточно широкого распространения.

Банковская карта с логотипом «ПРО100» – это современный инструмент для платежей, который принимается на территории всей России в широкой сети терминалов и банкоматов. Расчетные карты выпускаются в валюте Российской Федерации (российских рублях).

Главным инструментом является универсальная электронная карта (УЭК) гражданина Российской Федерации – ключ доступа к широкому спектру электронных государственных, муниципальных и коммерческих услуг и сервисов. УЭК – это материальный носитель, на котором в графической и электронной формах содержится информация о пользователе: фамилия, имя и (если имеется) отчество, дата рождения, фото и пол пользователя, страховой номер индивидуального лицевого счета в системе обязательного пенсионного страхования (СНИЛС), номер полиса обязательного медицинского страхования (ОМС), данные электронного банковского приложения, а также по желанию гражданина может содержаться

квалифицированная электронная подпись, используемая для совершения юридически значимых действий.

Карта УЭК позволяет заказывать и оплачивать государственные и муниципальные услуги (например, оформление и выдача заграничного паспорта, справок и выписок и т.д.), дистанционно записываться к врачу и получать медицинские услуги по программе обязательного медицинского страхования, получать социальные выплаты и пособия, контролировать посещаемость и успеваемость школы ребенка, оплачивать проезд в городском транспорте, оплачивать коммунальные услуги и иные платежи, переводы в сервисах «Мобильный банк» и «Сбербанк ОнЛ@йн», а также переводы в банкоматах и терминалах Сбербанка. Основными приложениями УЭК являются федеральное электронное идентификационное и электронное банковское приложения.

ПРО100 является единственной системой, закрепленной сегодня на законодательном уровне. На базе платежной системы ПРО100 возможен самый быстрый и недорогой старт национальной платежной системы. В Единую платежно-сервисную систему УЭК входят 14 банков, 4 банка эмитируют карты с платежным приложением ПРО100 – это основные российские банки-эмитенты, на долю которых приходится более 40% всего рынка эквайринга. В настоящее время 359 000 торговых организаций принимают к оплате карты с этой платежной системой. Карты с банковским приложением ПРО100 принимаются более чем в 88 000 устройствах самообслуживания по всей территории Российской Федерации.

Банки – участники платежной системы «УЭК», имеющие технологическую готовность обеспечить предоставление услуг в рамках электронного банковского приложения: «Сбербанк России», «Уралсиб», «Ак Барс», «Московский Индустриальный Банк», «Ханты-Мансийский Банк», «Центр-Инвест».

На карты, обслуживаемые в ПС «УЭК» (ПРО100), можно начислять зарплаты, пенсии, стипендии и социальные выплаты. С картами ПС «УЭК» (ПРО100) можно осуществлять все стандартные банковские карточные операции: снятие наличных, пополнение банковского счета, оплату по карте более чем в полумиллионе торговых точек в инфраструктуре обслуживания карт банков – участников ПС «УЭК» (ПРО100). В скором времени будет доступна оплата товаров и услуг в интернет-магазинах.

Карты «ПРО100» принимаются во всех регионах России, включая Республику Крым и г. Севастополь. На полуострове функционирует 1 572 пункта выдачи наличных, более 1 500 POS-терминалов в торгово-сервисных точках, 339 банкоматов. Точки приема и обслуживания карты обозначены логотипом «ПРО100».

По мере подключения к ПС «УЭК» кредитных организаций, количество торговых точек, обслуживающих «ПРО100», постоянно увеличивается. К примеру, с помощью карты «ПРО100» можно расплатиться в магазинах.

В IV квартале 2014 г. для держателей карт «ПРО100» планируется реализовать сервис оплаты товаров и услуг, заказанных в интернет-магазинах. Данный сервис существенно расширит возможности для применения карты «ПРО100», в особенности среди молодежи и активных пользователей онлайн-сервисов. Для того чтобы привлечь на старте проекта большее число магазинов, ОАО «УЭК» планирует сотрудничать с уже действующими на рынке кредитными организациями, имеющими развитую эквайринговую сеть.

Дистанционный способ оплаты будет также доступен на портале УЭК-Онлайн, на котором активно формируется каталог реквизитов государственных и муниципальных поставщиков услуг по всем регионам Российской Федерации. Таким образом, все держатели карты «ПРО100» получают возможность, не выходя из дома, оплатить коммерческие услуги (ЖКУ, связь и т.п.), государственные и муниципальные услуги (оплата детских садов, спортивных секций, оплата регистрации брака) и многое другое.

Портал УЭК-Онлайн – уникальная электронная площадка для удобного получения информации о поставщиках государственных и муниципальных услуг, а также для оплаты этих услуг. Портал УЭК-Онлайн предоставляет возможность клиентам Сбербанк ОнЛ@йн оплачивать государственные, муниципальные услуги и задолженности онлайн.

Авторизоваться на Портале УЭК-Онлайн можно с помощью УЭК с использованием логина и пароля (реквизиты для доступа в личный кабинет автоматически выдаются после регистрации заявления о выпуске УЭК, в качестве логина используется СНИЛС гражданина) либо с использованием учетной записи в Единой системе идентификации и аутентификации (Единый портал госуслуг).

Конкурировать с зарубежным аналогом «ПРО100» помогут более низкие тарифы. «В части тарифов и условий участия, это более доступная для участников национальная платежная система, справедливые тарифы которой позволят принимать эти карты не только в тех магазинах, где сейчас принимаются международные карты, но и в тех, которые сейчас не могут себе позволить работать с картами и пока принимают только наличные», – отмечают в Сбербанке.

В свете последних событий, происходящих на Украине и введенных санкций против России, многие граждане ощутили некоторые проблемы с платежными системами *Visa* и *MasterCard*. Поэтому на высшем уровне было принято решение о создании собственной национальной платежной системы «ПРО100».

На сегодняшний день практически каждый второй гражданин России имеет кредитную или дебетовую карту, привязанную к платежным системам *Visa* или *MasterCard*. Это американские процессинговые системы и, соответственно, мы напрямую зависим от них. Через них проходят миллиарды долларов ежедневно, поэтому введение санкций против России со стороны США непременно ударит по прибыли этих компаний. Но оставаться зависимым от них, тоже не представляется возможным.

Однако введение универсальной платежной карты «ПРО100» не может быть быстрым и единовременным. Для того что бы она заработала, требуются большие ресурсы как денежные, так и человеческие.

По нашему мнению, создание собственной платежной системы в России принесет много плюсов – Россия повысит имидж и больше не будет зависима от иностранных процессинговых центров.

Список использованных источников:

1. Данилов В. Спорное мнение. Национальная безопасность и УЭК. URL: www.aercity.ru/publikaczii/stati-assocziaczii
2. «Государство. Бизнес. ИТ». URL: <http://www.tadviser.ru>
3. URL: http://www.banki.ru/wikibank/natsionalnaya_platejnaya_sistema
4. URL: <http://xn--100-redeg.xn--p1ai>
5. URL: <http://forex02.ru/kak-povliyaet-na-ekonomiku-vnedrenie-rossijskoj-platezhnoj-sistemy-pro100>

А.А. Кравцова

*Северо-Кавказский
Федеральный университет*

*Научный руководитель:
С.В. Недвижай, к.э.н., доцент*

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ УПРАВЛЕНИЯ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНАХ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКОЙ

Совершенствование методов управления в государственных органах является одной из важнейших составных управленческой деятельности. Данная тема вызывает ряд вопросов, так как является, несомненно, актуальной в наше время.

В условиях переходной экономики видоизменяются и производственные отношения, меняются и функции органов исполнительной власти. Эта реконструкция функций несет в себе и изменение структуры органов исполнительной власти регионов.

Самореформирование главным образом направленно на соответствие структуры потребностям переходной экономики. Однако структура органов управления экономическим сектором региона до сих пор сохраняет многочисленные особенности структуры управления плановой экономики. Это отчасти не позволяет выполнять в соответствующей степени такие функции, как моделирование общественно-финансовой и социально-экономической ситуации в регионе, проведение ситуационного исследования, создание способов косвенного регулирования финансовых процессов [2].

На наш взгляд, для перехода государства к демократической форме правления и правовому регулированию необходимо, в первую очередь реформировать государственный аппарат, затем внедрить новшества в его структуру и определить функции и способы регулирования его деятельности.

Основными осложняющими аспектами в работе госаппарата являются:

- негативная реакция персонала на изменения в формах собственности и на новое состояние общества и экономики в целом;

- отрицательные стороны в работе с органами местного самоуправления (нет определенной структуры управления, неправильно распределены функции и полномочия внутри организации);
- недостаток профессионализма и компетентности многих госслужащих, а также остатки старой системы управления;
- отсутствие опыта работы в негосударственных структурах [3].

Причинами данных недочетов на службе структур государственного аппарата являются: недостаток теоретической базовой основы работы с персоналом, его развития и формирования в условиях рыночной экономики; низкое формирование личностного, и профессионального потенциала работников; отсутствие научной структуры подготовки персонала госслужбы.

Для преобразований и создания развернутой инфраструктуры в этой области требуются ресурсы, а также обеспечение подготовки и переподготовки персонала на всех уровнях, установление режимов и способов управления, основанных на новых информационных и аналитических разработках. Нужно сократить число уровней управления, четко разделить функции на государственные, общественные, производственные и уменьшить количество подразделений аппарата управления.

На данный момент странам с прежней экономической системой необходимо построение новой управленческой системы с взаимодополняющими частными структурами и госструктурами. В целях укрепления стратегического баланса в экономическом секторе должны быть разработаны меры государственного регулирования, которые обеспечат высокую предпринимательскую и трудовую активность населения.

Надо принимать во внимание, что административный штат не способен самостоятельно принимать решения, профессионально и компетентно обосновывать и решать экономические проблемы. Для этого необходимо обучение современному маркетингу, методам ведения переговоров и достижения соглашений, поиску компромиссов.

В настоящее время модернизация государственного аппарата выступает не как ограниченное мероприятие, направленное на частичные перемены властных и административных структур, а как комплексная программа.

Существует несколько направлений, по которым может совершенствоваться концепция госуправления.

1. *Разгосударствление (приватизация)* означает не только изменения формы государственной собственности на личное пользование, но и заключение договоров с частными фирмами на исполнение конкретных услуг на конкурентоспособных условиях, предоставление жителям альтернативных возможностей получения услуг и др. Это определяется как новая стратегия для государств, которые контролируют малую долю собственности. Зачастую, возникают новые трудности – рост масштабов коррупции и уменьшение объемов услуг для наименее обеспеченных слоев населения.

2. *Рассредоточение (децентрализация)* госуправления может проходить в виде передачи отдельных функций с федерального уровня на более низкий уровень управления. Иным вариантом является формирование независимых структур (коммун, общин, муниципалитетов), которые располагают своими ресурсами для выполнения возложенных на них задач. В результате повышается эффективность принимаемых решений, создаются благоприятные условия для совершенствования сервиса. Непременными требованиями при децентрализации являются экономическая независимость и ответственность.

3. *Улучшение качества муниципальных услуг* заключается не только в стремлении учитывать круг интересов граждан, но и в использовании непосредственной связи между квалификацией, уровнем образования, здоровья людей и конкурентоспособностью национальных экономик [3]. Общими моментами являются больший акцент на развитие контрольных, аналитических, оценочных и прогностических функций, повышение качества подготовки и принятия решений.

От деятельности высших руководителей во многом зависит качество государственного управления. Поэтому в ряде развитых стран мира появились специальные институты – службы высших госслужащих, где готовят квалифицированные кадры высокого уровня, ориентируемые не только на карьеру, но и на выполняемую работу. С этой же целью вводятся стандарты компетенции руководителей в сфере маркетинга, от которых в данный момент нужны не только знания, но и лидерские качества. Немаловаж-

но и умение определять стратегические задачи и приоритеты, понимать общественно-политическую связь и институциональные условия, свойственные каждой ситуации, принимая во внимание круг интересов разных компаний, производить оценку этическим аспектам и общественным результатам, гарантировать выполнение демократических общепризнанных норм и ценностей, распоряжаться общественно-политическими и организационными переменами с учетом цивилизованных, национальных, институциональных условий.

Усложнение социальной структуры общества, возникновение гражданских процессов и инициатив заставляют находить новые механизмы взаимоотношений муниципальных органов власти с обществом и организациями. Развитие идет по двум направлениям: первое – предпринимаются действия по увеличению качества услуг, оказываемых государством своим гражданам (здравоохранение, образование, социальное страхование и т.п.); второе – формируются новейшие механизмы привлечения населения в процедуру принятия и реализации государственных решений. Это способствует более четкому установлению ценностей общегосударственной политики и выявлению эффективного использования ресурсов для решения общественных проблем.

Наиболее значимыми условиями успешной работы государственного аппарата являются: гласность, публичность, обязательность обоснования принимаемых решений, право граждан на их разъяснение, наказание за предоставление ложной или искаженной информации.

Существует риск появления кризиса политических институтов, так как несоответствие между ограниченностью ресурсов и ростом социальных ожиданий и потребностей различных слоев общества приводит к недовольству населения и отчуждению власти, а кроме того, возникновению новых социальных процессов. Появляется вопрос о системе распределения ресурсов. С одной стороны, она должна быть справедливой в глазах разных социальных групп, с другой – власть вынуждена осуществлять политику рационального распределения ресурсов. Поиск новых моделей принятия решений по вопросам расстановки приоритетов и определения целей является основным аспектом данной проблемы [2].

Профессионализм государственного аппарата обеспечивается рациональным использованием кадрового потенциала и развитием института государственной службы. В современных условиях осуществляется переход от унифицированной к дифференцированной системе государственной службы, ведется работа по кодификации деятельности чиновников и более четкому определению их обязанностей и прав.

Глобализация в современном мире играет огромную роль. Необходимо отметить такие новые моменты, как появление международной государственной службы и формирование бюрократических аппаратов международных организаций (ООН, ЕС, НАТО, АСЕАН, СНГ); выделение оргструктур, отвечающих за взаимоотношения с различными межгосударственными организациями; изменение национальных законодательств с учетом международных соглашений.

С целью сближения и унификации государственных структур членов ЕС (а также потенциальных членов ЕС) было создано Европейское административное пространство. В результате общеевропейские проблемы становятся частью повседневной работы госслужащих, от которых требуется знание международного и национального законодательств, иностранных языков, информатики, основ межкультурного общения и т.д. Ассоциацией ЕС разработаны критерии и стратегия административных преобразований для новых членов, включающая такие этапы, как, определение общих принципов государственного устройства, разработка программы изменения законодательства, план формирования государственных институтов. Модернизация государственного аппарата остается постоянной функцией и одной из основных задач любого правительства. Речь идет о систематическом изучении работы госаппарата, повышении эффективности государственного управления, совершенствовании административных процедур, развитии отношений между гражданами и органами государственной власти [1]. Также используются методы совершенствования работы госаппарата, заимствованные из частного сектора: тотальное управление качеством, улучшение показателей, реинжиниринг, проектное управление, стратегическое управление, организационное развитие и др.

На наш взгляд, в настоящее время назрела необходимость разработки и реализации общероссийской программы реформирова-

ния государственной службы. Такая программа сможет обеспечить формирование целостной и непротиворечивой системы государственного управления экономикой в условиях рыночных отношений. Ее основная задача заключается в том, чтобы обеспечить координацию законопроектных и нормативных работ с организационно-управленческими мероприятиями и научными исследованиями. Совокупность этих мер позволит поднять на новый уровень структуру государственного управления и приведет к улучшенному и стабильному экономическому положению государства.

Список использованных источников:

1. *Васильева М.В.* Совершенствование управления экономикой регионов на основе применения методики сравнительной комплексной оценки эффективности деятельности органов государственной власти и местного самоуправления. // Управление экономическими системами (электронный журнал). 2012. № 95.

2. *Кибанова А.Я.* Управление персоналом организации: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2011.

3. *Фетисов Г.Г., Орешин В.П.* Региональная экономика и управление: учебное пособие для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2009.

Ю.В. Немчинова

*Ставропольский государственный
аграрный университет*

*Научный руководитель:
Т.Г. Гурнович, д.э.н., профессор*

АКТУАЛЬНОСТЬ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ИЗДЕРЖКАМИ БАНКА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Говоря об устойчивом управлении системой, эксперты зачастую пренебрегают понятием ее эффективности. Эффективность управления системой предполагает поддержание ее оптимального, стабильного состояния в любое время и в любом месте. Устойчивость и эффективность – взаимосвязанные между собой понятия.

Управляя коммерческим банком как основным элементом банковской системы на современном этапе, очень важно уделять внимание тому, как повышать эффективность управления коммерческим банком. Ситуация в экономике непростая: на фоне введения санкций наблюдаются колебания валютных курсов, снижается промышленное производство, замедляются темпы роста экономики, увеличивается стоимость фондирования для банковского сектора. Политика импортозамещения неоднозначно сказывается на экономике. С одной стороны, необходима активизация действующих производств, но, с другой стороны, для ее активизации необходимы кредитные ресурсы банковского сектора, который не в состоянии предоставить экономике дешевые ресурсы в короткие сроки.

Согласно многочисленным прогнозам экспертов, в ближайшие три года развитие экономики будет замедляться. Уже сейчас мы видим рост ВВП России во втором квартале 2014 г. всего 0,8% относительно второго квартала 2013 г. Неутешительна и динамика прибыли коммерческих банков. По данным Центрального банка РФ, за 9 мес. 2014 г. прибыль коммерческих банков снизилась на 8,8%.

Для увеличения эффективности деятельности банков, снижения текущих расходов в современной банковской практике банками выделяется два подхода.

Первый из них – так называемый «реакционный», когда под влиянием внешних факторов или собственных программ оптимизации

необходимо произвести быструю оптимизацию издержек. В этой связи банк не успевает заранее подготовиться и просчитать возможные пути оптимизации и применяет подход жесткого сокращения расходов, когда все направления расходов секвестрируются на одинаковую величину, что не всегда благоприятно для развития банковского бизнеса.

Другой подход – «проактивный», когда банк заранее готовится к неблагоприятным воздействиям внешней среды и к последующей работе по сокращению издержек. Банк проводит опросы персонала, разрабатывает собственные программы оптимизации, проводит расчеты планируемого эффекта. Как правило, на реализацию данного подхода требуется около одного года. В различных банках существуют свои оптимизационные процессы, и универсальных методов обеспечения экономии издержек в настоящее время не существует.

Однако, говоря об эффективности того или иного вида банковской деятельности, необходимо оценивать не только прямые или собственные издержки подразделений, участвующих в продаже банковских продуктов, но и применять метод аллокации расходов сначала по подразделениям, затем по бизнес-процессам и, наконец, по продуктам. Как правило, аллокация расходов осуществляется с помощью драйверов. К основным драйверам аллокации относят площади занимаемых помещений, количество автотранспорта, количество рабочих мест. Если брать клиентские подразделения, то в качестве прямых драйверов аллокации к ним можно применить количество клиентов, количество работающих счетов, количество платежных поручений, количество выданных кредитов, гарантий, а также объемы бизнеса – кредитование, привлечение, расчетно-кассовое обслуживание.

Косвенное распределение затрат применяется в том случае, если невозможно достоверно определить драйвер аллокации и объект, в интересах которого осуществляется банковская деятельность. В банковской практике в качестве косвенных драйверов аллокации чаще всего используются показатели среднесписочной численности сотрудников, суммарный фонд оплаты труда сотрудников, прибыль подразделения.

Как правило, в каждом отдельно взятом банке выбирается и утверждается своя последовательность распределения затрат. На

каждом этапе могут выделяться промежуточные и итоговые объекты аллокации.

Применение системы аллокации расходов в системе управления издержками банка позволяет коллективу банка задуматься о необходимости экономии средств не только прямоаллолируемых, но и косвенных расходов. Кроме того, эффективная система аллокации затрат позволяет получить информацию о себестоимости банковских продуктов и услуг. В процессе аллокации расходов очень важно соблюдать принцип существенности, означающий соответствие постоянных и переменных затрат тому экономическому эффекту, который был достигнут в результате реализации банковского продукта/услуги.

В большинстве случаев расходы банка относятся к условно-постоянным и не зависят от объемов продаж продукта/услуги. В связи с этим еще одним эффективным методом управления затратами банка является функционально-стоимостной анализ. Его суть состоит в переносе максимального объема косвенных затрат в прямые затраты. Банк достигает максимально точной величины банковского продукта/услуги и одновременно получает информацию о структуре себестоимости предоставляемых продуктов в разрезе отдельных технологических процессов, что позволяет выявлять ключевые направления оптимизации бизнес-процессов банка. Таким образом, в основе функционально-стоимостного анализа лежит оценка себестоимости продукта или услуги путем исчисления затрат на операции, составляющие технологические цепочки разработки и реализации банковского продукта/услуги [1].

Итак, основным результатом эффективного управления расходами банка является, прежде всего, анализ их возникновения в разрезе подразделений и отдельных продуктов. Система управления затратами банка должна быть направлена на мотивацию сотрудников на максимальное сокращение издержек в своей деятельности. В качестве одной из таких систем предлагается функционально-стоимостной анализ.

Список использованных источников:

1. *Поморина М.А.* Финансовое управление в коммерческом банке: учебное пособие. М.: КноРус, 2013.

Новоселов А.П.

*Северо-Кавказский
федеральный университет*

*Научный руководитель:
Русецкий М.Г., к.э.н., доцент*

ИЗМЕНЕНИЯ И ДАЛЬНЕЙШИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТАМОЖЕННЫХ СТАВОК ПОСЛЕ ВКЛЮЧЕНИЯ РОССИИ В СОСТАВ ВСЕМИРНОЙ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

22 августа 2012 года Россия вступила во Всемирную торговую организацию, став 156 членом этой организации. Закончился долгосрочный процесс переговоров, длившийся 17 лет, но начался переходный период, затронувший большой перечень различных товаров. Основными условиями присоединения РФ к ВТО являются: снижение импортных пошлин на товары и ограничение господдержки большинства отраслей экономики, что в дальнейшем может привести к снижению конкурентоспособности отечественной продукции.

На первоначальном этапе по вопросу доступа зарубежных товаров на российский рынок были заключены договоренности о единовременном снижении России ввозных таможенных пошлин более чем по одной третьей тарифных позиций. Не позднее трех лет после вступления в ВТО должно быть произведено снижение ставок по 25% тарифных позиций.

На отдельные группы товаров (легковые автомобили, вертолеты, гражданские самолеты), импорт которых занимает лидирующие позиции, был установлен переходный период в семь лет и восемь лет на свиное мясо.

В связи с этим покупатели надеются на снижение цен импортной продукции. Но ожидания потребителей не всегда совпадают с политикой государства. Правительство не собирается снижать объемы таможенных поступлений в бюджет – 55% доходной части федерального бюджета формируют таможенные органы. Так, Россия ввела утилизационный сбор на ввозимые автомобили, но даже официальные источники не скрывают, что утилизационный

сбор не будет реализован для его прямого назначения, а вводится для того, чтобы компенсировать снижение пошлин на автомобили иностранного производства. Введение дополнительных косвенных налогов, таких как утилизационный сбор, один из способов сбалансирования таможенных ставок. Для других групп товаров также существуют методы компенсирующие затраты, связанные со снижением пошлин. К примеру, первое снижение пошлин было реализовано уже со дня присоединения России к ВТО и затронуло в основном товары, чьи ставки тарифа были повышены в период с 2007 по 2011 год в рамках применения антикризисных мер в целях создания более комфортных условий для российских товаропроизводителей. Связано это было с тем, что пошлины, действовавшие в 2007 г., должны были быть применены российской стороной по принятым условиям вступления в ВТО.

Как известно, ставки таможенных сборов определяются по Единому таможенному тарифу Таможенного союза. В нем каждому коду ТН ВЭД назначена величина таможенного сбора. Всего изменения коснулись 1576 кодов ТН ВЭД. По данным Минэкономразвития РФ, начальный уровень «связывания» средневзвешенной ставки пошлин на товары определен в 11,85%, конечный уровень – в 7,15%. Россия после вступления в ВТО обязуется уменьшить средневзвешенный уровень тарифной защиты по сельскохозяйственным товарам с 15,2% до 11,3%, по промышленности – с 11,3% до 6,4% [5].

Наибольшие изменения тарифов затронули потребительские товары, в частности пищевую продукцию, а именно молочная и мясная группы продовольствия будут затронуты максимально, а также и некоторые виды фруктов и овощей. При ввозе мяса в нашу страну, как и прежде, будет действовать режим тарифного квотирования, который сохранится полностью в отношении говядины, но ужесточится к свинине и птице. Планируется, что квота на импорт свинины будет отменена с 1 января 2020 г., а квоты по говядине и птице будут действовать на усмотрение Российской Федерации.

Продовольственные товары, где произошли наибольшие изменения таможенных тарифов, рассмотрены в таблице 1.

Что касается ввоза автомобилей, то по прогнозу Министерства экономического развития, после вступления России в ВТО возможно снижение производства легковых автомобилей более чем на 50%. По

прогнозам аналитиков, снижение импортных пошлин на новые грузовики и автобусы к 2015 г. вызовет сокращение производства автобусов на 32%, а грузовиков на 18% от текущего уровня, если государство не введет протекционистские меры. В связи с этим был введен переходный период, который позволит постепенно снижать пошлины до 2016–2018 гг. По легковым автомобилям сразу после вступления в ВТО будут отменены заградительные ввозные пошлины, введенные в период глобального кризиса (35% на подержанные и 30% на новые машины). Начальный уровень снижения для тех и других установлен в 25%, который не подвергнется изменениям в течение трех лет для новых автомобилей и пяти лет для машин возрастом 3–7 лет. После таможенные пошлины на новые авто за четыре года будут равномерно снижены до 15%, а на подержанные – до 20% в течение двух лет. На автомобили старше семи лет специфическая пошлина останется неизменной – 2.5–5.8 евро за 1 куб. см двигателя. Но не стоит забывать про утилизационный сбор, который компенсирует снижение пошлин в автомобильной отрасли. Таким образом, снижение пошлин сделает проще ввоз в страну новых автомобилей иностранного производства, что пошатнет российский автопром, но отечественные автомобилестроительные предприятия получат пять лет для того, чтобы повысить свою эффективность.

Т а б л и ц а 1 – Изменение таможенных ставок по продовольственным товарам

<i>Товар</i>	<i>Новая ставка, %</i>	<i>Старая ставка, %</i>
Свинина свежая, охлажденная или замороженная	0	15
Свинина свежая, охлажденная или замороженная, вне квоты	65	75
Готовые мясные изделия	20	25

Относительно таможенных пошлин на нефть и нефтепродукты формула определения ставок не подвергнется изменениям и сохранится на неопределенный период времени, изменения также не затронут и ставок на природный газ. Будут введены тарифные квоты на древесину – сосну и ель с внутриквотными ставками 15% и 13% соответственно. Пошлины на вывоз меди и никеля будут снижаться в течение четырех лет с 5% до 10%.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что изменения, связанные с вступлением России в ВТО, затронули все отрасли и секторы отечественной экономики, в частности, таможенное дело в сфере импортных пошлин. Данные изменения по-разному будут влиять на экономику России, где-то положительно, а где-то отрицательно, так как любое событие в экономике имеет свои плюсы и минусы. Принятые нашей страной обязательства, связанные с поэтапным снижением таможенных пошлин, не означают потерю возможности регулирования импорта. В соответствии с нормативной базой ВТО любая страна, включенная в состав организации, имеет право применить меры по защите отрасли национальной экономики, если снижение импортных пошлин наносит значительный ущерб функционированию и развитию данной отрасли. Снижение ввозных пошлин значительно понизит поступление денежных средств в федеральный бюджет, так как больше половины поступлений формируются за счет таможенных пошлин, из чего следует вывод, что правительство и таможенные органы не допустят снижения поступлений в бюджет, это подорвет экономику страны. Возможно, произойдет всего лишь перераспределение между различными перевозимыми товарными группами, но в целом ставки импортных пошлин не изменятся. В связи с этим резкого снижения цен на импортную продукцию не произойдет, как бы сильно этого не хотелось российским потребителям.

Список использованных источников:

1. Борхунов Н., Родионова О. ВТО: пошлины и цены внутреннего рынка России на сельхозпродукцию // АПК: экономика, управление. 2012. № 8. С. 18–25.
2. Оболенский В. Россия и ВТО: обязательства, возможности, риски // Справочник экономиста. 2012. № 11. С. 59–68.
3. Оболенский В. Россия в Таможенном союзе и ВТО: новое в торговой политике // Мировая экономика и международные отношения. 2011. № 12. С. 22–30.
4. Единый таможенный тариф, утвержденный решением Межгосударственного Совета Евразийского экономического сообщества (высший орган Таможенного союза) от 27 ноября 2009 г. № 18.
5. Министерство экономического развития Российской Федерации. URL: <http://economy.90v.ru/mines/about/structure>

В.Ю. Русин

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
ст. преподаватель Н.П. Бугакова*

ПЕРВЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ЭМБАРГО

Ограничения на импорт продовольственной продукции, введенные Постановлением Правительства РФ от 6 августа 2014 г. № 560, означают, что в годовом выражении российский импорт продовольствия из ЕС, Норвегии, США, Канады и Австралии снизится на \$9,4 млрд. При этом импорт продовольствия из ЕС должен сократиться на \$6 млрд.

Импортные поставки мяса из стран, попавших под ограничения, должны сократиться на 867 тыс. т (7,8% от внутреннего потребления), рыбы и морепродукты на 457 тыс. т (13,7% от внутреннего потребления), молока и молочной продукции на 529 тыс. т (1,4% от внутреннего потребления), овощей на 916 тыс. т (5,4% от внутреннего потребления), фруктов на 1 600 тыс. т (14,5% от внутреннего потребления).

Российские компании сумели заменить большую часть продукции из США и Евросоюза. Ритейлеры утверждают, что сумели наполнить полки и меню аналогами большей части утраченных товарных позиций.

Меньше всего проблем оказалось с замещением продуктов из так называемого борщевого набора: картофеля, лука, моркови, капусты, свеклы, а также сезонными яблоками, цитрусовыми, бахчевыми. «Отечественный урожай хороший, и цены даже немного снижаются, – утверждает руководитель управления по связям с общественностью X5 Владимир Русанов. – В среднесрочной перспективе томаты и огурцы также будут доступны в достаточном количестве».

Компания X5 *Retail Group* (сети «Перекресток», «Пятерочка», «Карусель» и др.) выкладывает на прилавки отечественную сливу, а также закупает ее в Сербии, гранат и рукколу в ее распределении

тельные центры везут из Израиля, виноград импортируется из Турции, персики – из Грузии, яблоки «Гала» – из Азербайджана. Сеть «Дикси» увеличивает загрузку российских партнеров из Кубани и Ставропольского края, а экзотические фрукты будет заказывать из стран Азии, Латинской Америки и Африки.

Импортную молочную продукцию, кроме сыров, в российских магазинах почти полностью заместили российские производители. К примеру, «Дикси» заменила финскую и литовскую сметану российской. В этой категории отечественный производитель конкурентоспособен. Правда, как отмечает представитель сети «О'кей» Артем Глуценко, в сети почти не осталось безлактозной продукции.

Минусом таких замен стал массовый пересмотр прайс-листов. По словам руководителя управления по связям с общественностью X5 Владимира Русанова, практически все молочные поставщики предупреждают о повышении закупочных цен на 7–10%, мотивируя это ослаблением рубля и ростом цен на сырье. Также, несмотря на то, что Россия почти полностью обеспечивала себя мясом птицы, именно курятина оказалась лидером в росте цен: с начала года, по данным Росстата, она прибавила в стоимости 13,8%. Ритейлеры объясняют это возникшим в начале года дефицитом другого продукта – свиного шпига: чтобы компенсировать дефицит сырья, производители колбас и сосисок начали закупать курятину. По словам Русанова, крупнейшие производители свинины также заявляют о повышении расценок на 8–10%.

Зато премиальную говядину удалось заменить без проблем: в «О'кей» уже продается мясо из Южной Америки, Новой Зеландии и Уругвая. В «Metro» завезли премиальную говядину из Аргентины и Новой Зеландии.

Сложнее всего оказалось заместить импортные сыры: пока в магазинах остается некоторое количество попавших под эмбарго европейских брендов на стоках, но через несколько недель из разряда «элитных» останутся только швейцарские сыры. В гипермаркетах «Globus», по словам представителя компании Натальи Рычковой, восполнить европейские сыры удалось лишь на 10%. Также новая логистика привела к временному дефициту рыбной продукции. «В «Globus» лишь на 80% заполнен прилавок с охлажденной рыбой, – отмечает Рычкова, – рост закупочных цен при этом соста-

вил 35–40%». В «Дикси» ввели дополнительный ассортимент рыбной продукции с Дальнего Востока. Поставщики Х5 пока работают на запасах: у них достаточно красной рыбы, атлантической сельди, скумбрии, салаки и икры для сохранения стабильных поставок.

Проблемы возникли и с замещением охлажденного лосося. До введения санкций основной объем импортировался из Норвегии; компании нашли замену на Фарерских островах и в Чили, однако поставки оттуда только начались и цена «нового» лосося будет выше. «Пресервы и копченая рыба (скумбрия, сельдь и мойва) будут замещены российской продукцией, – говорит представитель «Метро», – а греческая дорада и сибас – турецкой». В «О'кей» радужную форель теперь будут доставлять из Карелии, Армении и Турции.

При сохраняющемся одобрении населением (73%) мер российского руководства, направленных на запрет импорта продуктов питания из стран Запада, россияне стали более трезво подходить к оценке возможных последствий от этих шагов. Доля респондентов, отмечающих рост цен на продукты питания, выросла с 35% в августе 2014 г. до 64% в октябре. Две трети опрошенных (61%) ожидают снижения уровня жизни и сокращения доходов в ближайшем будущем. Если летом 45% россиян считали, что внешнеполитический курс России приведет к возможному экономическому кризису, то сейчас так думают 56% опрошенных. Но в целом в настоящее время половина россиян (52%) отмечают, что пока не испытывает «практически никаких» проблем с питанием в связи с ответными санкциями. Опрос проведен 24–27 октября 2014 г. по репрезентативной всероссийской выборке городского и сельского населения среди 1630 чел. в возрасте 18 лет и старше в 134 населенных пунктах 46 регионов страны. Распределение ответов приводится в процентах от общего числа опрошенных вместе с данными предыдущих опросов. Статистическая погрешность данных этих исследований не превышает 3,4%.

Список использованных источников:

1. Постановление Правительства РФ от 7 августа 2014 г. № 778 «О мерах по реализации Указа Президента РФ от 6 августа 2014 г. № 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации». URL: <http://www.pravo.90v.ru>

2. *Сорокожердыев В.В., Константиныди Х.А., Бугакова Н.П.* Экономико-правовые аспекты реализации стратегии модернизации России и достижения целей эффективного развития // Экономическая наука современной России. 2014. № 3 (66). С. 173–177.

3. *Спирина С.Г.* Комплексный финансовый риск: сущность и взаимосвязь с финансовой устойчивостью хозяйствующих субъектов // Теория и практика общественного развития. 2014. № 3. С. 252–254.

4. <http://www.levada.ru/11-11-2014/kontrsanktsii-problemy-i-posledstviya>

5. <http://top.rbc.ru/photoreport/07/08/2014/941617/1.shtml>

Е.В. Сапина

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
И.В. Мамонова, к.э.н., доцент*

НАЛОГОВЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Свободные экономические зоны (СЭЗ), а иногда их называют особые экономические зоны (ОЭЗ) – это территории, где по сравнению с другими регионами созданы более благоприятные условия для работы фирм и предпринимателей. Различные схемы с использованием свободных экономических зон стали одним из самых популярных способов законной минимизации налогов.

Свободные экономические зоны могут создавать как федеральные, так и региональные и местные власти. Отсюда и различия в перечне льгот в разных зонах. Федеральные власти могут освободить участников СЭЗ от налогов, поступающих в федеральный бюджет, региональные власти – от налогов, поступающих в региональный бюджет. Впервые в России свободные экономические зоны созданы постановлением Правительства РФ от 22 декабря 2005 г. Было организовано шесть особых экономических зон:

- четыре технико-внедренческих (инновационных) в городах: Дубна, Зеленоград, Санкт-Петербург (поселок Стрельна, зона «Нойдорф»), Томск;
- две промышленно-производственные зоны в городах: Елабуга, Липецк – ОЭЗ «Липецк».

3 февраля 2007 г. постановлениями Правительства РФ в России создано семь особых экономических зон туристско-рекреационного типа: в Республике Бурятия, в Республике Алтай, в Алтайском крае, в Ставропольском крае, в Иркутской области, в Калининградской области, в Краснодарском крае.

В настоящий момент на территории Российской Федерации создано три портовые зоны: «Ульяновск Восточный» на террито-

рии Ульяновской области; «Советская Гавань» на территории Хабаровского края; ПОЭЗ (портовая особая экономическая зона) на территории Мурманской области.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 14 октября 2010 г. создан туристический кластер, состоящий из следующих территорий:

- Зеленчукского района Карачаево-Черкесской Республики;
- Апшеронского района Краснодарского края;
- Майкопского района Республики Адыгея;
- Черекского, Чегемского, Эльбрусского районов Кабардино-Балкарской Республики;
- Алагирского и Ирафского районов Республики Северная Осетия – Алания;
- Хунзахского района Республики Дагестан.

Так как в Краснодарском крае существуют именно туристско-рекреационные зоны, то уделим им наше внимание.

Для организаций, имеющих статус резидента туристско-рекреационной зоны, установлены налоговые льготы:

- не применяется установленное в п. 2 ст. 283 НК РФ ограничение по размеру переносимых на будущее убытков;
- возможность при расчете амортизации применять в отношении собственных основных средств специальный коэффициент, но не выше 2 (п. 7 ст. 259 НК РФ);
- может устанавливаться пониженная налоговая ставка налога на прибыль, подлежащего зачислению в региональный бюджет, но не ниже 13,5%. Пониженная налоговая ставка применяется только в отношении прибыли от деятельности, осуществляемой на территории особой экономической зоны, и только при условии ведения резидентом ОЭЗ раздельного учета доходов и расходов (п. 1 ст. 284 НК РФ);
- освобождаются от налогообложения налогом на имущество в отношении имущества, учитываемого на балансе организации – резидента туристско-рекреационной зоны, созданного или приобретенного в целях ведения деятельности на территории этой зоны, используемого на ее территории в рамках соглашения о создании особой экономической зоны и расположенного на территории данной особой экономи-

ческой зоны, в течение 5 лет с момента постановки на учет указанного имущества (п. 17 ст. 381 НК РФ);

- освобождаются от налогообложения налогом на землю организации – резиденты туристско-рекреационной зоны – в отношении земельных участков, расположенных на территории этой зоны, сроком на 5 лет с момента возникновения права собственности на каждый земельный участок (п. 9 ст. 395 НК РФ).

Для того, что бы оценить важность и необходимость создания таких зон, проанализируем инвестиционную привлекательность уже существующих ОЭЗ на территории России (таблица 1).

В приведенной таблице можно увидеть, как с каждым годом в промышленно-производственной зоне Елабуга и Липецк увеличиваются инвестиции. Также происходит инвестиционное движение и в других зонах этого типа, но не так активно.

В технико-внедренческой зоне тоже можно констатировать подъем инвестиционных вложений к 2013 году. А вот о туристско-рекреационной зоне такого не скажешь. Как можно увидеть из таблицы № 1, данные зоны инвестициями не избалованы, а к 2013 г. наблюдается даже их уменьшение. Тенденции 2014 г. не добавляют оптимизма.

Рассмотрим текущее состояние особой экономической зоны туристско-рекреационного типа на территории Алтайского края по состоянию на 1 июля 2014 г. (таблица 2).

Плановые показатели эффективности по проектно-производственным работам 2011 г. на 31.12.2013 г. выполнены в среднем на 45%. Сроки начала строительства нарушены на два-три года. Нарушены обязательства перед шестью резидентами из 14. Окупаемость бюджетных вложений в создание инфраструктуры ОЭЗ с учетом налоговых отчислений резидентов до 2023 г. не обеспечивается. Остаток бюджетного финансирования по ОЭЗ по Перечню строительства объектов инфраструктуры на 1.07.2014 г. составляет 3 391 млн руб., в том числе федеральных средств – 3 391 млн руб.

В таблице № 3 представлено текущее состояние особой экономической зоны туристско-рекреационного типа на территории Республики Бурятия по состоянию на 1.07.2014 г.

Т а б л и ц а 1 – Показатели российских ОЭЗ на период с 2010 по 2013 год

ОЭЗ	2010		2011		2012		2013	
	Резиденты	Инвестиции, млрд руб.	Резиденты	Инвестиции, млрд руб.	Резиденты	Инвестиции, млрд руб.	Резиденты	Инвестиции, млрд руб.
Промышленно-производственные								
«Алабуга»	9	11	24	12	28	27,3	33	36,4
«Липецк»	17	8	17	10	20	12,7	27	17,9
«Тольятти»	–	–	3	7,9	5	9,3	8	8
«Титановая долина»	–	–	2	–	2	–	3	–
«Моглино»	–	–	–	–	–	–	1	2,89
Технико-внедренческие								
«Зеленоград»	32	1,1	35	13	35	5,4	35	29,1
«Дубна»	50	0,4	66	7	88	8,4	95	17,7
«Томск»	45	2	56	4	59	7,1	59	14
«Санкт-Петербург»	33	0,23	33	3	32	8,1	32	21,2
Туристско-рекреационные								
«Алтайская долина»	9	–	8	2,085	7	–	5	2,3
«Байкальская гавань»	–	–	12	2,5	12	–	10	2,7
«Бирюзовая Катунь»	9	–	17	2,3	17	–	17	1,7
«Ворота Байкала»	–	–	2	–	2	–	2	–
Тур. кластер в СКФО, Краснодарском кр., Респ. Адыгея	–	–	–	–	–	–	1	–
«Гранд Спа Юпа»	–	–	–	–	–	–	–	–
«Остров Русский»	–	–	–	–	–	–	–	–

Т а б л и ц а 2 – Ключевые показатели функционирования ОЭЗ Алтайского края

	<i>Факт на 01.07.2014 г.</i>	<i>% исполнения</i>
Объем финансирования, млн руб., в том числе:	4 982,9	60%
Федеральный бюджет, млн руб.	4 549,9	57%
Бюджет субъекта и муниципалитета, млн руб.	433,0	100%
Выполнение сроков строительства объектов инфраструктуры	не выполняются	
Количество объемов инфраструктуры	4	23%
Количество резидентов на 31.12.2013 г.	17	89%
Объем инвестиций, осуществленных резидентами ОЭЗ, млн руб. на 31.12.2013 г.	619	33%
Количество рабочих мест, созданных резидентами ОЭЗ на 31.12.2013 г.	47	13%
Объем налогов, уплаченных резидентами ОЭЗ, млн руб. на 31.12.2013 г.	9	2%
Использование мощностей по электроэнергии	43%	–
Соотношение государственных и частных инвестиций	1/0,2	–
Заполнение территории резидентами	55%	

Плановые показатели эффективности по проектно производственным работам 2011 г. на 31.12.2013 г. выполнены в среднем на 17%. Нарушены обязательства перед двумя резидентами (ЗАО «Золотые пески Байкала», ООО «Прогресс-М») из 12. ЗАО «Золотые пески Байкала» также нарушили свои обязательства по соглашению о ведении деятельности. Окупаемость бюджетных вложений а ОЭЗ с учетом планируемых налоговых отчислений резидентов до 2023 г. не обеспечивается. Остаток финансирования ОЭЗ по утвержденному Перечню строительства объектов инфраструктуры на 01.07.2014 г. составляет 14 552,36 млн руб., в том числе за счет федерального бюджета – 11 351,62 млн руб.

Т а б л и ц а 3 – Ключевые показатели функционирования ОЭЗ на территории Республики Бурятия

	<i>Факт на 01.07.2014 г.</i>	<i>% исполнения</i>
Объем финансирования, млн руб., в том числе:	4 159,1	22,3%
Федеральный бюджет, млн руб.	2 885,2	20,3%
Бюджет субъекта и муниципалитета, млн руб. на 01.01.2014 г.	1 273,1	28,9%
Сроки окончания строительства объектов инфраструктуры	нарушены	
Количество объектов инфраструктуры	31	42,5%
Количество резидентов на 31.12.2013 г.	10	67%
Объем инвестиций, осуществленных резидентами ОЭЗ, млн руб. на 31.12.2013 г.	105	1%
Количество рабочих мест, созданных резидентами ОЭЗ на 31.12.2013 г.	19	1%
Объем налогов, уплаченных резидентами ОЭЗ, млн руб. на 31.12.2013 г.	2	0%
Использование мощностей по электроэнергии	27%	
Соотношение государственных и частных инвестиций	1/0,02	
Заполнение территории резидентами	36%	

В таблице 4 представлена оценка текущего состояния особой экономической зоны туристско-рекреационного типа на территории Иркутской области по состоянию на 1 июля 2014 г.

Плановые показатели эффективности по ППР 2013 г. на 31.12.2013 г. выполнены, но в части налогов только на 4%. Нарушены сроки строительства объектов инфраструктуры и обязательства перед двумя резидентами. Окупаемость бюджетных вложений в ОЭЗ с учетом планируемых налоговых отчислений резидентов до 2023 г. не обеспечивается. Остаток финансирования по ОЭЗ по утвержденному в 2013 г. Перечню строительства объектов инфраструктуры на 01.07.2014 г. составляет 11 651 млн руб., в том числе федеральных средств – 5789,2 млн руб.

Т а б л и ц а 4 – Ключевые показатели функционирования ОЭЗ на территории Иркутской области по состоянию на 1 июля 2014 г.

	<i>Факт на 01.07.2014 г.</i>	<i>% исполнения</i>
Объем финансирования, млн руб., в том числе:	165	1%
Федеральный бюджет, млн руб.	119	2%
Бюджет субъекта и муниципалитета, млн руб. на 01.01.2014 г.	46	1%
Выполнение сроков строительства объектов инфраструктуры	строительство не начато	
Количество объемов инфраструктуры	0	
Количество резидентов на 31.12.2013 г.	2	–
Объем инвестиций, осуществленных резидентами ОЭЗ, млн руб. на 31.12.2013 г.	126	–
Количество рабочих мест, созданных резидентами ОЭЗ на 31.12.2013 г.	9	–
Объем налогов, уплаченных резидентами ОЭЗ, млн руб. на 31.12.2013 г.	2	4%
Использование мощностей по электроэнергии	0%	–
Соотношение государственных и частных инвестиций	1/0,8	–
Заполнение территории резидентами	73%	–

Как уже отмечалось, туристско-рекреационная зона существует и на территории Краснодарского края. Для достижения поставленных целей в рамках создания туристско-рекреационной особой экономической зоны здесь предстоит решить следующие задачи:

- отработка механизма взаимодействия федеральных и региональных органов государственной власти, органов местного самоуправления по обеспечению развития особой экономической зоны;
- определение оптимальных границ участия государства в создании особой экономической зоны;

- отработка вопросов частного -государственного партнерства;
- создание территориальных кластеров по направлениям специализации туристско-рекреационной зоны;
- отработка механизмов государственной поддержки деятельности резидентов особой экономической зоны;
- отработка на примере особой экономической зоны технологии предоставления государственных услуг в режиме «одного окна»;
- определение критериев оценки эффективности работы особой экономической зоны и участие в разработке методов повышения эффективности ее работы.

Наиболее привлекательны для развития следующие виды туризма: пляжный, деловой, лечебно-оздоровительный, водный, спортивный, гольф-туризм.

Статистические показатели 2013 г. свидетельствуют о неодинаково успешном инвестиционном развитии данных зон. Пример со знаком минус – портовая зона в Мурманской области, со знаком плюс – петербургская особая экономическая зона. По мнению экспертов, сейчас невозможно предугадать, какая зона не будет иметь ожидаемых результатов. Возможно, ситуацию изменит новый федеральный закон.

Среди причин, из-за которых развитие ОЭЗ в России пока не носит всеобщего характера, – многочисленные проволочки, вызванные пробелами в Земельном кодексе. В то же время отечественный опыт развития ОЭЗ говорит о том, что льготы, предоставляемые со стороны государства, позволяют сократить предпринимателям издержки на реализацию инвестиционных проектов на 30–40%. Что, в свою очередь, обеспечивает уменьшение сроков их реализации.

Тем не менее набор льгот пока не является безусловно привлекательным для российских и зарубежных инвесторов. Вместе с тем препятствуют естественному росту ОЭЗ инфраструктурные проблемы.

Особенно это касается туристско-рекреационных и портовых зон, частные инвестиции в которые пока измеряются чрезвычайно скромными цифрами. Российские ОЭЗ сегодня сильно зависимы от действий местных администраций, при том, что уровень контроля за деятельностью инвесторов довольно низок. Развитие ОЭЗ города сдерживает дефицит жилых помещений, из-за чего сильно огра-

ничены возможности привлечения и закрепления на производстве молодых и высококвалифицированных специалистов, а также недостаточные энергетические мощности и проблемы транспортной доступности.

В то же время в нормативной базе особых экономических зон остаются значительные пробелы, требующие законодательной проработки. А главным препятствием на пути развития ОЭЗ является, конечно, отсутствие продуманной стратегии развития России.

В городе Сочи на Красной поляне прошла зимняя олимпиада 2014 года. В это мероприятие было вложено много денежных средств. На территории города-курорта были созданы большие спортивные комплексы и туристические объекты. Ожидается, что в скором времени в Сочи будет создана особая экономическая зона.

Как будут развиваться ОЭЗ, которые планируется создать в ближайшем будущем, покажет время. Практический опыт показал, что уже имеющиеся туристско-рекреационные зоны пока не оправдывают возложенные на них надежды. Но будем надеяться, что ошибки будут учтены и наши краевые экономические зоны, функционируя с учетом уже накопленного опыта, станут привлекательными для российских и зарубежных инвесторов.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон Российской Федерации от 3 июня 2006 г. № 76-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об особых экономических зонах в Российской Федерации». URL: <http://www.consultant.ru>

2. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ, департамент особых экономических зон. URL: <http://www.economy.gov.ru>

3. Официальный портал ОАО РосОЭЗ «Особые экономические зоны». URL: <http://www.russez.ru>

Д.В. Таран

Краснодарский университет МВД России

Научный руководитель:

М.В. Бойко, к.э.н.

ПРОБЛЕМА ВЛИЯНИЕ АНТИРОССИЙСКИХ САНКЦИЙ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА «ЮЖНЫЙ ПОТОК»

В настоящее время проблема энергобезопасности для России остается достаточно серьезной. Чтобы оставаться одним из самых надежных поставщиков в мире, российские компании не только готовы вкладывать в развитие логистики и технологий, но и ищут пути прямых поставок энергоресурсов конечным потребителям. Одними из таких проектов являются «Северный поток» и «Южный поток».

«Южный поток», вопреки устоявшемуся мнению, не только российский проект. В нем участвуют итальянские, французские и немецкие компании. За счет этой магистрали Газпром сможет диверсифицировать экспорт природного газа и исключить транзитные риски через Украину. Мощность «Южного потока» должна составить 63 млрд кубометров. Морской участок трубы будет состоять из четырех ниток, каждая – протяженностью более 900 километров.

Преимущество «Южного потока» – это альтернативный маршрут транспортировки российского природного газа в Южную и Восточную Европу. Последние события на Украине показывают все возможные риски для транзита российского топлива. Россия уже 10–15 лет придерживается стратегии разработки альтернативных маршрутов. Это газопровод «Ямал-Европа», «Северный» и «Южный» потоки. В целом проект отвечает интересам европейских потребителей газа и увеличивает энергобезопасность Европы.

«Южный поток» имеет явное преимущество над уже действующим «Северным потоком», так как, во-первых, привязанный к цене нефти российский трубопроводный газ слишком дорогой, и это является проблемой как для потребителей, так и для самого Газпрома. Именно негибкой ценовой политикой российского концерна объясняется низкая загруженность первой нитки «Северного потока». В первые 11 месяцев работы она составляла в среднем при-

мерно 30–40% максимальной мощности. За это время было прокачено примерно 9 млрд кубометров. Во-вторых, Россия, безусловно, важный поставщик, но конкуренция растет, цены падают и это сказывается на рентабельности столь гигантского проекта, как «Северный поток». Трубопровод на протяжении целого ряда лет может оказаться убыточным для Газпрома. Между тем спрос на газ в Европе в ближайшие десятилетия будет расти. Возрастет и предложение. В будущем в Европу начнет поступать в жидком виде сланцевый газ из США, а такие поставки могут серьезно снизить конкурентоспособность «Северного потока».

ЕС думает заморозить строительство «Южного потока» в качестве санкции против России. Эта труба вкупе с «Северным потоком» должна обеспечить прямой доступ российского газа в Европу без посредничества Украины. России экономия десятков миллиардов евро сейчас только на руку.

Понимая всю важность этого трубопровода, Европа не раз ставила палки в колеса российскому проекту. ЕС, например, принял Третий энергопакет, который запрещает одновременно владеть магистралью и поставлять по ней газ. Для Газпрома и его европейских партнеров это делает строительство магистрали убыточным и неинтересным. Точка в этом вопросе пока еще не поставлена. Третий Энергопакет изначально был направлен на либерализацию газового рынка, борьбу с монополиями. По мнению европейских экспертов, это необходимо, чтобы повысить энергобезопасность. Но расширять свое присутствие в Европе Газпром и не собирается. Ему достаточно нынешней доли рынка в 30%. Компания хочет лишь изменить способ доставки своего топлива европейцам. Впрочем, Европа – это не одно юридическое или физическое лицо. Евросоюз – это очень сложный конгломерат, поэтому и отношение к российскому проекту в ЕС различается кардинально. На фоне обострения отношений России с Западом все чаще стала звучать риторика о «заморозке» проекта. С другой стороны – украинский кризис вдохнул в проект и новую жизнь. Пока что никаких гарантий того, что российский газ, который проходит по территории Украины, дойдет до своих потребителей в Европе, Киев дать не может. ЕС начинает понимать, что «Южный поток» – это единственный шанс обезопасить себя и не замерзнуть зимой.

На «Северный поток» (через Белоруссию и Балтийское море) возлагаются основные надежды на газоснабжение Центральной Европы, после того как маршруты через Украину будут перекрыты или ограничены по мощности. Но и в этом случае вся Южная Европа (Болгария, Венгрия, Австрия) останется без российского газа, именно поэтому и востребованы новые варианты транзита энергоресурсов.

Уже построен газопровод «Голубой поток», идущий через Черное море в Турцию, однако пропускная способность его невелика, поэтому разрабатываются дополнительные обходные маршруты. Главным из них остается проект «Южный поток», предусматривающий прокладку по трассе Новороссийск–Балканы. Это очень сложное сооружение, так как основная часть трассы проходит через глубоководные участки Черного моря. Главная идея – направить поток газа, минуя Украину, непосредственно к главному потребителю, в качестве которого рассматриваются страны Южной Европы. Прокладка морской части трассы уже ведется, но проект пока не согласован между всеми партнерами. Суть возражений: для всех участников должен быть обеспечен свободный доступ к транспортной инфраструктуре системы «Южного потока». Основная претензия: поставщик газа (в данном случае Газпром) не имеет права контролировать доступ к газопроводу. 19 июня Болгария в очередной раз заморозила работы по проекту «Южный поток» с формулировкой: «До приведения этого проекта в соответствие с антимонопольным законодательством ЕС».

Список использованных источников:

1. *Вяхирев Р.И.* Будущее российского природного газа. Роль на мировом рынке // Газовая промышленность. 2012. № 8. С. 4–9.
2. *Нарзикулов Р.* Нефть, газ и внешняя политика России // Финансовые известия. 2013. № 19. С. 6.
3. Ситуация на мировом рынке сырой нефти и ее возможное влияние на российскую экономику: аналитический обзор. 2013. URL: <http://www.gazprom.ru>
4. Анализ ситуации на мировом рынке газа. URL: <http://www.ria.ru>
5. Санкции против России. URL: <http://www.bfm.ru>

Д.А. Трехглазова

Кубанский государственный университет

*Научный руководитель:
С.Г. Спирина, к.ю.н., доцент*

СТРЕСС-ТЕСТИРОВАНИЕ КАК ОДИН ИЗ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ КРЕДИТНОГО РИСКА

В настоящее время в период финансовых кризисов все более актуальным становится поиск новых способов оценки возможных рисков. Для формирования стабильного развития банковского сектора необходимы современные информационно-аналитические системы, позволяющие оценивать уровень устойчивости банков в период экономической нестабильности в стране и мире. В связи с этим органы банковского надзора центральных банков большинства стран большое внимание уделяют вопросам организации и проведения стресс-тестирования.

Международный валютный фонд (МВФ) определяет стресс-тестирование как «методы оценки чувствительности портфеля к существенным изменениям макроэкономических показателей или к исключительным, но возможным событиям» [5].

Банк международных расчетов (БМР) стресс-тестирование называл термином, описывающим различные методы, которые используют финансовые институты для оценки своей уязвимости по отношению к исключительным, но возможным событиям.

Банк России определяет стресс-тестирование как оценку потенциального воздействия на финансовое состояние кредитной организации ряда заданных изменений в факторах риска. Аналогично двум предыдущим определениям акцент делается на исключительность и вероятность этого события.

Сегодня предложено множество подходов к качественному росту конкурентоспособности национальной экономики [1], анализу факторов риска деятельности хозяйствующих субъектов [4, с. 37–40], к стресс-тестированию кредитного риска в работах *Quagliariello* (2009 г.), *Drehmann*, (2009 г.) и др.

Выделим основные направления моделирования кредитных рисков: интегрированный и частичный подходы. Рассмотрим два обозначенных направления.

Под *интегрированным подходом* подразумевается оценка всей функции плотности кредитных потерь банков, возникновение которых возможно в результате реализации различных рисков (шоков). В этом случае мерой риска Ω является показатель *Value-at-Risk*, либо любой другой показатель функции плотности.

Показатели частоты дефолтов и доли (вероятности) изменения кредитного рейтинга фирм используют как индикаторы кредитного качества фирм [4]. Обладая сведениями о кредитной истории (качестве) заемщика, банк (другая кредитная организация) может восстановить функцию плотности потерь. Обычно функция плотности в таких моделях подчиняется нормальному закону распределения, что увеличивает надежность полученных результатов (можно использовать правило трех сигм). Как правило, исследуемые шоки имеют стохастическую природу, и моделируются посредством симуляций по методу Монте-Карло.

Второй – *частичный подход* – предполагает моделирование математического ожидания меры финансовой устойчивости – Y_{t+1} (доли необслуживаемых кредитов, резервов под потери, списаний в кредитном портфеле, вероятности дефолта фирм / частота внутриотраслевых дефолтов) в зависимости от макроэкономических условий, а также от других факторов. Под мерой риска понимают условное математическое ожидание $E(Y_t)$.

Особое место заслуживают модели кредитного риска на уровне банковской системы в целом, а также на уровне отдельных банков (микроэкономический уровень). В некоторых исследованиях для оценки уязвимости банков к кредитному риску учитывают только финансовое положение заемщиков и претендентов на кредит. В контексте модели *CreditPortfolioView* ситуация в макроэкономической среде оказывает влияние на показатели частоты дефолтов, в последующем и на устойчивость банков.

Преимуществами парадигмы частичного подхода стала системность в сценарном анализе и меньшие требования к объему исходных данных, снижение степени сложности расчетов. К недостаткам

можно отнести наличие прямо (обратно) пропорциональных зависимостей в оценке взаимосвязей.

Стресс-тестирование становится ключевым методом анализа рисков как отдельного банка, так и всей финансовой системы. Проведенное автором интервьюирование топ-менеджеров девяти банков Краснодарского края показало, что в четырех банках были сделаны попытки внедрить стресс-тестирование в форме частичного подхода, два банка изучают положительный опыт коллег, два филиала банков отправили сотрудников в головные отделения для получения навыков работы с новым инструментом расчета индекса конкурентоспособности [5, с. 124], и лишь один банк не посчитал нужным выдать информацию о своих методах анализа исключительных рисков.

Существуют различные виды и подходы к осуществлению стресс-тестирования. Возможно использование однофакторных или многофакторных, интегрированных или частичных подходов, однако наибольшую трудность, как и в анализе финансовой устойчивости предприятия, составляет выбор отдельной системы показателей, наилучшим образом с финансовой точки зрения характеризующих исследуемый субъект [3, с. 63]. Важным является обозначить факторы риска, влияющие в наибольшей степени на банк или в целом на финансовую систему.

По мнению автора, применение стресс-тестирования в банковской деятельности способно предотвратить банкротство отдельного банка, но этот инструмент не заменит глубокого системного анализа, мониторинга и комплексного подхода к изучению финансовой устойчивости элемента финансовой системы. Стресс-тестирование лишь небольшое звено в изменяющейся банковской системе мониторинга собственных рисков.

Список использованных источников:

1. *Калайдин Е.Н., Спирина С.Г.* Формирование факторов финансового риска и их оценка в деятельности экономических субъектов // *Финансы и кредит.* 2014. № 24 (600) С. 36–44.
2. *Константиности Х.А.* Анализ факторов формирования конкурентоспособной стратегии развития макрорегиона // *Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного*

политехнического университета. Экономические науки. 2012. Т. 1. № 139. С. 52–55.

3. *Рубин А.Г.* Комплексный подход к методам оценки рисков предприятия в условиях нестабильности деловой среды // Экономика: теория и практика. 2009. №2 (18). С. 62–64.

4. *Спирина С.Г.* Финансовая устойчивость экономики региона в призме мировых финансовых кризисов // Вестник Института дружбы народов Кавказа «Теория экономики и управления народным хозяйством». 2014. Т. 1. № 29. С. 19.

5. *Ядгаров Я.С., Сидоров В.А., Соболев Э.В.* Феномен рыночного хозяйства в зеркале экономической науки // Вестник Финансового университета. 2014. № 3(81). С. 123–126.

Щетинина О.В.

*Депутат Законодательного собрания
Нижегородской области,
руководитель Регионального исполнительного
комитета «Единой России»*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ

В современной России бюджет планируется ежегодно и сразу на два года вперед. Это позволяет отслеживать и реализовывать долгосрочные программы, а также отмечать изменения в общем курсе. Так, 30 мая 2013 г. Правительство РФ одобрило очередные «Основные направления налоговой политики РФ на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов». Сами по себе «Направления» не являются нормативно-правовым актом, но благодаря сформулированным в нем основным принципам и задачам налогообложения на ближайшие годы можно понять, какие важные изменения могут произойти в налоговом законодательстве, и учесть их при планировании сделок.

Для представления общей картины перспектив развития налоговой системы России проведем статистический обзор по поступлениям налогов во все уровни бюджетов.

В консолидированный бюджет Российской Федерации за полгода (январь-июнь) 2014 г. поступления составили 6193,0 млрд руб., или на 13,7% больше, чем за полгода (январь-июнь) 2013 г.



Рисунок 1 – Структура доходов по уровням консолидированного бюджета Российской Федерации

Формирование всех доходов в январе–июне 2014 г. на 81% обеспечено за счет поступления НДС – 24%, налога на прибыль, НДС и НДФЛ – по 19%. В январе–июне 2013 г. совокупная доля указанных налогов составляла 80%.

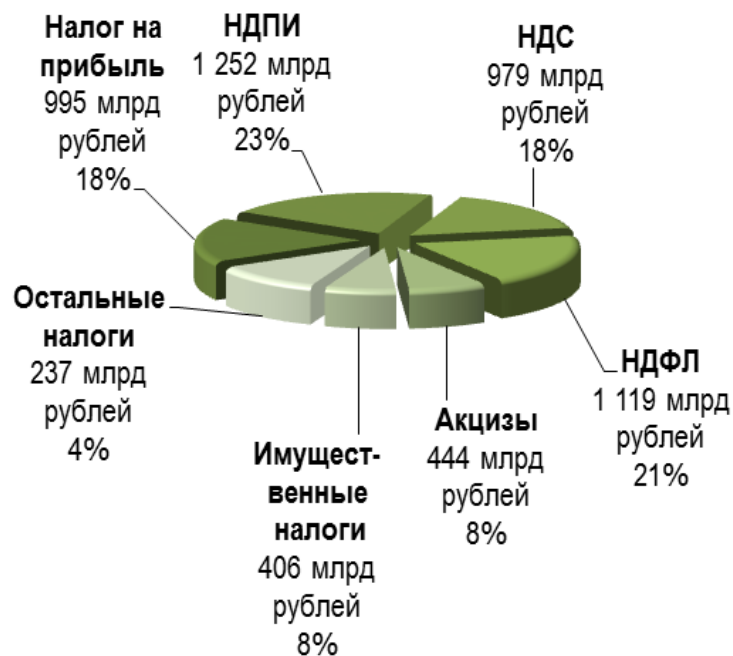


Рисунок 2 – Структура доходов консолидированного бюджета Российской Федерации в январе–июне 2013–2014 гг.

Динамика поступлений основных налогов в консолидированный бюджет Российской Федерации за полгода (январь–июнь) 2013–2014 гг. приведена на рисунке 3.

Налога на прибыль организаций в консолидированный бюджет Российской Федерации за полгода (январь–июнь) 2014 г. поступило 1 157,4 млрд руб., или на 16,3% больше, чем за полгода (январь–июнь) 2013 г.

Из общей суммы поступления в федеральный бюджет составили 181,2 млрд руб. (16%), или на 12,8% больше, чем за полгода 2014 г., в консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации – 976,2 млрд руб. (84%), или на 17,0% больше, чем за полгода 2013 г. За полгода 2013 г. указанное соотношение также составляло 16% и 84%.

Налога на добавленную стоимость на товары (работы, услуги), реализуемые на территории Российской Федерации, в федераль-

ный бюджет за период с января по июнь 2014 г. поступило на сумму 1 163,2 млрд руб., или на 18,8% больше, чем в период с января по июнь 2013 г.

Налога на добавленную стоимость на товары, ввозимые на территорию Российской Федерации, в федеральный бюджет за период с января по июнь 2014 г. поступило согласно данным ФНС 55,5 млрд руб., или на 7,7% больше, чем за такой же период 2013 г.

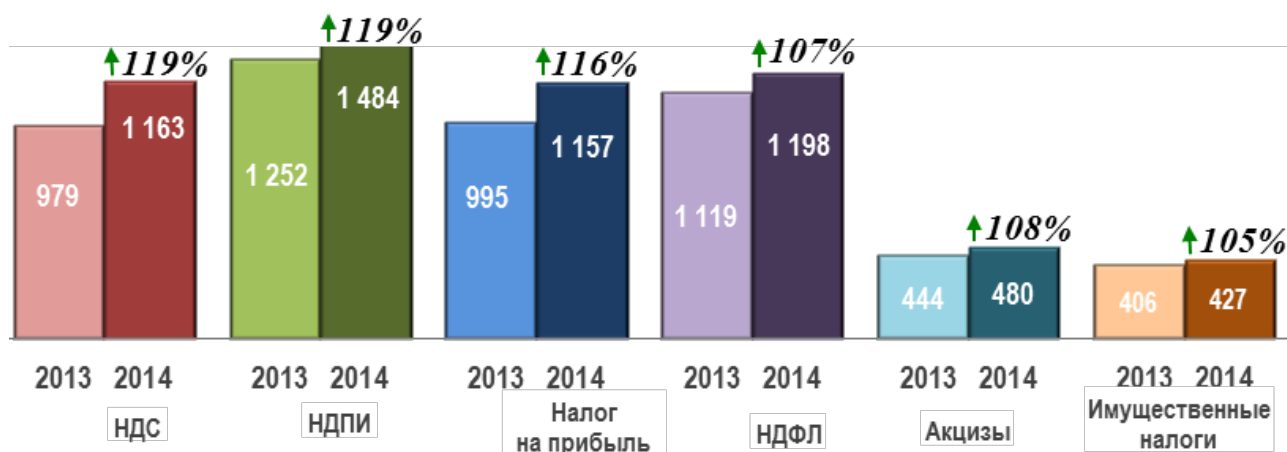


Рисунок 3 – Динамика поступлений основных налогов в консолидированный бюджет в январе–июне 2013–2014 гг.

Поступления по сводной группе акцизов в консолидированный бюджет Российской Федерации за полгода (январь–июнь) 2014 г. составили 479,8 млрд руб., или на 8,0% больше, чем за такой же период 2013 г.

Формирование доходов по сводной группе акцизов за полгода (январь–июнь) 2014 г. на 83% обеспечено за счет следующих поступлений: акцизов на нефтепродукты – 40%; акцизов на табачную продукцию – 29%; акцизов на пиво – 14%.

Из общей суммы за полгода (январь–июнь) 2014 г. поступления в федеральный бюджет составили 242,1 млрд руб. (50%), или на 14,9% больше, чем за такой же период 2013 г., в консолидированные бюджеты субъектов Российской Федерации – 237,7 млрд руб. (50%), или на 1,8% больше, чем за такой же период 2013 г.

Имущественных налогов в консолидированный бюджет Российской Федерации за полгода (январь–июнь) 2014 г. поступило 427,3 млрд руб., или на 5,2% больше, чем за такой же период 2013 г.

Налога на имущество физических лиц за полгода (январь–июнь) 2014 г. поступило 4,7 млрд руб., или на 19,9% больше, чем за такой же период 2013 г.

Налога на имущество организаций за полгода (январь–июнь) 2014 г. поступило 307,7 млрд руб. (72% общей суммы поступлений имущественных налогов), или на 2,9% больше, чем за такой же период 2013 г.

Транспортного налога за полгода (январь–июнь) 2014 г. поступило 34,7 млрд руб. (8% общей суммы поступлений имущественных налогов), что на 11,4% больше, чем за такой же период 2013 г.

Поступления земельного налога в январе–июне 2014 г. составили 80,0 млрд руб. (19% всех поступлений имущественных налогов), что на 11,6% больше, чем за такой же период 2013 г.

Налога на добычу полезных ископаемых в консолидированный бюджет Российской Федерации в январе–июне 2014 г. поступило 1484,2 млрд руб., или на 18,6% больше, чем за такой же период 2013 г.

Основные цели налоговой политики не сменили ориентиры. Как и прежде, ими остаются бюджетная устойчивость, поддержание сбалансированности бюджетной системы Российской Федерации. Однако при этом число задач в области налоговой политики на 2014–2016 гг. возросло.

Основные законы в области налогового законодательства, принятые Государственной Думой в июне – ноябре 2014 года

Закон: Федеральный закон от 21 июля 2014 г. № 244-ФЗ «О внесении изменений в статьи 346-43 и 346-45 части второй Налогового кодекса Российской Федерации».

Основные новации (с 1 января 2015 г.):

- налоговым органам предоставлена возможность выдавать патенты, действующие на территории одного или нескольких муниципальных образований. Для этого в субъекте РФ должен быть принят соответствующий закон.

Данные изменения не коснутся патентов на перевозку грузов и пассажиров автомобильным и водным транспортом, розвозную и разносную розничную торговлю (будут действовать в пределах субъекта РФ);

- изменены правила определения доходности по патентам. Дифференцированный размер потенциально возможного к получению предпринимателем годового дохода может быть установлен для одного или нескольких муниципальных образований. Отменяется установленный в Налоговом кодексе РФ минимальный размер потенциального годового дохода предпринимателя;
- вводится новое основание для отказа в выдаче патента. С этой даты в заявлении на его получение должны быть заполнены обязательные поля.

Закон: Федеральный закон от 21 июля 2014 г. № 221-ФЗ «О внесении изменений в главу 25.3 части второй Налогового кодекса Российской Федерации».

Основные новации: предусматривается индексация размера государственных пошлин за совершение отдельных юридически значимых действий на уровень накопленной инфляции.

Закон: Федеральный закон от 4 ноября 2014 г. № 347-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации».

Основные новации:

- вводится понятие «личный кабинет налогоплательщика»;
- расширяются основания для списания безнадежной ко взысканию задолженности, числящейся за налогоплательщиками более пяти лет;
- устанавливается возможность налоговым органам признать безнадежной к взысканию недоимку, задолженность по пеням и штрафам, числящимся по состоянию на 1 января 2015 г. за организациями, которые отвечают признакам недействующего юридического лица;
- отменяется обязательный судебный порядок взыскания налогов и сборов с организаций, которым открыты лицевые счета в органах Федерального казначейства или финансовом органе субъекта РФ (муниципального образования);
- уточняются критерии фактического использования объекта недвижимого имущества (налоговая база как кадастровая стоимость определяется также в отношении объектов, в которых не менее 20% площади суммарно используется для размещения офисных и торговых объектов).

**Основные законопроекты
в области налогового законодательства,
находящиеся на рассмотрении в Государственной Думе**

Законопроект: № 618037-6 «О внесении изменения в пункт 4 статьи 12 Налогового кодекса Российской Федерации».

Инициатор: Правительство РФ.

Основные новации:

- предлагается установить, что в городском округе с внутригородским делением полномочия представительных органов муниципальных образований по установлению, введению в действие и прекращению действия местных налогов (одного из местных налогов) на территориях внутригородских районов могут осуществляться представительными органами соответствующих внутригородских районов в случае, если они наделены такими полномочиями законом субъекта Российской Федерации о разграничении полномочий между органами местного самоуправления городского округа с внутригородским делением и органами местного самоуправления внутригородских районов;
- со дня введения в действие на территории внутригородского района представительным органом этого внутригородского района местных налогов (одного из местных налогов) на указанной территории должно прекращаться действие нормативных правовых актов представительного органа городского округа о соответствующих местных налогах (об указанном налоге).

Законопроект: № 605370-6 «О внесении изменений в Налоговый кодекс Российской Федерации и иные законодательные акты Российской Федерации». Принят Государственной Думой во втором чтении 11 ноября 2014 г.

Инициатор: Правительство РФ.

Основные новации:

- увеличение ставки НДФЛ в отношении доходов от долевого участия в деятельности организаций, полученных в виде дивидендов физическими лицами, являющимися налоговыми резидентами РФ, с 9 до 13 %;

- установление ставок акцизов на период 2015–2017 гг. с учетом сохранения размеров ставок акцизов на крепкую и слабоалкогольную продукцию на 2014 г., индексацию ставок акцизов на табак темпами, опережающими уровень инфляции;
- увеличение адвалорных налоговых ставок на сигареты и папиросы при одновременной корректировке специфических налоговых ставок на эти товары в целях выравнивания налоговой нагрузки на дешевые и дорогие виды сигарет и папирос;
- включение в перечень подакцизных товаров бензола, параксилола, ортоксилола и авиационного керосина при одновременном введении в отношении производителей продукции нефтехимии из бензола, параксилола, ортоксилола, а также лиц, осуществляющих заправку воздушных судов авиационным керосином, системы свидетельств, позволяющих применять вычеты начисленных сумм акциза;
- 15-процентная индексация ставок водного налога (начиная с 2026 г. – ежегодная индексация ставок данного налога, действовавших в предыдущем году, на индекс потребительских цен – коэффициент-дефлятор);
- поэтапное (за 3 года) сокращение вывозных таможенных пошлин на нефть и нефтепродукты (в 1,7 раза за 3 года на нефть, 1,7–5 раз на нефтепродукты в зависимости от вида нефтепродуктов) с одновременным увеличением ставки НДС на нефть (в 1,7 раза) и газовый конденсат (в 6,5 раз);
- поэтапное сокращение ставок акциза на нефтепродукты (в 2,2 раза за 3 года), а также предоставление налоговых вычетов из сумм акциза при получении (приобретении в собственность) отдельных нефтепродуктов.

Законопроект: № 634370-6 «О внесении изменений в статью 346-20 и главу 26-5 Налогового кодекса Российской Федерации». Принят Государственной Думой в первом чтении 11 ноября 2014 г.

Основные новации:

- вовлечение в экономику физических лиц, осуществляющих в настоящее время неофициальную предпринимательскую деятельность без привлечения наемных работников;
- поддержка субъектов малого предпринимательства: 2-летние «налоговые каникулы», самозанятые граждане.

Федеральный закон от 21 июля 2014 г. № 244-ФЗ «О внесении изменений в статьи 346.43 и 346.45 части второй Налогового кодекса Российской Федерации» предоставил регионам право дифференциации территории субъекта РФ по территориям действия патентов по муниципальным образованиям (группам муниципальных образований).

Происходит группировка муниципальных образований на:

- поселения, в зависимости от численности населения (тыс. чел.);
- административные центры, в зависимости от численности населения (тыс. чел.).

Налог на имущество физических лиц начнет действовать с 1 января 2015 года.

Объектом налогообложения налога на имущество физических лиц признается жилое помещение – дом, квартира, гараж, единый недвижимый комплекс, машино-место и даже незавершенное строительство.

Сравнительный анализ показателей по налогу на имущество физических лиц исходя из кадастровой стоимости и инвентаризационной стоимости, показывает рост в 1,8 раза по налогам на квартиры и в 1,3 раза по домам.

Что касается перспектив развития налоговой системы, следует руководствоваться двумя документами – основными направлениями налоговой политики и дорожной картой налогового администрирования.

В перспективе развития налоговой системы ведется работа по обеспечению привлечения к налогообложению лиц, уклоняющихся от исполнения обязанностей налогоплательщика, в том числе посредством использования схем с участием «фирм-однодневок» (изменения в законодательство Российской Федерации о налогах и сборах внесены федеральным законом, направленным на противодействие незаконным финансовым операциям).

Среди важных изменений в области налогового администрирования необходимо выделить следующие:

- введение универсальных требований к использованию института банковской гарантии в налоговых правоотношениях;

- введение обязанности банков информировать налоговые органы об открытых счетах физических лиц и предоставлять сведения по таким счетам;
- введение возможности для налогового органа направлять запросы налогоплательщику по электронным каналам связи и установление возможности приостановления операций по счетам налогоплательщика при отсутствии ответа на такие запросы;
- введение обязанности представлять декларации по налогу на добавленную стоимость в электронном виде, а также обязанности представлять книгу учета счетов-фактур в электронном виде для посредников, экспедиторов и застройщиков вместе с налоговой декларацией по НДС.

Продолжается работа, направленная на дальнейшее развитие электронного документооборота.

Приоритетом Правительства РФ в области налоговой политики в средней и долгосрочной перспективе является дальнейшее повышение эффективности налоговой системы. Причем не планируется повышение налоговой нагрузки на экономику в среднесрочной перспективе путем повышения ставок основных налогов. Вполне возможно, что это будет сделано по завершении планового периода, в 2018 году.

Ю.А. Ушакова

Северо-Кавказский Федеральный университет

*Научный руководитель:
Э.А. Русецкая, д.э.н., профессор*

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ И БАНКОВ НА РОССИЙСКОМ ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ

В настоящее время ввиду сложной геополитической ситуации в мире российская экономика переживает новый виток в своем развитии. В этих условиях особенно остро встает проблема экономического риска, одним из решений которой служит сотрудничество банков и страховых компаний для достижения совместной сбалансированной устойчивости и взаимовыгодного результата.

В российской практике реализации страховых продуктов сложилось несколько видов каналов продаж, в том числе и через кредитные организации. Так, в 2013 г. наибольшей долей страховых взносов характеризуются каналы продаж без участия посредников – 31%, через физических лиц и ИП – 30% и кредитные организации – 16%. При этом наибольший прирост страховых взносов составили каналы продаж через автодилеров – 38%, кредитные организации – 36%, туроператоров – 36% [1]. При нулевом приросте реализации страховых продуктов без участия посредников данная тенденция свидетельствует о снижении доли «чистого» страхования и развитии процесса взаимозависимости финансовых рынков.

Изначально взаимоотношения банков и страховых организаций выражались в том, что банковский сектор для страховых компаний служил дополнительным каналом продаж страховых услуг и привлечения клиентов, а страховые организации для банков, в свою очередь, являлись дополнительным источником комиссионного дохода. Сегодня же союз этих двух участников финансового рынка готов предложить клиенту единый продукт, включающий в себя как банковскую услугу, так и встроенный механизм страховой защиты (рисунок 1).

Преимущества сотрудничества банков и страховых компаний		
Для банка	Для страховой компании	Для клиентов
<ol style="list-style-type: none"> 1. Минимизация кредитных рисков 2. Расширение продуктового ряда 3. Значительный источник дохода 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Широкий охват рынка 2. Рост продаж и объемов страховых премий 3. Профессиональное предложение страховых услуг 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обеспечение более широкого выбора услуг 2. Возможность получения страховых и банковских услуг в одном месте 3. Снижение стоимости предоставляемых услуг
<ol style="list-style-type: none"> 1. Новые и удобные для продажи продукты 2. Высокотехнологичные программы 3. Программы использования банков страховых резервов 		

Рисунок 1 – Преимущества сотрудничества банков и страховых компаний
Источник: разработано автором

Отдельно следует рассмотреть динамику и структуру рынка банкострахования. Так, по итогам 2013 г. страховые взносы всего рынка банковского страхования составили 172 108 936 тыс. руб., страховые выплаты – 39 167 229 тыс. руб., коэффициент выплат соответственно – 22,76% (таблица 1) [2].

Из таблицы 1 видно, что в 2013 г. розничное страхование, связанное с кредитованием, составило 73,84% рынка банкострахования, розничное страхование клиентов банка, не связанное с кредитованием – 13,21%, страхование юридических лиц через банки – 8,04% и страхование рисков банка – 4,79%.

Тем не менее вместе с ростом и развитием рынка банкострахования возникают проблемы с регулированием взаимодействия банков и страховых компаний. Так, в 2014 г. Федеральная антимонопольная служба провела опрос 40 страховых компаний в целях изучения сложившейся практики сотрудничества банков и страховых компаний. По результатам данного исследования было установлено [3]:

- комиссия банков за заключение различных договоров страхования составляет 0,01–83%;
- комиссия банков за предоставление информационных услуг по договорам страхования составляет 5–60%;

Т а б л и ц а 1 – Структура банкострахования в 2013 г.

<i>Показатели</i>	<i>Страховые взносы, тыс. руб.</i>	<i>Страховые выплаты, тыс. руб.</i>	<i>Доля рынка (взносы)</i>
Банкострахование, всего	172 108 936	39 167 229	100
<i>1. Розничное страхование, связанное с кредитованием</i>	127 090 585	28 845 973	73,84
1.1 Ипотечное страхование	10 823 417	1 385 042	6,29
1.2 Автострахование	38 173 374	23 406 985	22,18
1.3 Страхование жизни и здоровья заемщика потребительских кредитов	59 023 457	2 773 766	34,29
1.4 Страхование заемщика от потери работы	8 087 960	172 624	4,70
1.5 Прочие виды розничного страхования заемщиков	10 982 377	387 213	6,38
<i>2. Розничное страхование клиентов банков, не связанное с кредитованием</i>	22 741 853	269 168	13,21
2.1 Смешанное страхование жизни	7 097 720	46 916	4,12
2.2 Страхование ренты, аннуитетное страхование, пенсионное страхование	186 554	1 529	0,11
2.3 Инвестиционно-страховые продукты страхования жизни	7 500 013	396	4,36
2.4 Страхование выезжающих за рубеж	394 427	51 033	0,23
2.5 Страхование имущества физ. лиц	2 849 132	69 816	1,65
2.6 Прочие виды розничного страхования клиентов банка, не связанных с кредитованием	4 714 007	85 612	2,47
<i>3. Страхование юр. лиц через банки</i>	13 839 208	4 616 437	8,04
3.1 Страхование жизни и здоровья владельцев малого и среднего бизнеса, в т.ч. ИП	530 499	12 526	0,31
3.2 Страхование имущества заемщиков	7 826 093	2 099 621	4,55
3.3 Сельскохозяйственное страхование заемщиков	1 053 588	646 642	0,61
3.4 Прочие виды страхования рисков юр. лиц, связанных с банковскими услугами	4 429 028	296 956	2,57
<i>4. Страхование рисков банка</i>	8 240 289	5 430 447	4,79
4.1 Страхование специфических рисков банков	811 139	500 317	0,47
4.2 Страхование имущества банков	1 206 511	882 641	0,70
4.3 Страхование сотрудников банков	5 797 685	3 975 802	3,37
4.4 Прочие виды страхования банковских рисков	424 954	71 685	0,25

Источник: разработано автором на основе данных рейтингового агентства «Эксперт РА».

- все опрошенные страховые компании отметили существование практики обязательного открытия депозитов в банках;
- практику отказов банков принимать полисы страхования отметили 40% опрошенных страховых компаний (в ряде случаев при удовлетворении требованиям банка).

Отдельно следует отметить, что в основном жалобы граждан, поступающие в Федеральную антимонопольную службу РФ, в отношении деятельности кредитных и страховых компаний, можно отнести к следующим направлениям [3]:

- отказ банка в выдаче кредита без заключения договора страхования;
- «навязывание» конкретной страховой компании при страховании рисков заемщика;
- отказ банка принимать страховые полисы иных страховых компаний;
- включение страховой премии в общую сумму кредита и невозможность ее оплаты другим способом.

В ответ на данные жалобы на российском рынке банкострахования наблюдается процесс ужесточения регулирования сотрудничества кредитных и банковских организаций со стороны контролирующих органов. Так, если в 2008 г. в отношении банков и страховых компаний было заведено 139 антимонопольных дел, то в 2011 г. их число увеличилось до 458 [3].

Помимо этого, вступление в силу в июле 2014 г. дополнений к Федеральному закону от 21 декабря 2013 г. № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» призвано способствовать решению проблемы «навязывания» дополнительных услуг при кредитовании. Теперь при реализации дополнительных услуг на рынке банкострахования банк обязан обеспечить возможность заемщику согласиться или отказаться от платных дополнительных продуктов, что никак не повлияет на решение банка о выдаче кредита. При этом новая редакция Закона РФ от 21.07.2014 г. № 4015-1 «Об организации страхового дела в РФ» запрещает банкам совмещение функций агента и выгодоприобретателя по договору страхования.

Таким образом, работа по государственному регулированию отношений российских кредитных и страховых организаций ведется, но при этом следует предпринять ряд мер по их улучшению:

- предоставление клиентам выбора страховой компании и страхового продукта на рынке банкострахования;
- повышение финансовой грамотности населения, в том числе за счет повышения информированности клиентов о сути и стоимости приобретаемых страховых продуктов;
- снижение стоимости кредитного страхования, в том числе посредством снижения банковской комиссии;
- установление «периода охлаждения», посредством которого страхователь имеет возможность отказаться от договора страхования без финансовых потерь.

Список использованных источников:

1. Рэнкинги страховых компаний. Итоги 2013 года на страховом рынке. Эксперт РА. 2013. URL: http://www.raexpert.ru/ratings/insurance_rank/ins_2013 (дата обращения: 19.10.2014).

2. Рэнкинги лидеров банкострахования. Эксперт РА. 2013. URL: http://raexpert.ru/ratings/insurance_rank/bancassurance_2013 (дата обращения: 19.10.2014).

3. Мнения «Банкострахование кредитное или некредитное?» Страхование сегодня. URL: <http://www.insur-info.ru/opinions/12> (дата обращения: 19.10.2014).

Раздел 3

УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС И ТЕХНОЛОГИИ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

М.Н. Бугаков

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
С.А. Рощектаев, д.э.н.*

ПОЛИТИКА ВЕНЧУРНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ IT-ПРОЕКТОВ НА ОСНОВЕ ФОНДА

Вопрос финансирования является ключевым при старте инновационного бизнеса, а успешность развития предприятий в значительной степени зависит от своевременного и оптимального использования финансовых ресурсов. Компании часто сталкиваются с проблемой нехватки финансирования либо неправильного распределения финансовых ресурсов в процессе жизнедеятельности компании. Им не всегда хватает персонала с достаточным багажом знаний в менеджменте, маркетинге, управлении финансами, и тем более не хватает коммерческих связей и опыта привлечения финансовых источников. Но, именно такие инновационные компании (команды) имеют большой потенциал при создании высокотехнологичных инновационных проектов, имеющих значительную инвестиционную привлекательность.

Смоделируем пример политики венчурного финансирования российских инновационных компаний в IT-сегменте на основе фонда.

Фонд представляет собой, с одной стороны, некоторую совокупность финансовых, маркетинговых, человеческих и других ре-

сурсов, как отдельно создаваемый пул ресурсов, находящийся под управлением организаторов, а с другой – определенную организационно-правовую форму.

Ключевые принципы политики финансирования фонда:

- стремление увеличить прибыль на вложенные инвестиции;
- стремление минимизировать риск потери вложенных средств;
- привлечение инвестиционного капитала для финансирования объектов инвестиций;
- применение современных подходов к организации инвестиционного процесса;
- стремление исключить конфликт интересов.

Задачи фонда:

- объединить все необходимые ресурсы в единый пул и организовать эффективное системное управление расходованием ресурсов в целях извлечения прибыли;
- обеспечить возможность диверсификации инвестиций при высокой юридической защищенности инвесторов.

Смысл такого высокорискового финансирования заключается в организации управляющей компании, которая имеет портфель инвестиционных проектов и подчиняется определенной инвестиционной политике финансирования.

Ограничения в политике финансирования:

- выбор объектов инвестиций ограничивается сегментом малого бизнеса России;
- выбор объектов инвестиций ограничивается инвестициями только в проекты в области информационных технологий. Основной поиск ограничивается инновационными проектами и проектами по разработке и (или) коммерциализации уникальных продуктов, услуг и технологий в сфере информационных технологий, обладающих конкурентными преимуществами перед мировыми аналогами;
- фокус на компании, реализующие услуги только для бизнеса (концепция b2b);
- начальный капитал фонда определяется в сумме 2 млн долл. Сумма затрат, связанных с организационной деятельностью управляющей компании, не должна превышать 5% в год от общего объема фонда.

Объекты инвестиций – это команды, организации и физические лица, обладающие необходимым знанием и квалификацией и являющиеся инициаторами идей и реализации инновационных проектов.

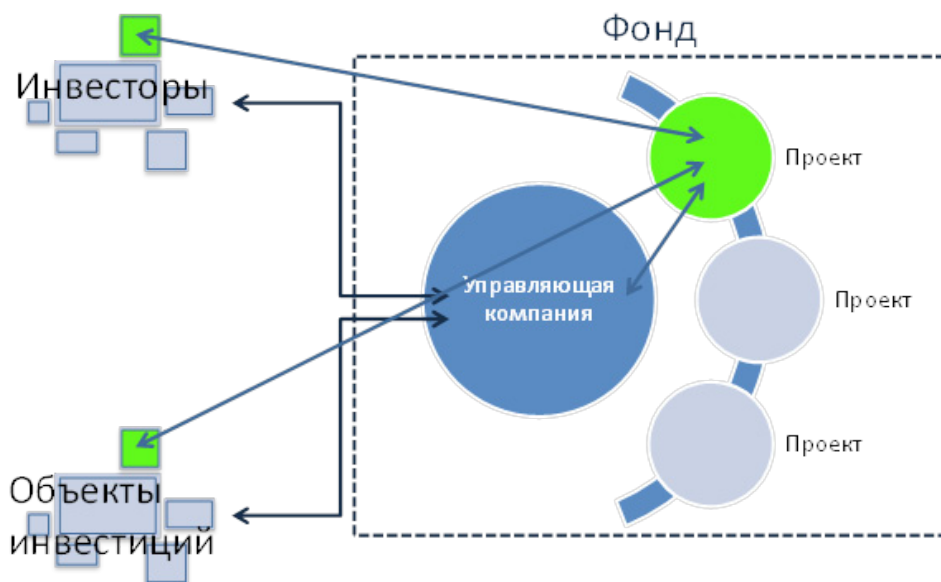


Рисунок 1 – Схема взаимоотношений

Фонд представляет собой управляющую компанию, которая по организационно-правовой форме является обществом с ограниченной ответственностью (рисунок 1).

При финансировании проектов используется современная схема взаимоотношений партнеров, соответствующая федеральным законам «Об инвестиционном товариществе» и «О хозяйственных партнерствах».

На ранних стадиях, когда требуется создание компании, организуется партнерство на базе Хозяйственного партнерства (деятельность, права и обязанности партнеров декларируются в Соглашении об управлении). Деятельность управляющей компании делится на административно-хозяйственную и инвестиционную. Условно в работе фонда принимают участие три группы специалистов: команда фонда, инвестиционный комитет и экспертный совет. Все специалисты обеспечивают различные функции инвестиционной деятельности на разных этапах жизнедеятельности фонда от поиска объектов инвестирования и инвесторов до управления инвестиционными проектами на стадиях реализации (рисунок 2).



Рисунок 2 – Инвестиционная деятельность фонда

Высшим органом управления фондом является инвестиционный комитет, состоящий из топ-менеджеров команды фонда и представителей инвесторов. Экспертный совет состоит из отраслевых экспертов и сторонних аналитиков, которые привлекаются при анализе показателей проекта и оценке компании.

Команда состоит из специалистов по профилю и обеспечивает также функции административно-хозяйственной деятельности. В состав команды в рамках инвестиционной деятельности должны входить экономист, юрист, финансист/бухгалтер, специалист по кадрам/психолог и при необходимости другие специалисты. Отдельно выделяем необходимость специалистов, которые будут обеспечивать функции так называемых «скоринга» (системы оценки рисков и управления им на основе прогноза) и «менторинга» (системы развития эффективности работы коллектива) создаваемых портфельных компаний.

Мотивация команды заключается в получении вознаграждения, определяющегося показателями доходности фонда. Члены экспертного совета привлекаются на основе соглашения об оказании консультационных услуг и получают вознаграждение по договору. Члены инвестиционного комитета замотивированы прибылью от инвестиционной сделки при выходе из инвестиций.

Ключевые этапы инвестиционного процесса представлены на рисунке 3.

Инвестиционный меморандум – это основной документ сделки, отражающий все достигнутые договоренности и показатели. Определены два вида услуг фонда и соответствующие им инвестиционные схемы: управление инвестициями инвестора (на основе доверительного управления денежными средствами) и консалтинг по объекту инвестирования, от поиска до выхода (на основе агентского соглашения).

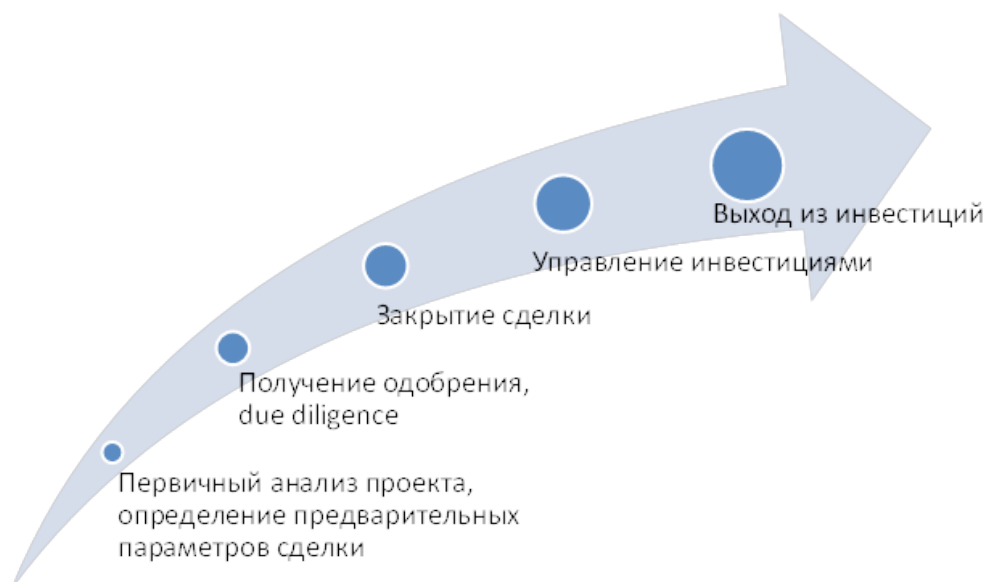


Рисунок 3 – Этапы инвестиционного процесса

Инвестиционный фокус фонда в основном направлен на поиск проектов на этапе «посевной стадии» и «стадии запуска». Финансирование на «поздней стадии» не должно превышать 20% от общего капитала фонда. Критерии отбора на «посевной стадии»:

- срок выхода на окупаемость не более двух лет;
- срок возврата инвестиций не более трех лет;
- сработавшаяся команда с опытом в предметной области;
- наличие в составе команды лидера с видением;
- гибкий процесс разработки.

Критерии отбора на «стадии запуска»:

- перечисленные для посевной стадии (выше);
- наличие валидированной рыночной потребности;
- маркетинговый план;
- наличие в составе команды специалистов по маркетингу и продажам;
- отсутствие конфликтов внутри команды.

Дополнительным критерием отбора компаний является наличие бизнес-модели (классификация бизнес-моделей по А. Остервальдеру). Выбраны следующие модели:

- ориентация на создание инновационного продукта;
- «длинный хвост»;
- многосторонняя платформа;
- ориентация на управление инфраструктурой.

Другие модели фондом не рассматриваются и являются критерием исключения рассматриваемых компаний. Процесс отбора конкурентоспособных высокорисковых проектов состоит из двух последовательных стадий: всесторонний анализ и аудит («*dealflow*» и «*duediligence*»).

Наиболее привлекательными целевыми IT-рынками инвестиционной деятельности являются:

- мобильное программное обеспечение;
- естественные интерфейсы;
- программное обеспечение как услуга и облачные вычисления.

Определены следующие параметры финансовой модели управляющей компании фонда (таблица 1).

Т а б л и ц а 1 – Параметры фонда

<i>Параметр</i>	<i>Значение</i>
Начальный капитал	60 млн руб.
Максимальный объем	200 млн руб.
Диапазон размера участия инвестора	5–10 млн руб.
Максимальный срок инвестирования	3 года
Целевая среднегодовая доходность фонда, начиная с 3 года	40%
Целевой диапазон размера инвестиций в объекты	5–10 млн руб.
Максимальное количество портфельных проектов	18
Ежегодные организационные затраты фонда от начального капитала	до 5 %
Ежегодная комиссия за управление от общего объема привлеченных средств	до 10%
Вознаграждение управляющей компании в случае превышения минимальной доходности	20 %

При достижении целевой минимальной доходности инвесторов (определяется при необходимости в инвестиционном меморандуме), прибыль распределяется в следующих пропорциях (из 100% прибыли, под прибылью понимаем разницу между полученными от закрытия инвестиционной сделки и вложенными денежными средствами): 60% отводится инвесторам, 20% – управляющей компании, 15–20% – команде объекта инвестиций.

В работе определены методы оценки стоимости компаний. Задача этапа оценки стоимости компании заключается в достижении расхождения во взглядах на стоимость компании не более чем на 10%. Во всех этих методах можно выделить оценку компании до получения инвестиций и после получения инвестиций. Договорный метод используется на «посевной стадии» развития. Адаптированный метод при оценке компаний на «ранней стадии» – венчурный метод (строится на основе метода дисконтированного денежного потока). Метод сопоставимых оценок используется на «поздних стадиях». Эффективность инвестиций оценивается через метод чистой текущей стоимости (NPV) и метод определения внутренней нормы прибыли (IRR).

Определены три группы заинтересованных лиц в получении дохода: инвесторы, управляющая компания, объект инвестиций. Инвестор получает процент от прибыли (дохода) от инвестиционной сделки при выходе из инвестиций либо в процессе роста капитализации компании. Управляющая компания получает процент от двух операций: операций с инвестором и операций с объектом инвестиций. Имеется несколько возможных способов получения прибыли инвесторами: через дивиденды, выход инвестора из проекта в определенный момент или через инвестиционный кредит.

По статистике ОАО «РВК», из десяти проинвестированных компаний три являются убыточными, три обеспечивают возврат вложенных средств, три обеспечивают средний доход, сравнимый с малорисковыми вложениями, и только одна сверхдоходна и приносит сотни процентов прибыли, что покрывает издержки, связанные с неудачным инвестированием.

Высокорисковое финансирование необходимо осуществлять поэтапно, во избежание неоправданного вложения инвестиций и высокого риска потери вложенных средств. При этом поэтапное финансирование может осуществляться разными инвесторами, а соинвестирование с опытным партнером может быть полезным инструментом снижения рисков и привлечения дополнительной экспертизы. При периодической переоценке перспектив реализуемых компанией проектов, инвестор может принять решение о прекращении инвестиций, что дисциплинирует менеджмент компании – объ-

екта инвестиций, исключая возможности вложения средств в неэффективные проекты.

Типичные риски при инвестировании:

- недостаточный уровень компетенций и психологической совместимости команды инновационной компании (управляется: при первичном отборе проведение психологического тестирования, при управлении функция ментора обеспечить эффективную работу коллектива);
- отсутствие предсказуемой стратегии возврата инвестиций и возможных инвесторов следующего раунда (управляется: через формирования создание диверсифицированного портфеля проектов и консолидацией финансовых средств);
- переоценка рыночной обоснованности бизнес-модели (управляется: через проведение двойного анализа проектов и аудита, а также постоянного «скоринга»);
- риск недостижения заявленных параметров технологии (риск практически не управляется);
- конфликт технологии компании с международным технологическим трендом или «*road-map*» международных технологических лидеров или технологической платформой (управляется: через проведение тщательного маркетингового исследования).

Данная модель может выступить базисом для формирования бизнес-плана реализации выбранной политики финансирования.

Список использованных источников:

1. Бугаков М.Н., Бугакова Н.П. Специфические черты управления персоналом при реализации IT-проектов // Проблемы достижения экономической эффективности и социальной сбалансированности: императивы, правовые и хозяйственные механизмы: сборник. – Краснодар, 2014. С. 40–42.
2. URL: <http://journal.itmane.ru/node/688>
3. URL: <http://www.rg.ru/2009/10/27/venchur.html>
4. URL: http://www.rusventure.ru/ru/company/legal_basis

Г.В. Вовк

*Финансовый университет
(Новороссийский филиал)*

*Научный руководитель:
Л.Л. Игонина, д.э.н., профессор*

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ РОССИЙСКИХ КОРПОРАЦИЙ

Динамика интеграционных процессов в экономике России вызвала интерес научного сообщества к изучению работы передовых российских компаний в условиях адаптации к введенным санкциям и ответных мер на них, то есть перехода к функционированию в условиях повышенного риска. Для устойчивого положения российских предприятий особенно важны такие моменты, как поиск эффективных источников финансирования, новых областей инвестирования, подходящей методологии определения финансового состояния, разработка рациональной налоговой политики, которые в настоящий момент являются основополагающими.

Грамотно построенная финансовая стратегия в современной экономике определяет эффективность деятельности корпорации, повышая ее статус, обеспечивая рациональное использование финансовых ресурсов и увеличивая рыночную стоимость предприятия. Финансовая стратегия позволяет также разработать стратегические цели для долгосрочного эффективного развития предприятия, разработать способы выживания в условиях экономической нестабильности. Рассматривая отечественную и зарубежную литературу, посвященную стратегическому управлению, можно отметить, что период формирования отечественных корпораций предопределил их кризисный характер и наложил соответствующий отпечаток на особенности формирования их финансовой стратегии. В условиях нестабильности развития экономики страны, а также непредсказуемости институциональной среды российские корпорации выработали собственные правила финансовой стратегии, изменяя и комбинируя при этом устоявшиеся в мировой практике принципы цивилизованного управления финансами в корпорациях [1].

Большинство российских открытых акционерных компаний входят в какую-либо интегрированную группу и представляют собой крупные разветвленные структурные объединения, включающие основную материнскую и сеть дочерних организаций, многоуровневые децентрализованные корпорации, управляемые холдингами. В основу финансовой стратегии многих корпораций, построенных в виде холдинговых структур, был положен принцип аккумуляции доходов, при котором управляющая компания рассматривает всю совокупность подчиненных ей дочерних корпораций через призму потока доходов, которым следует распорядиться в собственных интересах, для чего создаются специальные схемы бюджетирования и вводится жесткий финансовый контроль; в качестве инструментов, применяемых в финансовой стратегии, используются трансфертные цены, контракты о сбыте продукции с занижением цены, «оптимизация налогообложения», трастовые схемы, вывод активов с предприятия и др. [2].

Также одной из определяющих особенностей российских корпораций является интегрированность в мировую экономику благодаря экспорту преимущественно ресурсоемкой продукции, а не поставки инновационных технологий.

Концепция российского холдинга значительно отличается от формы, принятой за рубежом, это существенно сказывается на хозяйственной деятельности дочерних предприятий и имеет большое влияние на их будущее и характер их развития. В качестве цели создания зарубежных холдингов определяется выгодное вложение имеющихся финансовых ресурсов с дальнейшей задачей получения прибыли и защиты национальных интересов на мировом рынке. Российские холдинги в качестве цели своего функционирования определяют необходимость упрощения управления большими массами денежного капитала, сохраняя при этом экономико-хозяйственные связи ранее существующих промышленных объединений, а также привлечение новых финансовых потоков денежных средств в условиях инвестиционного голода.

Кроме того, формирование российских холдингов «сверху» добровольно-принудительным объединением имеет исторические корни советских форм организации промышленности и определяет их стремление максимально контролировать производственную и

финансовую деятельность своих дочерних компаний. Отсюда проявляется еще одно существенное отличие отечественных холдингов от западных: российские дочерние предприятия практически не имеют самостоятельности и полностью зависят от действий головной компании, а в европейских и японских холдинговых компаниях дочерние компании полностью самостоятельны и могут принимать управленческие решения.

Особенность разработки финансовой стратегии дочерней компании состоит в том, что общекорпоративные цели холдинга доминируют над целями дочерней компании и не зависят от реалий ее внутренней и внешней среды. Эта особенность усугубляется разрывом централизованного управления в холдинге и рыночной маневренностью дочерних компаний. Все эти особенности управления накладывают на руководство холдинга серьезную ответственность за формирование общекорпоративной финансовой стратегии, так как от ее продуманности и сбалансированности зависит развитие и выживание дочерних компаний. Эффективность этой стратегии определяется рациональностью использования финансовых и стратегических преимуществ вертикальной интеграции и корпоративной формы организации компаний [3].

Целью вертикальной интеграции управления корпорации является достижение эффекта синергии, т.е. стратегического преимущества на рынке за счет объединения двух или более предприятий в одних руках. Повышается эффективность общей работы предприятий благодаря экономии на масштабах деятельности, технологическому сочетанию взаимодополняющих ресурсов, экономии финансов за счет снижения транзакционных затрат, усиления монопольного положения на существующем рынке и т.д., что отражается в росте производительности предприятия, а также в снижении общих издержек производства. В этом и проявляется эффект стратегического преимущества – совместные действия выше простой суммы индивидуальных усилий.

Термин «синергия» был введен в обиход И. Ансоффом для обоснования образования объединений компаний в организованные структуры. Определением синергии является формула $2+2=5$, отражающая преимущества от суммарной отдачи всех капитальных вложений корпорации, над суммой показателей отдачи всех ее хозяйственных субъектов без учета преимуществ применения общих ре-

сурсов корпорации и принципа взаимодополняемости. Определением стратегии вертикальной интеграции является внутриотраслевая стратегия внешнего роста, осуществляемая с задачей достижения эффекта синергии между предприятиями, связанными технологической или коммерческой связью, ведущей к формированию единой корпоративной структуры [4].

Успех реализации финансовой стратегии неотъемлем от правильного выбора методологии ее построения.

Существует достаточно методик для выбора определенного вида финансовой стратегии, например, модели Альтмана, которые позволяют сделать прогноз возможности возникновения банкротства предприятия, тем самым повысив его уровень финансовой безопасности. За последнее время особое место в разработке финансовой стратегии крупных предприятий занял метод сценариев, который описывает возможные тенденции развития предприятия. Метод сценариев позволяет выявить факторы внешней и внутренней среды, которые могут оказывать влияние на предприятия в перспективе ее дальнейшего функционирования.

Для своевременного выявления финансовых проблем необходимо регулярно проводить анализ финансового состояния предприятия, который позволяет выявить факторы, влияющие на его функционирование, обнаружить слабые и сильные стороны корпорации. Однако низкий уровень финансовой дисциплины: данные финансовой отчетности не всегда соответствуют действительности, соответственно дает относительность оценки финансового состояния предприятия, и тем самым осложняет проведение анализа и составления прогноза на будущее.

В то же время использование зарубежных методов оценки состояния предприятия по отношению к отечественным не является также достаточно эффективным из-за множества факторов, например, таких как различие в экономическом развитии стран, разность отраслевой составляющей предприятия, присущая конкретной стране информационная база для построения моделей. В России отсутствуют общепринятые способы оценки финансового состояния. Значения показателей анализа финансового состояния формируются исходя из зарубежной практики и не являются реалиями экономики России.

На данный момент основной задачей российских предприятий должно стать решение проблем, касающихся формирования не только финансовой стратегии, но и инновационной стратегии.

Существующие стратегии предприятий России целесообразно рассматривать исходя из социально-культурных, историко-экономических предпосылок. Для российских предприятий в стратегическом плане развития главным фактором выступает «балансировка» между государством и рынком, что определяет направление формирования и развития финансовой стратегии предприятия. Реалии современной экономической ситуации говорят о том, что при возникновении кризисной ситуации на первый план выходят именно финансовые связи рынка и государства, которые помогают предприятию сформировать стратегическое направление выхода из кризиса. Крупные корпорации ориентируются в этом случае именно на финансовую помощь от государства, в то время как более мелкие предприятия ищут способы адаптации, выживания на рынке.

Исходя из условий сегодняшнего дня, когда в российской экономике наблюдается предпосылки к возникновению стагнации, на фоне геополитической напряженности, возникшей в связи с противоречиями в отношениях между Россией и Евросоюзом, повысилась волатильность рынка и неопределенность экономической политики с начала текущего года. В качестве примененных санкций России был ограничен доступ к источникам международного финансирования и повышена стоимость заимствований. Вызванная сложившейся ситуацией неопределенность спровоцировала масштабный отток капитала, который наряду с усилением изменения на валютном рынке и повышением процентной ставки заимствований существенно подорвал готовность предприятий инвестировать. Российским корпорациям необходимо приспособиться к новым реалиям и перейти на функционирование в условиях повышенного риска.

Есть уже первые положительные импульсы, перспективы выхода из сложившейся ситуации, связанные с импортозамещением товаров, сменой стратегии России в макроэкономической политике, направленной на широкую евразийскую интеграцию (создание Евразийского экономического союза (ЕАЭС) и Шанхайской организации сотрудничества (ШОС), продвижение инициативы по созда-

нию единого экономического пространства от Лиссабона до Владивостока, т.е. формирование зоны торгового и гуманитарного сотрудничества между Европой и Азией) [5].

Для оживления российской экономики необходима новая модель развития на основе диверсификации и предсказуемые экономические условия для деятельности предприятий. Наступившая геополитическая напряженность требует доминирования в экономической политике страны мер, направленных на поддержание макроэкономической стабильности и защиту экономики от негативного влияния текущей ситуации. Вместе с тем одновременно с поведением вышеуказанной политики нужно решить вопросы совершенствования микроэкономических основ в целях повышения эффективности рынка. Необходимо движение к функциональной модели, предусматривающей достижение высоких темпов экономического роста в России за счет предсказуемости экономической среды и проведения структурных реформ, а именно усиления государственных институтов стратегического планирования и регулирования движения финансовых потоков как внутри страны, так и за ее пределами. Требуется смена политики Банка России, направленной на завышение процентных ставок, вызывающих ограничение внутренних объемов кредитов, которые так важны для экономики страны в результате замораживания внешних источников заимствований. Такая политика влечет сжатие денежных предложений, падение российского производства и инвестиций. Уже сейчас необходим переход к модели, направленной на кредитное обеспечение устойчивого роста и развития российской экономики, а также значительное повышение уровня монетизации и мощности банковской системы страны. Развитие проблем в российской экономике вызвано хронической недомонетизацией экономики, которая продолжительное время трудилась «на износ» в условиях нехватки кредитных и инвестиционных денежных вливаний.

Уровень необходимых денежных предложений для подъема инвестиционной и инновационной активности в России должен определяться спросом на деньги со стороны реального сектора экономики, а также государственных институтов развития при условии регулирования значения ставки рефинансирования. При этом необходимо учитывать, что переход к контролю над уровнем ин-

фляции не должен осуществляться за счет ограничения реализации других целей макроэкономической политики. Эти цели должны определяться по первостепенности, достигаясь за счет гибкого использования имеющихся в распоряжении государственного аппарата средств регулирования денежно-кредитной и валютной политики. В сегодняшних условиях первичность следует отдать росту производства и инвестиций с учетом ограничений, связанных с инфляцией и обменным курсом рубля. При этом государству для удержания инфляции в установленных рамках требуется комплекс мер, направленных на регулирование ценообразования и ценовой политики, регулирование валютного и банковского направления, развитие конкуренции.

Список использованных источников:

1. *Зобнина Д.В., Фадеева Е.А.* Особенности разработки финансовой стратегии предприятия определенного вида // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2014. № 1 (26). С. 159–161.
2. *Тютюкина Е.Б., Рукшина Е.И.* Корпорация, корпоративное управление и корпоративные финансы в Российской экономике // Вестник финансового университета. 2013. № 3. С. 108–117.
3. *Малыш Т.Г.* Особенности формирования финансовой стратегии вертикально интегрированной нефтяной корпорации // Вестник Украинской академии банковского дела. 2004. № 2 (17). С. 1–9.
4. *Ансофф И.* Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Питер Ком, 1999.
5. *Глазьев С.Ю.* О внешних и внутренних угрозах экономической безопасности России в условиях американской агрессии: доклад. М.: РАН, 2014.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ФУНДАМЕНТАЛЬНОГО АНАЛИЗА ПРИ ПРОГНОЗИРОВАНИИ БИРЖЕВОЙ ДИНАМИКИ

Современная бизнес-структура вынуждена вкладывать немалые денежные средства не только в развитие своего основного бизнеса, но и в сопутствующие, непрофильные сферы – услуги HR-специалистов, рекламных агентств и исследовательских компаний [2, с. 42]. Согласно теории рыночного равновесия, варьируя линией спроса и предложения, наблюдаются точки нового равновесия, объясняются ножницы дефицита и могут быть оценены с использованием различных математических методов и моделей [5, с. 38].

При прогнозировании биржевой динамики традиционно используют методы математического моделирования. Выделяют две ветки прогнозирования рыночных котировок: фундаментальный анализ и технический анализ.

Основой для фундаментального анализа служат два уровня. Первый уровень заключается в анализе основных финансовых показателей компаний (если речь идет о рынках ценных бумаг): выручка, величина выплаченных дивидендов, *EBITDA*. Второй уровень (макроуровень) опирается на анализ индексов деловой активности, основных макроэкономических показателей, характерных как для отдельных отраслей промышленности, так и для групп стран.

В основе технического анализа лежит информация о поведении цены акции или любого другого финансового инструмента в прошлом. Основа технического анализа разъясняется в трех аксиомах.

1. Движение цен на рынке учитывает всю информацию об объектах (субъектах).

2. Движение цен подвержено тенденциям, которые можно попытаться выявить.

3. История повторяется, поэтому качественный прогноз помогает быть на пике финансовых трендов.

Основой для анализа являются технические индикаторы (функция, построенная на основе значений о цене или объемах торгов). Один из самых популярных индикаторов – индикатор относительной силы (RSI)

$$RSI = 100 - (100 / (1 + \frac{U}{D})),$$

где U – среднее значение положительных ценовых изменений

$$U = EMA\{N\}(цена закрытия(t) - цена закрытия(t - 1));$$

D – среднее значение отрицательных ценовых изменений

$$D = EMA\{N\}(цена закрытия(t - 1) - цена закрытия(t)).$$

В результате вычислений для каждого изменения цены получаются значения от 0 до 100, которые образуют временной ряд. При анализе данного временного ряда трейдер, инвестор видит информацию о перекупленности или перепроданности актива.

Стоит также отметить еще один технический индикатор – индекс денежного потока. Этот технический инструмент используется для расчета интенсивности торговли ценными бумагами путем анализа объемов торгов и соотношения уровня типичных цен, который рассчитывается по формуле

$$TP = (HIGH + LOW + CLOSE) / 3,$$

где $HIGH$ – максимальная цена в наблюдаемый нами промежуток времени; LOW – минимальная цена; $CLOSE$ – цена закрытия.

После того как получено TP , вычисляется величина денежного потока MF

$$MF = TP * volume,$$

где $volume$ – объем торгов, выбранного промежутка времени.

Если $TP(t) > TP(t-1)$, то денежный поток считается положительным, когда $TP(t) < TP(t-1)$ – отрицательным. Исходя из данных соотношений, определяется денежное отношение

$$MR = (Positive Money Flow) / (Negative Money Flow),$$

где $Positive Money Flow$ ($Negative Money Flow$) – сумма положительных и отрицательных денежных потоков соответственно в рассматриваемом промежутке времени.

Последний шаг, который поможет получить готовый индекс находят по формуле

$$MFI = 100 - (100 / (1 + MR)).$$

Как и прошлый индикатор, *MFI* указывает на перепроданность или перекупленность финансового инструмента.

Большой популярностью пользуются средние скользящие, позволяющие выявить тренд, уровни сопротивления и уровни поддержки торгуемых ценных бумаг.

Стоит сказать, что развитие информационных технологий позволило использовать огромное количество технических индикаторов для анализа поведения цены. Однако, несмотря на кажущуюся простоту анализа, трейдеры, инвесторы допускают ошибки, которые ведут к финансовым потерям, снижению финансовой устойчивости [4, с. 43].

По мнению автора, следующим этапом развития могут стать интегрированные торговые системы на основе технологии нейронных сетей. Использование нейросетей для анализа динамики и прогнозирования многомерной информации обеспечивает лучшую визуализацию наблюдаемых многомерных данных, создает топологическое представление сложных связей, позволяет понижать размерность в комплексных структурах.

Нейросетевые технологии используются в анализе биржевых цен, начиная с момента принятия решения о целесообразности открытия брокерского счета и заканчивая анализом и прогнозированием наполняемости и процентного содержания финансового (кредитного) портфеля. Технология самоорганизующихся карт признаков представляет собой набор аналитических процедур и алгоритмов, позволяющих преобразовать традиционное описание множества объектов, заданных в многомерном пространстве признаков базы данных, в двумерную карту [1, с. 149]. Элементами таких карт становятся нейроны, базовая модель которых отражена на рисунке 1.

В качестве входных сигналов для нейрона можно использовать значения ряда технических индикаторов, а также фундаментальные показатели. Входным сигналам будут присваиваться весовые значения w_{ki} , в конкретный промежуток времени i [3]. Так, напри-

мер, заседания ФРС (Федеральной Резервной системы США), а также решения по сворачиванию Программы количественного смягчения, оказывали на рынок огромное влияние, несмотря на показатели технических индикаторов. В данном конкретном случае значение входного сигнала о решении ФРС может достигать значения близкое к 1.

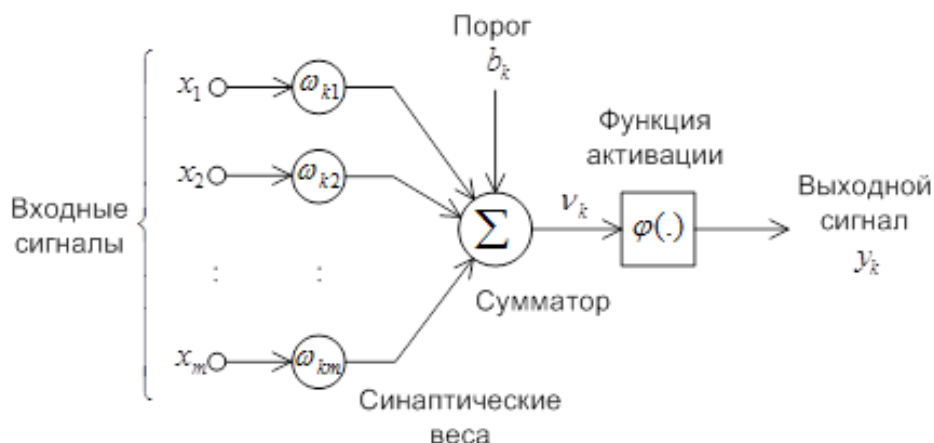


Рисунок 1 – Базовая модель нейрона в нейронной сети

Одним из первых ярких примером изменения конъюнктуры цен на мировом рынке стала цена на великолепный цветок – тюльпан (относится к роду многолетних луковичных растений семейства лилейные). Завезенный впервые ботаником Карлом Клузиусом в Нидерланды в 1593 г. он получил большое распространение. Цена луковицы тюльпана варьировала в зависимости от сорта и размера. В 1625 г. цена одной луковицы доходила в Нидерландах до 2200 флоринов (3,5 грамма золота, в настоящее время 294 077 \$ США). Через 10 лет (1635 г.) цена одной луковицы тюльпана возросла до 5500 флоринов (на 150%), уже через 2 года наполняемость цветочного рынка и ирония судьбы сыграли злую шутку с ценой на луковицу тюльпана, снизившуюся до 300 флоринов (в 18,33 раза по сравнению с 1635 г.).

Биржевой рынок не прощает ошибок и мгновенно реагирует на любую информацию. По мнению автора, использование фундаментального анализа при прогнозировании биржевой динамики методами нейросетевых технологий позволяет учитывать тренды прошлых периодов с мгновенной информацией настоящего периода для более точного прогноза в будущем.

Список использованных источников:

1. *Безлепкина В.Н.* Применение интеллектуальных информационных технологий в маркетинге // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сборник научных трудов. – Краснодар, 2013. С. 146–151.

2. *Бугакова Н.П.* Перспективы развития аутсорсинга маркетинговых услуг на предприятиях Краснодарского края // Проблемы достижения экономической эффективности и социальной сбалансированности: императивы, правовые хозяйственные механизмы: сборник. – Краснодар, 2014. С. 42–45.

3. *Калайдин Е.Н., Дюдин М.С.* Нейросетевое моделирование биржевой динамики // Современная экономика: проблемы и решения. 2012. № 9 (33). С. 168–177.

4. *Калайдин Е.Н., Спирина С.Г.* Формирование факторов финансового риска и их оценка в деятельности экономических субъектов // Финансы и кредит. 2014. № 24 (600). С. 36–44.

5. *Спирина С.Г., Гольман Д.А.* Формирование эффективности интернет-рекламы и ее оценка в контексте финансовой устойчивости // Финансы и кредит. 2014. № 37. С. 32–41.

А.В. Котлова

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
Л.Л. Игонина, д.э.н., профессор*

ФАКТОРНАЯ МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТЬЮ КОМПАНИЙ ОТРАСЛИ ТОРГОВЛИ

Факторный подход к управлению финансовой устойчивостью компании базируется на идентификации факторов финансовой устойчивости и учета иерархичности их системы. Согласно такой идентификации, автором были отобраны ключевые внутренние факторы, определяющие финансовую устойчивость компании. Ими являются: деловая активность, обеспечение достаточности финансовых ресурсов, обеспечение ликвидности. Каждый из этих факторов, в свою очередь, интегрирует влияние факторов более низкого порядка (таблица 1).

В ходе построения факторной модели автором был использован корреляционный анализ для оценки степени воздействия основных показателей, описывающих различные грани финансовой устойчивости компании. В качестве итогового показателя была выбрана чистая прибыль.

В рамках описанного подхода была рассмотрена степень корреляции между коэффициентами деловой активности, финансовой устойчивости, ликвидности и величиной чистой прибыли. Исходными данными для анализа явились данные по основным показателям баланса компаний отрасли торговли за период с 2009 по 2013 год. Полученные результаты представлены в таблицах 2–4.

Из таблицы 2 видно, что наиболее сильное влияние на величину чистой прибыли по трем компаниям показывает коэффициент маневренности. Значительная связь с величиной чистой прибыли у двух организаций из трех наблюдается по таким показателям, как коэффициент автономии, коэффициент финансового ры-

чага, коэффициент концентрации привлеченного капитала, коэффициент финансирования, коэффициент запасов к текущим активам, коэффициент обеспеченности собственными средствами.

Т а б л и ц а 1 – Интегрированная совокупность факторов и показателей финансовой устойчивости компаний отрасли торговли

<i>Факторы первого порядка</i>	<i>Факторы второго порядка</i>	<i>Основные показатели</i>
Обеспечение ликвидности	<p>Политика управления активами и пассивами</p> <p>Политика управления кредиторской и дебиторской задолженностью</p>	<p>Структура активов и пассивов</p> <p>Коэффициенты абсолютной, быстрой и общей ликвидности</p> <p>Оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженности</p>
Достаточность финансовых ресурсов	<p>Состав и структура финансовых ресурсов</p> <p>Достаточность собственного капитала</p>	<p>Коэффициент финансовой независимости</p> <p>Коэффициент финансового рычага</p> <p>Коэффициент финансирования</p> <p>Коэффициент автономии</p> <p>Коэффициент обеспеченности оборотными средствами</p>
Деловая активность компании	<p>Скорость оборачиваемости средств</p> <p>Рентабельность компании</p>	<p>Показатели оборачиваемости: активов, собственного капитала, продаж, оборотных активов, запасов и затрат</p> <p>Рентабельность: собственного капитала, продаж, основных средств инвестированного капитала</p>

Т а б л и ц а 2 – Степень корреляции между коэффициентами финансовой устойчивости и величиной чистой прибыли ПАО «Магнит», «О'кей Групп», ОАО «Дикси Групп»

Показатель	Степень корреляции		
	«Магнит»	«О'кей»	«Дикси»
Коэффициент автономии	-0,424	0,904	0,682
Коэффициент концентрации привлеченного капитала	0,424	-0,904	-0,682
Коэффициент долгосрочной финансовой независимости	-0,439	0,777	0,872
Коэффициент финансового рычага	0,408	-0,889	-0,707
Коэффициент финансирования	-0,437	0,911	0,666
Коэффициент финансовой независимости капитализированных источников	-0,125	0,821	-0,355
Коэффициент запасов к текущим активам	0,827	-0,867	0,150
Коэффициент текущей задолженности	0,439	-0,777	-0,872
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	-0,618	0,697	-0,217
Коэффициент маневренности	-0,521	0,832	0,813

Источник: составлено автором на основании расчетов по консолидированной финансовой отчетности.

Т а б л и ц а 3 – Степень корреляции между коэффициентами ликвидности и величиной чистой прибыли ПАО «Магнит», «О'кей Групп», ОАО «Дикси».

Показатели ликвидности	Степень корреляции		
	«Магнит»	«О'кей»	«Дикси»
Коэффициент общей ликвидности	-0,841	0,528	0,723
Коэффициент срочной ликвидности	-0,757	0,338	0,785
Коэффициент абсолютной ликвидности	-0,729	0,137	0,655

Источник: составлено автором на основании расчетов по консолидированной финансовой отчетности.

Комментируя таблицу 3, можно отметить, что в данной группе показателей высокая степень корреляции с величиной чистой прибыли прослеживается для коэффициента общей ликвидности.

По итогам анализа зависимости коэффициентов оборачиваемости и величины чистой прибыли (таблица 4) тесная корреляция по всем рассматриваемым компаниям наблюдается только для коэффициента оборачиваемости активов. Значительная связь с величиной чистой прибыли у двух организаций из трех прослеживается по коэффициентам оборачиваемости активов, собственного капитала и дебиторской задолженности.

Т а б л и ц а 4 – Степень корреляции между показателями оборачиваемости и величиной чистой прибыли ПАО «Магнит», «О'кей Групп», ОАО «Дикси Групп».

Показатели рентабельности	Степень корреляции		
	«Магнит»	«О'кей»	«Дикси»
Коэффициент оборачиваемость активов	-0,762	0,982	-0,471
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	0,217	-0,896	-0,613
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	0,565	-0,349	0,470
Коэффициент оборачиваемости запасов	-0,984	-0,547	0,831
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	0,973	-0,021	-0,819
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	0,626	-0,023	-0,314

Источник: составлено автором на основании расчетов по консолидированной финансовой отчетности.

Для последующего построения факторной модели могут быть применены следующие показатели:

- коэффициент маневренности;
- коэффициент общей ликвидности;
- коэффициент оборачиваемости запасов.

Важно отметить, что прибыль компании показывает лишь абсолютный эффект деятельности без учета использованных при этом ресурсов, поэтому при оценке эффективности деятельности компании используют показатели рентабельности. Рентабельность определяется как соотношение чистой прибыли к одному из показателей функционирования торгового предприятия. Использование этих показателей позволяет выявить как общую экономическую эффективность работы предприятия, так и оценить другие стороны его деятельности.

Следует отметить, что для компаний отрасли торговли особое значение имеет оценка показателей оборачиваемости запасов. Самым важным фактором для управления оборотными средствами является скорость оборачиваемости товарных запасов.

Безусловно, товарные запасы являются наименее ликвидными оборотными активами, именно поэтому большинство компаний старается избегать больших запасов с низкой оборачиваемостью. Это достигается посредством ускорения оборачиваемости запасов.

Эффективность использования оборотных активов можно оценить с помощью показателя рентабельности активов

$$RCA = \frac{NI}{CA}, \quad (1)$$

где NI – чистая прибыль; CA – оборотные активы.

Чем выше значение данного показателя, тем эффективнее используются оборотные средства.

Автором предлагается мультипликативная детерминированная модель зависимости показателя рентабельности оборотного капитала от трех показателей факторов

$$RCA = \frac{NI}{CA} \times \frac{R}{I} \times \frac{I}{CA}, \quad (2)$$

где NI/R – рентабельность продаж; R/I – коэффициент оборачиваемости запасов; I/CA – коэффициент запасов к текущим активам; NI – чистая прибыль; CA – оборотные активы; R – выручка; I – запасы.

Модель (2) позволяет определить факторы, оказывающие наибольшее влияние на величину рентабельности оборотного капитала компании. Из представленной модели видно, что рентабельность

оборотного капитала (*RCA*) зависит от следующих факторов: рентабельности продаж, оборачиваемости запасов и доли запасов в текущих активах. Эффективность коммерческой и производственной деятельности характеризуется коэффициентом рентабельности продаж, который отображает то количество чистой прибыли, которое компания имеет с рубля продаж.

В свою очередь, коэффициент оборачиваемости запасов указывает на то, сколько раз в среднем продаются запасы компании за установленный период времени. Очевидно, что потребность в оборотном капитале будет тем меньше, чем интенсивнее оборачиваемость запасов компании. Коэффициент запасов к текущим активам показывает долю запасов в оборотных активах компании, которые являются наименее ликвидной частью.

Модифицированная факторная модель (2) наглядно показывает, что финансовая устойчивость компании и рентабельность ее оборотного капитала находятся в обратно пропорциональной зависимости. То есть рентабельность компании будет снижаться вследствие увеличения оборотного капитала, в то время как ее финансовая устойчивость, а следовательно, и платежеспособность будет возрастать.

Список использованных источников:

1. *Игонина Л.Л.* Управление финансовой устойчивостью страховых организаций: монография. – Краснодар: Атри, 2010.
2. *Савицкая Г.В.* Экономический анализ: учебник. 14-е изд. перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М., 2014.
3. Консолидированная финансовая отчетность ОАО «Магнит» за 2009–2013 гг.
4. Консолидированная финансовая отчетность ОАО «Дикси Групп» за 2009–2013 гг.
5. O'Key Group S/A/ Consolidated Financial Statements for the years 2009–2013.

Ю.В. Литвинова

*Кубанский Государственный
аграрный университет*

*Научный руководитель:
О.Ю. Франциско, к.э.н., доцент*

ОСОБЕННОСТИ КРЕДИТОВАНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Проблемам кредитования сельских предприятий и экономики в целом постоянно уделяется существенный интерес. Рассмотрение данных вопросов можно встретить в работах В.Л. Карпенко, В.В. Стадник, В.М. Алексейчук, А.М. Власовой, С. Гальчинського, М.Ю Коденська, М.Я. Демьяненко и др.

Определяющим обстоятельством устойчивого формирования компании является наличие у нее экономических ресурсов. В своей деятельности компании не всегда могут довольствоваться лишь собственным капиталом, так как его бывает недостаточно. В связи с этим возникает необходимость в заемном капитале, одним из источников привлечения которого могут выступать займы и кредиты.

Сельскохозяйственные предприятия можно отнести к производствам с неравномерным кругооборотом средств, который характеризуется несоответствием между затратами и поступлением денег от продажи продукции. Эти предприятия имеют необходимость в авансировании заемного капитала, исходя из специфических особенностей аграрной сферы, а конкретно:

- несоответствия стоимости на продукцию сельского хозяйства и материально-технические средства, из-за чего компания не может обеспечить себя современной техникой, оснащением и прогрессивными технологиями;
- недостаточности инфраструктуры сельскохозяйственного рынка;
- сезонности изготовления, что приводит к существенному разрыву между поступлением денежных средств и их расходованием.

В сельском хозяйстве финансово-кредитные учреждения не имеют огромного желания предоставлять кредиты в условиях длительного оборота денежных средств. Но, несмотря на это, банковские кредиты остаются основным источником финансирования производственной деятельности компании в сельском хозяйстве. Определение величины необходимого внешнего финансирования применяется в тех случаях, когда мощности оказываются недостаточными для роста объемов производства и нуждаются в дополнительном вложении в основной и оборотный капитал. Привлечение того или иного ресурса требует основательного сравнительного анализа. В общем, критерием определения цены капитала, который может быть вовлечен в инвестирование сельскохозяйственных компаний, является процентная ставка, которую предлагает кредитный рынок [1]. Высокая цена кредитных ресурсов по доходности сельскохозяйственного производства сдерживает их привлечения в АПК, в особенности в сельском хозяйстве.

Важно также продумать допустимый план погашения привлеченных кредитов, так как размер процентов по кредитам определяет эффективность привлечения заемных средств [2]. Поэтому выделяют три способа расчета предоставления и погашения кредита.

Первый способ – погашение кредита стандартным методом с льготным периодом погашения кредита. Способен применяться сельскохозяйственными заемщиками, принимая во внимание долговременный вид получения отдачи от вложенных ими средств при установленных требованиях коммерческих банков по ежемесячному возврату кредита и процентов по нему.

Второй способ – погашение кредита стандартным (классическим) методом. Данный способ считается более часто встречаемым из-за простоты расчета плана погашения кредита и выгоды для заемщика.

Третий способ – погашение кредита равными ежегодными выплатами, которые содержат в себе сам кредит и процент по нему. Данный способ предоставляет возможность уплаты равной ежемесячной суммы и возможность досрочного его погашения [3].

На сегодняшний день существует множество крупнейших банков в РФ, специализированные программы которых направлены на

поддержку развития сельскохозяйственного производства. Одним из таких банков является ОАО «Россельхозбанк». Россельхозбанк активный кредитор сельскохозяйственных предприятий, целью которого является обеспечение доступного, качественного и эффективного удовлетворения потребностей сельскохозяйственных товаропроизводителей и сельского населения РФ в банковских продуктах и услугах; всемерное содействие формированию и функционированию современной национальной кредитно-финансовой системы агропромышленного сектора России; поддержка развития агропромышленного комплекса и сельских территорий. Россельхозбанк предлагает следующие виды кредитов для аграрных предприятий:

- кредитование субъектов малого и среднего предпринимательства;
- кредитование сельскохозяйственных потребительских кооперативов;
- кредиты на развитие личного подсобного хозяйства.

Применение кредитов в качестве источника финансирования аграрных компаний имеет важное экономическое значение. Во-первых, средства, высвободившиеся в одних звеньях процесса воспроизводства, следуют в другие звенья, ускоряют кругооборот денежных средств и содействует повышению эффективности хозяйственной деятельности на базе расширенного воспроизводства. Во-вторых, временно свободные средства через кредит направляются в те участки производства, на продукцию которых подразумевается увеличение спроса, а следовательно, извлечение более высоких прибылей. Это способствует внедрению новой техники, современному изменению всей структуры производства, увеличению его производительности [5].

Помимо этого, благодаря кредитованию денежные сбережения и накопления преобразуются в цену, приносящую прибыль, т.е. в ссудный капитал. Необходимо отметить, что банковский сельскохозяйственный кредит обладает конкретными отличительными чертами:

- потребность предоставления определенных гарантий либо задатка имущества;
- утрата доли прибыли в связи с необходимостью уплаты процентов за кредит;

- трудность привлечения и оформления;
- повышенный риск разорения из-за невозможности своевременного погашения приобретенных займов [4].

Поэтому рационально осуществлять заблаговременные подсчеты планов закрытия кредита разными способами, приспособленными к современным обстоятельствам работы отечественных сельскохозяйственных компаний, в целях установления более приемлемого варианта в каждом конкретном случае.

Таким образом, кредитование относится к главным источникам заемных средств и выступает значимым денежным рычагом стимулирования и обеспечения деятельности сельскохозяйственных предприятий.

Список используемых источников:

1. *Коденська М.Ю.* Состояние развития сельскохозяйственного производства и концептуальные основы его инвестирования // Экономика АПК. 2004. № 5.

2. *Трубилин И.Т.* Инструментальные средства финансовых вычислений: разработка и обучение применению в экономической работе на предприятиях АПК // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. Краснодар: КубГАУ, 2014. № 08(102). С. 459–484. URL: <http://ej.kubagro.ru/2014/08/pdf/29.pdf>

3. *Франциско О.Ю.* Обоснование прогнозных сценариев сочетания производства и переработки сельскохозяйственной продукции в аграрных предприятиях (с использованием методов моделирования и оптимизации): автореферат // Труды Кубанского государственного аграрного университета. 2007. Вып. 5(9). С. 46–49.

4. *Франциско О.Ю.* Моделирование экономических параметров и прогнозных сценариев развития перерабатывающих производств сельскохозяйственных предприятий: монография. – Краснодар: КГУФКСТ, 2008.

5. *Молчан А.С.* Воспроизводство и капитализация экономического потенциала региональных социально-экономических систем: монография. – Краснодар: изд-во В.В. Арнаутов, 2011.

Д.П. Саяпин

Финансовый университет

Научный руководитель:

В.А. Гребенникова, к.э.н., доцент

ЭВОЛЮЦИЯ ПОНЯТИЯ И ВИДОВ РЕАЛЬНЫХ ИНВЕСТИЦИЙ

В начале XXI столетия России приходится решать сложные задачи модернизации экономики, повышения ее конкурентоспособности с тем, чтобы занять достойное место на мировой арене. Одним из важнейших инструментов, гарантирующих рост производства и доходов экономических систем, выступают инвестиции – вложения капитала, направленные на развитие производства, получение прибыли и достижение иного полезного эффекта. Инвестиции – неотъемлемый атрибут любой хозяйственной деятельности. Они достаточно разнообразны по форме и направлениям, срокам вложений, характеру собственности на ресурсы, целям инвестирования. Наиболее значимую роль в общей системе инвестиционных вложений играют так называемые реальные, т.е. вкладываемые в нефинансовые активы инвестиции.

Понимание инвестиционного процесса в современной экономике претерпевает определенные изменения. В советский период, в условиях плановой экономики и государственной собственности на все средства производства, понимание инвестиций сводилось в основном к капитальным вложениям, т.е. вложений в создание и воспроизводство основных фондов. В государствах с рыночной экономикой во второй половине XX века стали стремительно развиваться финансовые инвестиции, обеспечивающие быстрое приращение прибыли. Именно они стали и главным предметом исследования западных экономистов. В конце XX века У. Шарп писал, что в странах с наиболее современной экономикой (в Западной Европе и США) наибольшее значение имеют финансовые инвестиции, тогда как в «примитивных экономиках» наибольшее значение имеют реальные инвестиции [1].

К концу столетия взгляд на значение для корпораций различных видов инвестиций стал постепенно меняться. Если кризис

1998–1999 гг. выступил в качестве предвестника перегрева финансового сектора, то кризис 2008–2010 гг. с угрозой финансиализации, формированием финансовых пузырей в различных секторах экономики, в том числе и благодаря масштабам и мобильности финансового инвестирования, заставил не только ввести ряд ограничительных мер, но и по-новому взглянуть на инвестиционные приоритеты. Таким образом, реальные инвестиции вновь стали рассматриваться как важнейшее направление вложения корпоративного капитала, минимизирующее финансовые риски и обеспечивающее развитие компании в среднесрочной и долгосрочной перспективе и ее конкурентоспособность.

Понятие «реальные инвестиции» не закреплено законодательно (например, в отличие от понятия «прямые иностранные инвестиции»), вместе с тем оно достаточно широко используется. К примеру, если мы обратимся к методологии Федеральной службы государственной статистики, то увидим, что в представляемой статистической информации выделяют две группы внутренних инвестиций: инвестиции в финансовые и инвестиции в нефинансовые активы. В таблице 1 представлены состав, объем и структура нефинансовых инвестиций. Из приведенных данных видно, что в состав реальных инвестиций, помимо инвестиций в основные средства, включают также инвестиции в объекты интеллектуальной собственности (научные разработки, произведения литературы и искусства, программное обеспечение и базы данных для ЭВМ, изобретения, полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения); затраты на НИОКР, включая произведенные нематериальные поисковые затраты, затраты на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы.

До 2012 г. по методологии ФСГС РФ выделялась также группа прочих нефинансовых активов, в которую вносили затраты на приобретение юридическими лицами в собственность земельных участков и объектов природопользования.

Начиная с 2013 г. было введено определение – произведенные нефинансовые активы. В эту группу стали включать все инвестиции в нефинансовые активы за исключением основных фондов. Помимо вышеперечисленных групп активов она была дополнена

такими категориями, как затраты на контракты, договора аренды, лицензии, деловую репутацию («гудвилла»), затраты на формирование деловых связей (маркетинговые активы).

Т а б л и ц а 1 – Объем и структура нефинансовых инвестиций

Инвестиции в нефинансовые активы, всего, млрд руб.	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
		1071,2	2945,7	3858,6	5281,5	6794,9	6117,4	6712,1	8581,5	9768,4
инвестиции в основной капитал (научные разработки, произведения литературы и искусства; программное обеспечение и базы данных для ЭВМ, изобретения, полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения)	1053,7	2893,2	3809,0	5217,2	6705,5	6040,8	6625,0	8445,2	9595,7	10047,5
инвестиции в объекты интеллектуальной собственности	15,9	24,4	20,7	28,1	30,7	23,6	23,6	39,5	48,0	
затраты на НИОКР и технологические работы (произведенные нематериальные поисковые затраты, затраты на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы и т.д.)		8,7	12,4	15,7	21,8	20,5	26,8	33,5	53,3	
инвестиции в другие нефинансовые активы (затраты на приобретение юридическими лицами в собственность земельных участков, объектов природопользования и пр.)	1,6	19,4	16,5	20,5	36,9	32,5	36,7	63,3	71,4	
инвестиции в произведенные нефинансовые активы (с 2013 г. все инвестиции в неосновные фонды объединены терминам инвестиции в произведенные финансовые активы. Сюда также включены затраты на заключение контрактов, договоров аренды, лицензий, деловой репутации («гудвилла») и деловых связей (маркетинговых активов)										130,1
Инвестиции в нефинансовые активы, всего, %	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
инвестиции в основной капитал	98,4	98,2	98,7	98,8	98,7	98,8	98,7	98,4	98,2	98,7
инвестиции в объекты интеллектуальной собственности	1,5	0,8	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5	0,5	
затраты на НИОКР и технологические работы		0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,6	
инвестиции в другие нефинансовые активы	0,1	0,7	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,7	0,7	
инвестиции в произведенные нефинансовые активы										1,3

Источник: составлено автором по данным Федеральной службы государственной статистики.

Принятая классификация недостаточно точно соотносится с классификациями, принятыми в других областях экономической практики, в частности в бухгалтерском учете. В этой связи более корректным представляется выделение в общем объеме реальных инвестиций затрат на нематериальные активы, НИОКР и прочие активы. Не полностью отвечает сущности реальных инвестиций и термин «непроизведенные нефинансовые активы». По сути своей значительная часть реальных инвестиций предполагает как раз приобретение произведенных активов. Это может быть верным и для отдельных объектов основных средств, и для приобретаемых имущественных комплексов и др.

Приведенный пример показывает, что терминологическая «путаница» характерна для различных попыток систематизации реальных инвестиций. Например, в работе Е.В. Бехтеревой реальные инвестиции рассматриваются как аналог прямых: «инвестиции подразделяются на финансовые инвестиции и реальные (капитальные вложения)... Прямые (реальные) инвестиции или капитальные вложения представляют собой инвестиции во внеоборотные активы, технологии и научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы. Указанные инвестиции носят характер капитальных вложений, которые осуществляются в целях повышения эффективности производства. Реальные инвестиции включают в себя две составляющие: капитал – приобретение капитальных активов, то есть производственное оборудование, здания и сооружения производственного назначения; инвестиции в товарно-материальные запасы, то есть оборотный капитал» [2]. В целом, верно отражая сущность реальных инвестиций, Е.В. Бехтерева тем не менее «смешивает» различные признаки инвестиций (по объектам и целям вложений).

Более точным представляется определение реальных инвестиций, данное С.А. Кузнецовой, которая, верно квалифицируя реальные инвестиции как капиталобразующие, ограничивает их вложением в создание новых, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий; инвестиции на развитие производства (реконструкцию и техническое перевооружение, расширение производства, выпуск новой продукции, модернизацию продукции и освоение новых ресурсов, приобретение нематериальных активов); инвестиции на развитие непромышленной сфе-

ры (жилищное строительство, сооружение спортивных и оздоровительных объектов и др.) [3].

По определению И.А. Бланк, «реальные (или капиталобразующие) инвестиции характеризуют вложения капитала в воспроизводство основных средств, в инновационные нематериальные активы (инновационные инвестиции), в прирост запасов товарно-материальных ценностей и другие объекты инвестирования, в том числе связанные с осуществлением операционной деятельности предприятия или улучшением условий труда и быта персонала» [4].

Из приведенных определений видно, что авторы идентифицируют понятие инвестиций с традиционным для советской экономики понятием капитальных вложений. В данном случае спорным, с точки зрения законодательного определения понятия инвестиции, представляется включение в число реальных инвестиций объектов непроектируемой сферы, что является еще одним подтверждением необходимости корректировки действующих законов.

По нашему мнению, данную группу вложений действительно можно оценить как инвестиции в одну из форм капитала компании – человеческий капитал. Но в таком случае и выделяемые рядом авторов (наряду с реальными и финансовыми) некоторые интеллектуальные инвестиции, в числе которых называются подготовка специалистов на курсах, передача опыта, лицензий и ноухау, совместные научные разработки и др., также могут быть включены в состав реальных инвестиций.

Главным признаком реальных инвестиций является их капиталобразующая функция. Как известно, любая фирма для осуществления своей деятельности должна обладать определенным количеством ресурсов. Согласно определению, данному в Британской энциклопедии, капитал в экономике – это ресурсы, которые могут быть использованы в производстве товаров или оказании услуг.

Капитал – одно из базовых понятий в экономике, по А. Смитту – один из главных факторов производства, наряду с землей и трудом. Сегодня представление о факторах производства расширилось. В их число включают предпринимательские способности, информацию и др. Расширилось и представление о капитале. Если раньше в него включали только основной и оборотный, то сегодня широкую известность получила и теория человеческого ка-

питала, который по праву рассматривают как один из важнейших ресурсов компании. Более того, по мнению многих современных ученых, в конце XX – начале XXI века, то есть с вступлением человечества в постиндустриальную (информационную) эпоху, человеческий капитал выступает в качестве главного производственного ресурса [5].

Исходя из современных представлений о структуре производственных ресурсов, в их состав можно включить следующие виды капитала:

- основной капитал (основные средства, вложения во внеоборотные активы);
- нематериальные активы (как компонент внеоборотного капитала), включающие в том числе и информационные ресурсы компании (программы, патенты, торговые марки), а также деловую репутацию компании и др.;
- оборотный;
- человеческий.

Именно эти ресурсы и формируют производственный потенциал любой фирмы. Следовательно, инвестиция в любую из этих форм капитала, направленная на его приращение, является реальной (капиталообразующей) инвестицией. Исходя из этого, можно предложить следующее определение реальной инвестиции: инвестиция, направленная на приращение любой из форм капитала компании (внеоборотного капитала, включая основные средства и нематериальные активы; оборотного капитала, включая прирост запасов товарно-материальных ценностей; человеческого капитала, включая все формы его развития, в том числе улучшение условий труда и быта, обучение, развитие и др.) (таблица 2).

Реальные инвестиции играют ключевую роль в реализации экономической стратегии компании. В отличие от финансовых инвестиций (акций, которые могут быть проданы, обменены, заложены) они не являются высоколиквидными и мобильными. Более того, в большинстве случаев (за исключением вложений в материально-производственные запасы) они носят априори долгосрочный характер. Вместе с тем именно их грамотное планирование и развитие обеспечивает компании устойчивые, высококонкурентные позиции, снижая риски хозяйственной деятельности.

Т а б л и ц а 2 – Структура реальных инвестиций

Формы капитала корпорации	<i>Инвестиции реальные (нефинансовые, капиталобразующие)</i>
Внеоборотный	Вложения в основные средства: приобретение имущественных комплексов, новое строительство; реконструкция; модернизация; приобретение отдельных объектов основных средств и др. Вложения в нематериальные активы: – научные разработки, произведения литературы и искусства; программы для электронных вычислительных машин; изобретения; полезные модели; селекционные достижения; секреты производства (ноу-хау); товарные знаки и знаки обслуживания – деловая репутация, возникшая в связи с приобретением предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части) и др. Вложения в НИОКР и технологические работы Вложения в прочие внеоборотные активы
Оборотный	Вложения в оборотные активы, включая запасы материальных оборотных активов
Человеческий	Затраты на улучшение условий труда и быта работников Затраты на обучение и развитие персонала

Источник: составлено автором.

Если рассматривать реальные инвестиции с позиций получения прибыли от вложений, то они, безусловно, относятся к долгосрочным и это свойство позволяет охарактеризовать их как стратегические, формирующие горизонт долгосрочного развития любой компании, закладывающие фундамент устойчивого развития, рассматриваемого нами как главную цель хозяйствования (получение прибыли выступает как включенная цель). Они по определению не могут носить спекулятивного характера, как правило, не могут быть легко перемещены за пределы национальной юрисдикции (за исключением ПИИ), что и обуславливает их ведущую роль в формировании валового национального продукта.

Подчеркивает важность реальных инвестиций и анализ роли ПИИ (прямое иностранное инвестирование). Несмотря на то, что это более широкое понятие, включающее помимо вложений в основные

и оборотные активы еще и финансовые инвестиции в производства, расположенные за рубежом, общепризнано, что именно ПИИ являются наиболее эффективной формой как привлечения капитала, так и вложений отечественных компаний за рубежом. Определяющая роль прямых инвестиций для принимающих стран заключается в их долгосрочности и стабильности, кроме того, они в значительной степени снижают риски политических противоречий. Например, в условиях обострения внешнеполитической обстановки в 2014 г. взаимные санкции не были распространены на те предприятия, которые действуют в рамках иностранных юрисдикций и этот фактор оказался чрезвычайно важным как для зарубежных компаний (например, автопроизводителей, производителей пищевой продукции, действующих в России), так и для отечественных компаний, представленных в иностранных государствах.

Таким образом, резюмируя анализ природы, видов и инструментов реального инвестирования, можно сделать следующие выводы.

Реальные инвестиции представляют собой инвестиции, направленные на приращение любой из форм капитала компании (внеоборотного, оборотного, человеческого). Исходя из капиталобразующей функции реальных инвестиций, можно выделить следующие их виды: вложения в основные средства (приобретение имущественных комплексов, новое строительство, реконструкция, модернизация, приобретение отдельных объектов основных средств и др.); вложения в нематериальные активы (научные разработки, произведения литературы и искусства; программы для электронных вычислительных машин; изобретения; полезные модели; селекционные достижения; секреты производства (ноу-хау); товарные знаки и знаки обслуживания; деловая репутация, возникшая в связи с приобретением предприятия как имущественного комплекса (в целом или его части) и др.); вложения в НИОКР и технологические работы; вложения в прочие внеоборотные активы; вложения в запасы материальных оборотных активов; вложения в улучшение условий труда и быта персонала; вложения в обучение и развитие персонала.

Список использованных источников:

1. *Бехтерева Е.В.* Управление инвестициями: учебник. – М.: ГроссМедиа, РОСБУХ, 2008. СПС «Консультант плюс».

2. *Кузнецова В.А.* Инвестиции. – М., 2012.

3. *Бланк И.А.* Финансовый менеджмент. URL: <http://be5.biz/ekonomika/f013/12.htm#1>

4. *Корчагин Ю.А.* Широкое понятие человеческого капитала. – Воронеж, 2009.

5. *Блауг М. Денисон, Эдвард Ф.* // 100 великих экономистов после Кейнса / пер. с англ.; под ред. М.А. Сторчевого. – СПб.: Экономикс, 2009.

Д.А. Цысь

Финансовый университет

Научный руководитель:

Л.Л. Игонина, д.э.н., профессор

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ КАК ОСНОВНОЙ ИНСТРУМЕНТ ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В СИСТЕМЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Динамичность рыночной экономики, расширение масштабов рынка, ужесточение конкуренции и изменения покупательского спроса ставят перед предприятиями вопрос эффективности управления деятельностью, требуя решения стратегических, тактических и текущих задач.

Для выполнения таких задач необходимо надежное информационное обеспечение функций планирования, контроля и принятия управленческих решений. В обстановке меняющейся рыночной конъюнктуры необходимо прогнозировать ситуацию, предвидеть возможные изменения условий экономической и финансовой деятельности с помощью опережающего планирования и контроля, используя на практике систему бюджетирования.

Сама концепция бюджетирования не нова для отечественной экономики. В условиях плановой системы хозяйствования, в основе которой была общественная собственность на средства производства и государственное управление ресурсами, она применялась в практике финансирования государственных предприятий путем составления смет, денежных потоков.

Управленческий учет находится в тесной взаимосвязи со сметным (бюджетным) планированием и контролем, которые являются его составной частью. Происходящие на рынках изменения воздействуют на объемы производства и реализации продукции, в то же время влияют на объем издержек, отражаясь на прибыли. Управленческий учет (директ-кост) способствует своевременному выявлению отклонений фактических затрат от нормативных из предварительно составленных смет затрат и тем самым позволяет управ-

лять ими. Система стандарт-кост определяет основы управления издержками с помощью нормативов (стандартов).

Бюджетирование – это финансовое планирование, всесторонне охватывающее деятельность организации и позволяющее сопоставить произведенные расходы и полученные доходы (результаты) в финансовом выражении на будущий период.

Роль грамотно поставленной бюджетной системы нельзя недооценить. Она не только помогает усовершенствовать взаимодействие всех его подразделений, нивелировать развитие кризисных ситуаций, но и улучшает мотивацию персонала, повышает ответственность руководящего состава, прогнозирует финансовый результат. В соответствии с этим реализация процесса бюджетирования является основой для:

- планирования деятельности предприятия и принятия управленческих решений;
- всесторонней оценки финансового положения и тенденций развития организации;
- укрепления финансовой дисциплины и выстраивания четкого взаимодействия между подразделениями организации.

Бюджетирование как основной инструмент финансового контроля включает три важнейших блока [3]:

1) технология бюджетирования, определяющая виды и формы бюджетов, группу финансово-экономических показателей, порядок консолидации бюджетов подразделений;

2) организация процесса бюджетирования, предполагающая формирование финансовой структуры предприятия через определение центров финансовой ответственности, разработку и внедрение бюджетного регламента, последовательность этапов бюджетного процесса, график документооборота;

3) информационные технологии, помогающие моделировать различные сценарии развития финансового состояния предприятия, обрабатывать и интерпретировать фактические данные, необходимые для бюджетного контроля.

Чтобы избежать ошибок при внедрении системы бюджетирования, необходимо определиться в концепции – что даст предприятию этот инструмент и что в итоге хотят получить от него на выходе. Без единой стратегии развития компании, без четко сфор-

мулированного дерева целей, без привязки к управленческому учету – система бюджетирования будет никому не нужным инструментом. Поэтому процесс бюджетирования лучше всего построить по приведенной схеме [1]:

- 1) цели и стратегии бизнеса;
- 2) контрольные (целевые) показатели;
- 3) системы бюджетирования;
- 4) виды и форматы бюджетов.

Деятельность организации при формировании и исполнении бюджета регулируется действующим законодательством РФ о бухгалтерском учете, внутрикорпоративными разработками для ведения бюджетных форм и форм бюджетной отчетности, регламентами и положениями о бюджетах.

Бюджетный комитет как внутренний коллегиальный орган создается для принятия управленческих решений в части формирования и исполнения бюджета. Это связующее звено между акционерами компании и менеджментом, которое может объединять представителей различных структурных подразделений.

Задача бюджетного регламента – обеспечение возможности контроля формирования и исполнения бюджетов на различных уровнях управления.

В первую очередь формируются бюджеты отдельных структурных подразделений организации. ЦФО составляют локальные бюджеты, а в финансово-экономическом управлении сводят и формируют единый бюджет. После представления всеми филиалами и структурными подразделениями своих бюджетов (прогнозных и отчетных) составляются консолидированные бюджеты предприятия или компании в целом в соответствии с установленным бюджетным регламентом.

Какие же показатели характеризуют работу компании? Выделим основные моменты, по причине которых происходит внедрение системы бюджетирования и контроля, посмотрим, чем отличаются бюджеты друг от друга и почему они так нужны организации.

БДДС (бюджет движения денежных средств) наглядно показывает менеджменту компании ликвидность организации, платежеспособность организации, но самым интересным является конечно же понимание дефицита (или профицита) БДДС. БДДС позволя-

ет на раннем этапе финансового планирования деятельности организации предпринять шаги, которые обеспечат безусловную платежеспособность предприятия, и сделать предположение о постоянном равенстве между активами и обязательствами как по общей сумме, так и по срокам наступления.

БДР (бюджет доходов и расходов) характеризуется такими величинами, как прибыль и рентабельность организации (если позволяет аналитика, то в разрезе отдельного проекта). Эти два показателя позволяют наиболее полно понять эффективность производства, объем и качество произведенной продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Иначе говоря, БДР позволяет управлять эффективностью компании и помогает принимать решения при планировании и управлении деятельностью организации.

<i>Функции управления</i>	<i>Система бюджетирования</i>	<i>Система KPI</i>	<i>Единая система</i>
Мотивация и контроль	Экономия бюджетов по ЦФО	Достижение целевых значений KPI подразделением	Достижение целевых значений KPI центрами ответственности при экономии бюджетов

Более редкий документ на российских предприятиях – ББЛ (бюджет по балансовому листу), или более известный как Прогнозный баланс, показывает общий объем, структуру и способ финансирования активов организации.

Использование KPI (*Key Performance Indicator* – ключевой показатель эффективности в определенной деятельности) в последнее время стало одним из активно обсуждаемых управленческих вопросов. Системы KPI и системы бюджетирования, способствуя принятию управленческих решений, решают и собственные специфические задачи: одна – в области финансового, другая – в области стратегического управления. Однако наиболее эффективной в применении является единая система, совмещающая функции и задачи как KPI, так и бюджетного управления.

Таким образом, в практике распространен стандартный набор показателей типового уровня без специфичной принадлежности выбранной стратегии. Например, рентабельность капитала, основные финансовые результаты, а также стоимость бизнеса, текучесть

кадров актуальны для большинства организаций вне зависимости от стратегических направлений.

Финансовый показатель EVA (*Economic Value Added* – экономическая добавленная стоимость), информирующий пользователя о том, насколько изменилась стоимость компании, претендует на универсальность (независимость от отрасли, размера компании и типа выбранной стратегии).



Инструментом для определения важнейших факторов успеха являются KPI, как количественные показатели, выраженные в цифровой форме и специфичные для каждого из подразделений.



Таким образом, анализируя в текущем периоде или по завершении отчетного набор показателей для каждого из центров финансовой отчетности, можно сделать вывод о зонах для совершенствования и развития, а также определить ключевые факторы успеха, в значительной мере оказавшие влияние на общий результат финансово-хозяйственной деятельности.

Список использованных источников:

1. *Ван Хорн Дж. К., Вахович Дж.М.(мл.)*. Основы финансового менеджмента. 13е изд. – М.: Вильямс, 2010.
2. *Ковалев В.В.* Финансовый менеджмент: теория и практика. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Поспект, 2009.
3. *Кузнецов А.А.* Бюджетирование как инструмент финансового планирования // Экономика современного предприятия. 2011. № 8. URL: <http://www.esp-izdat.ru/?article=4762>
4. *Цупко А.А.* Организация внутрикорпоративного финансового контроля // Российское предпринимательство. 2011. № 6. Вып. 1 (185). С. 97–103.

ФАКТОРЫ РИСКА В УПРАВЛЕНИИ ФИНАНСОВЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

При должном управлении финансовыми потоками в бизнесе можно добиться значительных успехов. Экономисты считают, что недостаток финансов на предприятиях – это одна из важных проблем в российской экономике. Однако поиск решения данной проблемы показывает, что этот дефицит появился из-за низкой эффективности привлечения и использования денежных ресурсов, ограниченности финансовых инструментов, технологий и механизмов. При недостатке финансовых ресурсов особенно важны эти технологии и механизмы, ведь они всегда опирались на разработки финансовой науки и практики. Структурная схема проблем, вытекающих из некачественного управления денежными потоками представлена на рисунке 1.

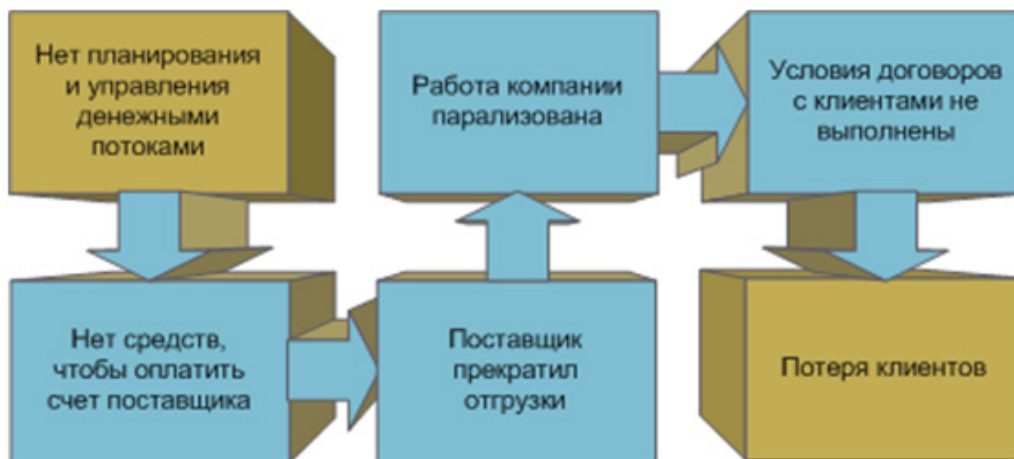


Рисунок 1 – Последствия некачественного управления денежными потоками

Каждая компания сама решает, какую стратегию использовать в современных условиях. Стратегия и тактика очень важны при управлении компании: при правильной стратегии создаются хо-

рошие возможности для решения тактических задач. Финансовая тактика компании имеет свои особенности:

- в момент реализации нужной финансовой стратегии используется ряд необходимых мер, приемов, способов;
- за короткое время имеется возможность откорректировать некоторые направления использования финансовых средств;
- при наименьших затратах можно реализовать основные цели компании.

Следовательно, управление денежными потоками является основным рычагом, с помощью которого можно добиться нужного результата и большей прибыли.

Управление денежными потоками предприятия в основном происходит поэтапно. Основные этапы – это балансировка, планирование, синхронизация выплат и расчетов нормального остатка денежных средств.

Планирование финансовых потоков способствует точному определению специалистом источников финансов и проведению анализа по их использованию, а также выявлению ожидаемых финансовых потоков. Таким образом, можно проанализировать перспективы роста и будущие потребности предприятия.

Первоочередными задачами планирования финансовых средств является изучение и проверка реальных источников поступления средств и обоснованности расходов, выявление возможной потребности в средствах. Существует два варианта составления плана движения финансов: прямой и косвенный.

Финансовая безопасность предприятия базируется на изменяющемся векторе оптимальных соотношений между активами организации и источниками их финансирования. При этом анализ финансовой безопасности организации позволяет ответить на вопросы:

- насколько организация является независимой с финансовой точки зрения;
- является ли финансовое положение организации устойчивым;
- эффективно ли используются финансовые ресурсы организации [4, с. 75–76].

На рисунке 2 отражена структурная схема движения финансовых потоков в основной и инвестиционной деятельности предприятия.

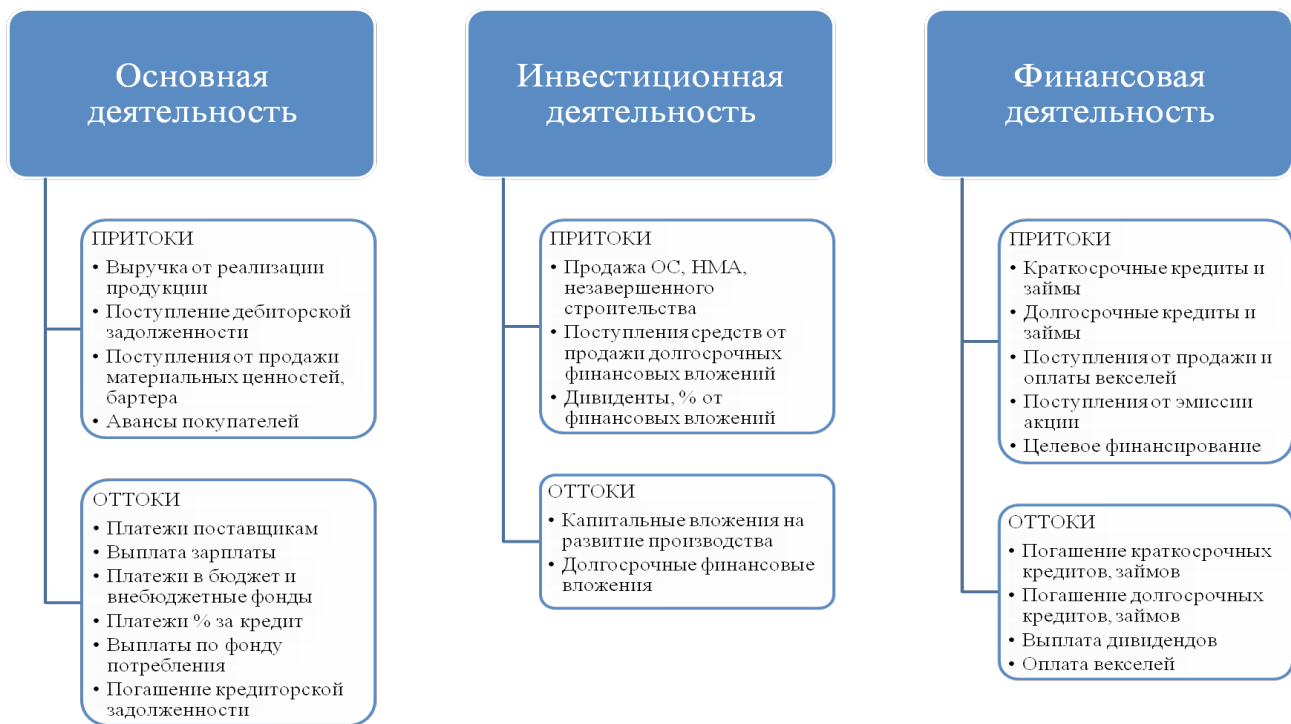


Рисунок 2 – Движение финансовых потоков предприятия

Роль каждого из звеньев на рисунке 2 важна, элементы основной, инвестиционной и финансовой деятельности взаимосвязаны между собой не только финансовыми потоками. Достаточно важна специфика производства (оказания услуг), маркетинговая привлекательность территории [2, с. 65] расположения поставщиков и потребителей предприятия в целях привлечения потенциальных клиентов. Основная деятельность предприятия позволяет обеспечить необходимыми денежными средствами все три вида деятельности. Она является главным источником финансов. Финансовая и инвестиционная деятельность нужны для поддержания развития основной и также обеспечивают ее нужными средствами. На рисунке 2 мы видим деление финансовых потоков на три вида.

Такое понятие как «Платежный календарь» существует не случайно. Он делится на различные временные интервалы (декада, месяц, квартал, год). Четкое соблюдение плана производственно-финансовой деятельности (платежного календаря), в котором календарно взаимосвязаны все источники денежных поступлений и расходы за определенный отрезок времени, становится залогом тактического успеха предприятия. Он полностью охватывает де-

нежный оборот предприятия; дает возможность увязать поступления денежных средств и платежи в наличной и безналичной форме; позволяет обеспечить постоянную платежеспособность и ликвидность. Чтобы добиться нужного результата при составлении календаря, достаточно контролировать различные движения денежных средств.

Календарь состоит из реальных информационных баз о финансовых потоках:

- договоры и акты сверки с контрагентами;
- счета-фактуры;
- документы о поступлении средств;
- платежные поручения;
- счета на оплату;
- графики отгрузки товара;
- графики выплаты зарплаты;
- внутренние приказы;
- состояние расчетов с дебиторами и кредиторами;
- установленные сроки.

В момент составления платежного календаря у нас имеется возможность решить следующие задачи:

- организация учета временной стыковки финансовых поступлений и расходов предприятия;
- создание информационной базы для контроля финансовых потоков и оттоков;
- каждодневный учет различных изменений в этой базе;
- изучение неплатежей, организация различных вариантов для их устранения;
- расчет нужды для краткосрочного финансирования;
- расчет свободных финансов организации;
- изучение рынка средств со стороны надежного и прибыльного размещения свободных финансов.

При разработке плана финансовых потоков могут возникнуть две основных проблемы – дефицит и избыток средств. При дефиците компания начинает испытывать трудности с выплатой задолженностей по кредитам, появляются задержки с выплатой заработной платы и задолженности поставщикам сырья и т.п. Все это снижает рентабельность компании и делает ее недееспособной. При

избытке происходит обесценивание, временно не использованных денег от инфляции, потеря возможного дохода. Все это тоже дает отрицательный эффект на компанию.

Поэтому, чтобы избежать этих проблем, нужно делать балансировку денежных средств по объему и по времени. Для решения задач оптимизации достаточно эффективно применение экономико-математических методов, а также методов моделирования криптосистем с диофантовыми трудностями [3, с. 212–213], позволяющих разбивать множество анализируемых объектов по классам и соблюдать режим конфиденциальности.

Синхронизация и выравнивание – два метода для улучшения финансовых потоков во времени. Балансировка дефицита финансов происходит за счет:

- уменьшения затрат;
- привлечения новых капиталов;
- уменьшения инвестиций.

Балансировка избытка финансов происходит за счет:

- увеличения инвестиций;
- расширения или диверсификации деятельности компании;
- досрочного погашения кредитов.

Неправильное управление денежными потоками можно наблюдать на примере работы небольшой фирмы Тимашевского района Краснодарского края, филиал которой располагался в Темрюке. Налаженный бизнес стал давать сбои, филиал прекратил свое существование. При анализе движения финансовых потоков филиала были сделаны попытки проверить коррупционный сговор [1], однако истинная ошибка фирмы оказалась в неумении эффективно управлять избыточными (по мнению руководства фирмы) финансовыми ресурсами: не была вовремя проведена балансировка потока, ситуация перешла в критическую, после чего предпочли закрыть филиал.

Анализ подобных ситуаций позволяет сделать вывод о важности качественного управления денежными потоками, учета факторов финансового риска [5], связанных в том числе и с неумением внутреннего менеджмента управлять своей компанией. Не нужно забывать и о важных рычагах в организации финансового менеджмента.

Список использованных источников:

1. Альпидовская М.Л., Зададаев С.А. Моделирование условий вступления в коррупционный сговор // Региональная экономика: теория и практика. 2008. № 33. С. 13–18.

2. Константириди Х.А., Зинченко Н.В. Конкурентоспособность региональной экономической системы // Современная мирохозяйственная система: проблемы конкурирования и взаимовыгодного сотрудничества в экономической и правовой сферах: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Краснодар, 2014. С. 63–66.

3. Осипян В.О., Спирина С.Г., Арутюнян А.С., Подколзин В.В. Моделирование ранцевых криптосистем, содержащих диофантову трудность // Чебышевский сборник. 2010. Т. 11. № 1. С. 209–216.

4. Рубина Р.Я., Рубин А.Г. Экономическая безопасность предприятия: концепции, внутренняя структура, тенденции в области обеспечения // Организатор производства. 2009. Т. 41. № 2. С. 75–78.

5. Спирина С.Г. Анализ социально-экономического развития Краснодарского края // Terra Economicus. 2006. Т. 4. № 4–2. С. 273–277.

Раздел 4

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА В ПРАКТИКЕ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Д.Н. Бесклубная

*Кубанский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма*

*Научный руководитель:
С.С. Воеводина, к. пед.н., доцент*

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Актуальность темы исследования мы рассматривали с позиции значения современного предпринимательства в формировании доходной части регионального бюджета и создания благоприятных условий для ее развития.

Цель исследования – выявление проблем и определение перспектив развития современного предпринимательства на основе его стимулирования с учетом вида экономической деятельности.

В результате анализа литературы и российского законодательства по теме исследования установлено, что важное значение в развитии современного предпринимательства имеет его государственное регулирование, влияющее на налогообложение и организационно-экономический механизм управления.

Так, по результатам международного мониторинга развития предпринимательства, Россия находится на 112 позиции, а по показателю «налогообложение» – на 64 (таблица 1). Общая налоговая ставка в России составляет 54% от прибыли [1].

Высокий уровень налогообложения является одной из причин закрытия бизнеса в течение года с момента его создания (рисунок 1).

Таблица 1 – Динамика рейтинга «Ведение бизнеса. Налогообложение» в России в 2005–2011 гг. [1]

Оцениваемый год	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	DB 2007	DB 2008	DB 2009	DB 2010	DB 2011	DB 2012	DB 2013
Позиция России в общем рейтинге «Ведение бизнеса»	96	106	120	116	124	118	112
в т. ч. «Налогообложение»	98	130	134	103	107	94	64

По данным международного мониторинга, количество российских предпринимателей, сумевших продержаться на рынке более трех лет, составляет 3% [2]. Закрытие бизнеса в основном происходит по финансовым причинам, из-за его нерентабельности (40%) [1].

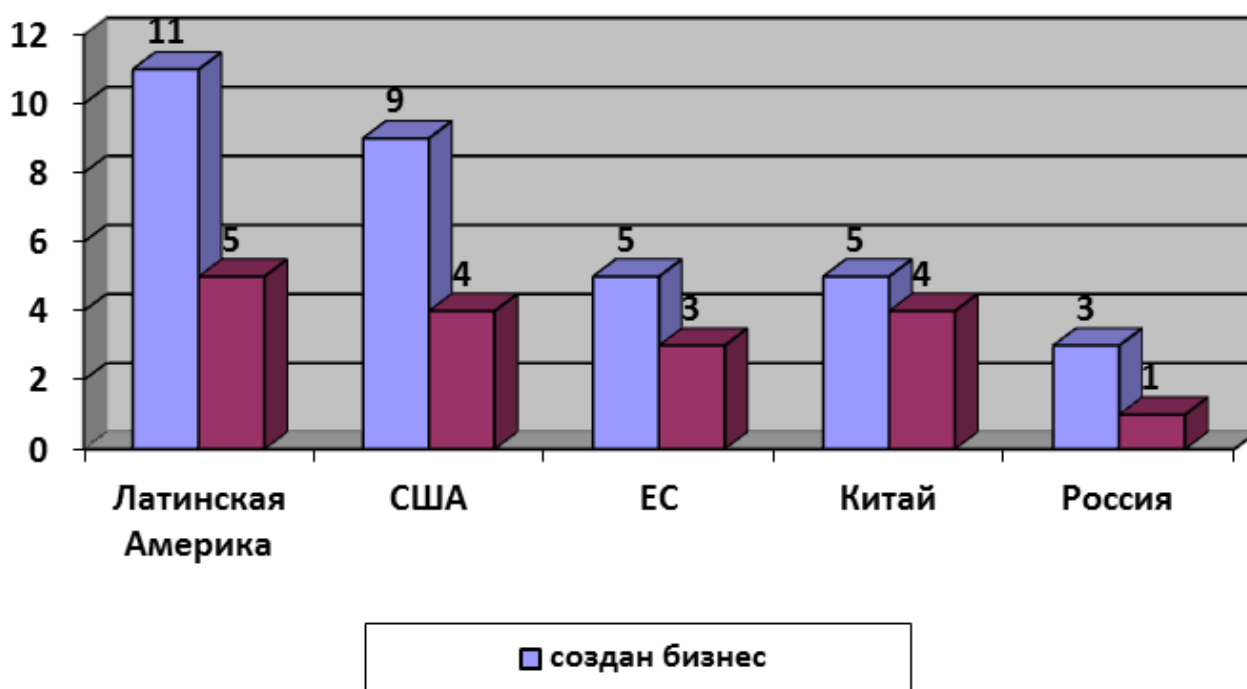


Рисунок 1 – Процент населения, открывшего и закрывшего бизнес в течение одного года, 2013 г.

Используя статистические данные, мы проанализировали демографию предприятий в Краснодарском крае (рисунок 2).

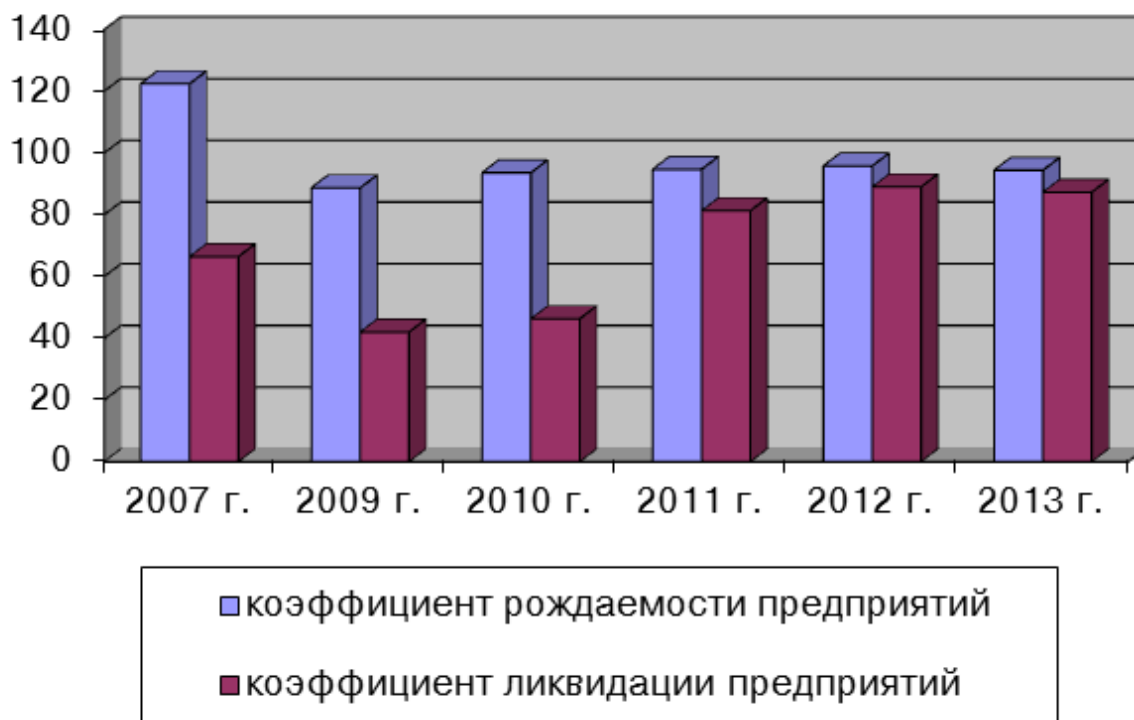


Рисунок 2 – Демография предприятий в Краснодарском крае [2]

Мы наблюдаем тенденцию снижения создания организаций с 2007 г., а с 2009 г. – незначительное увеличение числа созданных предприятий и динамику увеличения количества ликвидированных предприятий.

Наиболее привлекательные виды экономической деятельности в практике современного предпринимательства – это торговля, строительство, транспорт и связь, социальные услуги (таблица 2).

Таблица 2 – Создание предприятий в регионе по видам экономической деятельности в 2013 г. [2]

<i>Виды экономической деятельности</i>	<i>Создано предприятий, ед.</i>	<i>Из них впервые, ед.</i>
Всего	2362	2062
<i>из них:</i>		
– сфера торговли	602	581
– строительство	173	157
– транспорт, связь	176	137
– социальные услуги	117	102

Следует отметить, что регион получил в 2013 г. более 800 млн руб. (федеральные субсидии) на государственную поддержку предпринимательства, больше, чем другие регионы Южного федерального округа (рисунок 3).

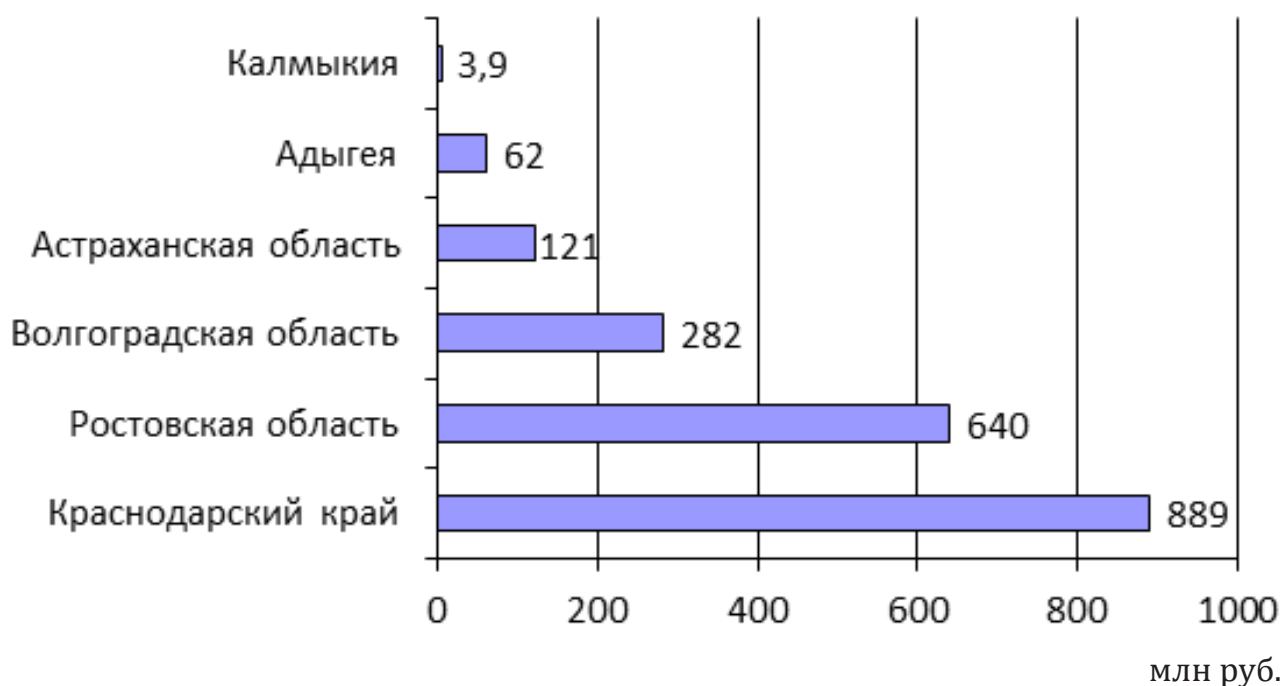


Рисунок 3 – Объем федеральных субсидий на государственную поддержку предпринимательства по регионам ЮФО, 2013 г. [3]

В рамках программы экономического стимулирования бизнеса на Кубани следует отметить деятельность следующих структур:

- Управления по развитию малого и среднего предпринимательства в крае, на сайте которого представлена анкета для предпринимателей в целях выявления фактов нарушения законодательства в данной сфере и разработки форм поддержки хозяйствующих субъектов;
- Фонда микрофинансирования субъектов малого и среднего предпринимательства и Гарантийного фонда поддержки предпринимательства в крае.

Условия выдачи Фондом микрозаймов в зависимости от предпринимательской деятельности представлены в таблице 3.

Гарантийный фонд работает с 21 банком в регионе и предоставляет поручительство по банковским кредитам (даже при недостаточной залоговой базе).

Т а б л и ц а 3 – Микрозаймы, выдаваемые Фондом микрофинансирования

Условия выдачи микрозайма	Сумма	Срок предоставления	Процентная ставка
<i>Микрозайм для начинающих «Старт»</i>			
– регистрация в налоговом органе за 12 мес. до подачи заявления о получении микрозайма	от 100 тыс. до 500 тыс. руб.	от 3 до 12 мес.	Ставка рефинансирования Банка России – 1%
– осуществление хозяйственной деятельности не менее 3 мес. на дату подачи заявления			
– наличие расчетного счета в кредитной организации			
– хозяйствующий субъект не должен являться участником (учредителем) других юридических лиц			
– поручительство двух лиц			
<i>Микрозайм «Бизнес оборот»</i>			
– регистрация в налоговом органе за 12 мес. до подачи заявления о получении микрозайма	от 100 тыс. до 1 млн руб.	от 3 до 12 мес.	10% годовых
– осуществление хозяйственной деятельности более 6 мес. на дату подачи заявления			
– наличие расчетного счета в кредитной организации			
– залог имущества и поручительство одного лица			
<i>Микрозайм «Бизнес-Инвест» (выдается для приобретения производственного, торгового оборудования, строительства, ремонта помещений)</i>			
– регистрация в налоговом органе за 12 мес. до подачи заявления о получении микрозайма	от 100 тыс. до 1 млн руб.	от 3 до 12 мес.	Ставка рефинансирования Банка России
– осуществление хозяйственной деятельности более 6 мес. на дату подачи заявления			
– наличие расчетного счета в кредитной организации			
– залог имущества и поручительство одного лица			

Для выявления проблем и определения перспектив развития современного предпринимательства в регионе мы провели опрос предпринимателей (n = 52) по следующим позициям:

1. Возможные выгоды для региона от развития бизнеса.

Так, большинство респондентов (59%) считают, что развитие бизнеса позволяет увеличить доходы бюджета (рисунок 4).

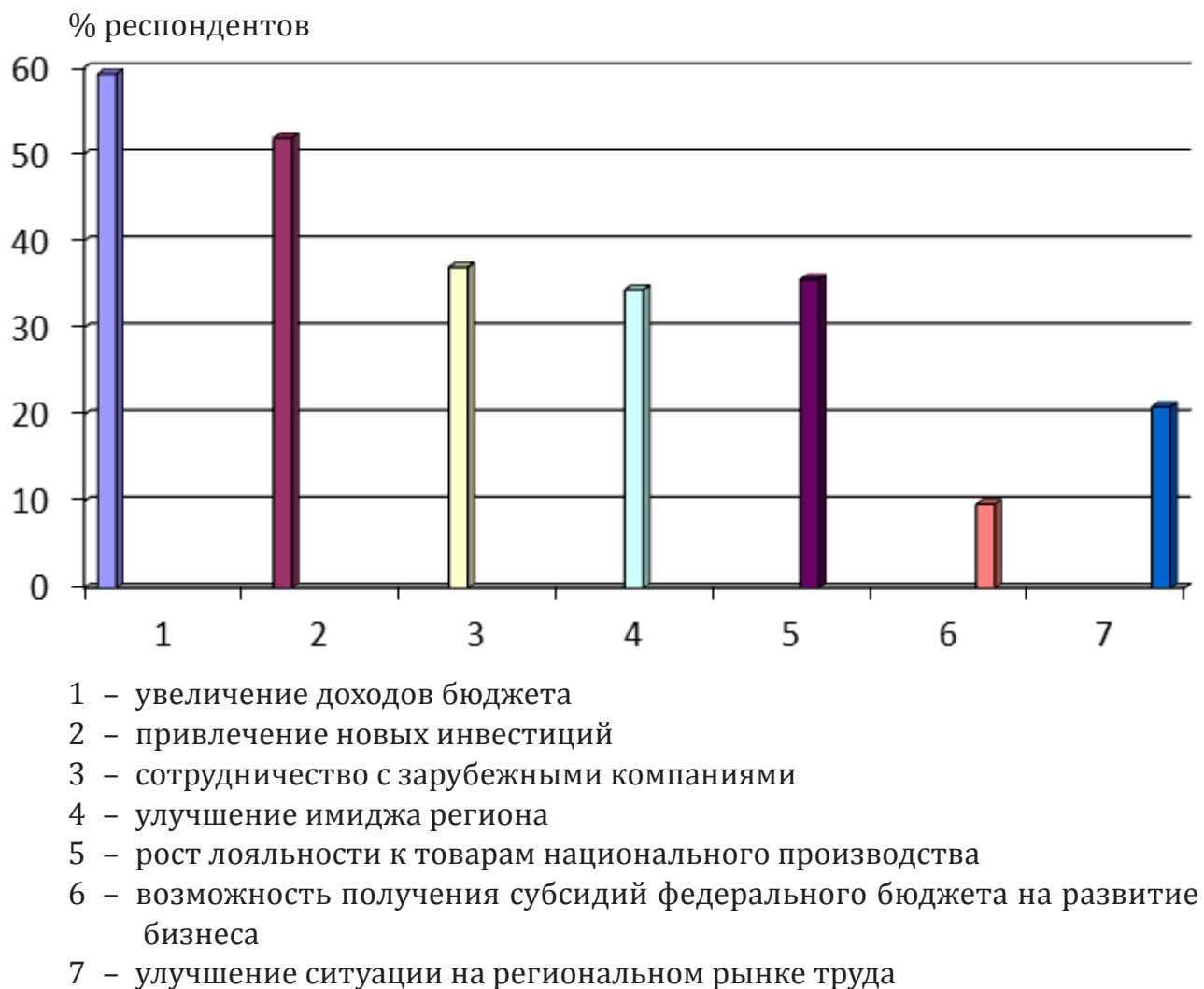


Рисунок 4 – Результаты опроса о преимуществах для региона от развития предпринимательства, %

2. Проблемы бизнеса.

42% респондентов отметили ухудшение своего финансового состояния за последний год, у 40% оно осталось без изменений, об улучшении говорят 16% респондентов (рисунок 5).

Серьезной проблемой 34% респондентов назвали рост цен на топливо, электроэнергию, 22% – нестабильную налоговую поли-

тику (рисунок 6). Высокая конкуренция со стороны других участников рынка беспокоит 28% респондентов, 16% отмечают дефицит квалифицированных кадров.

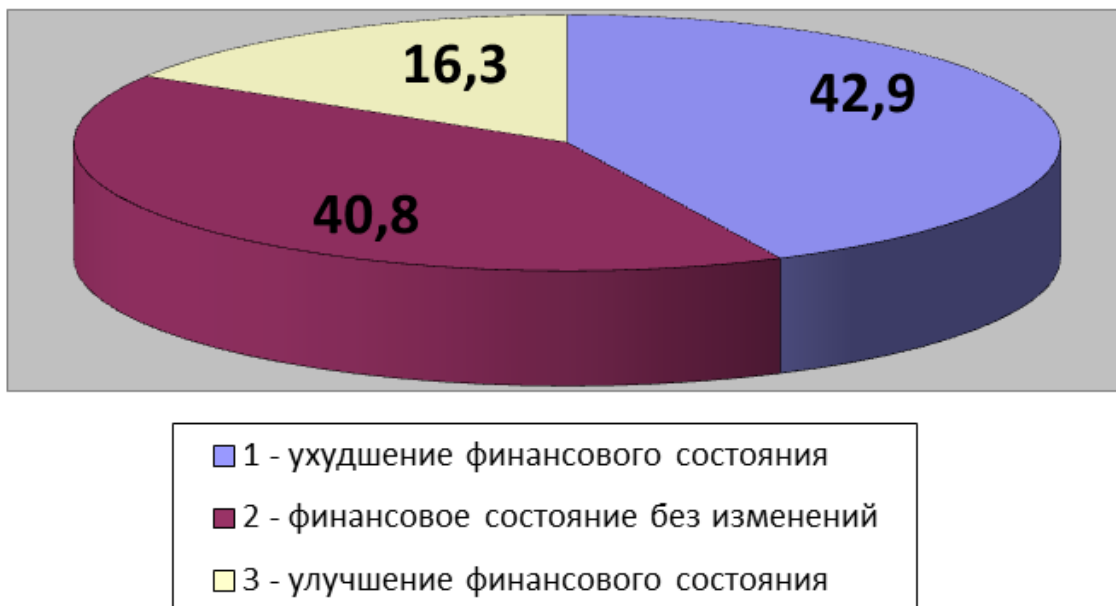
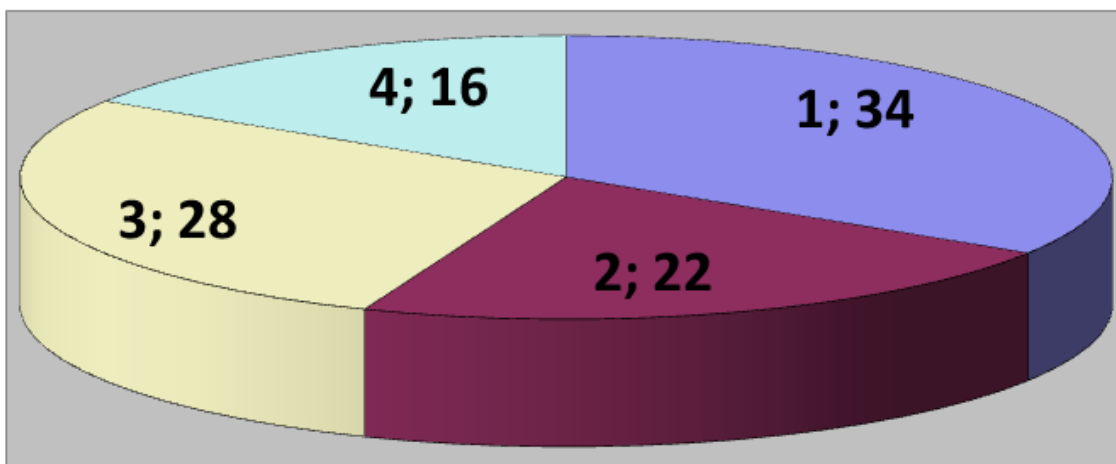


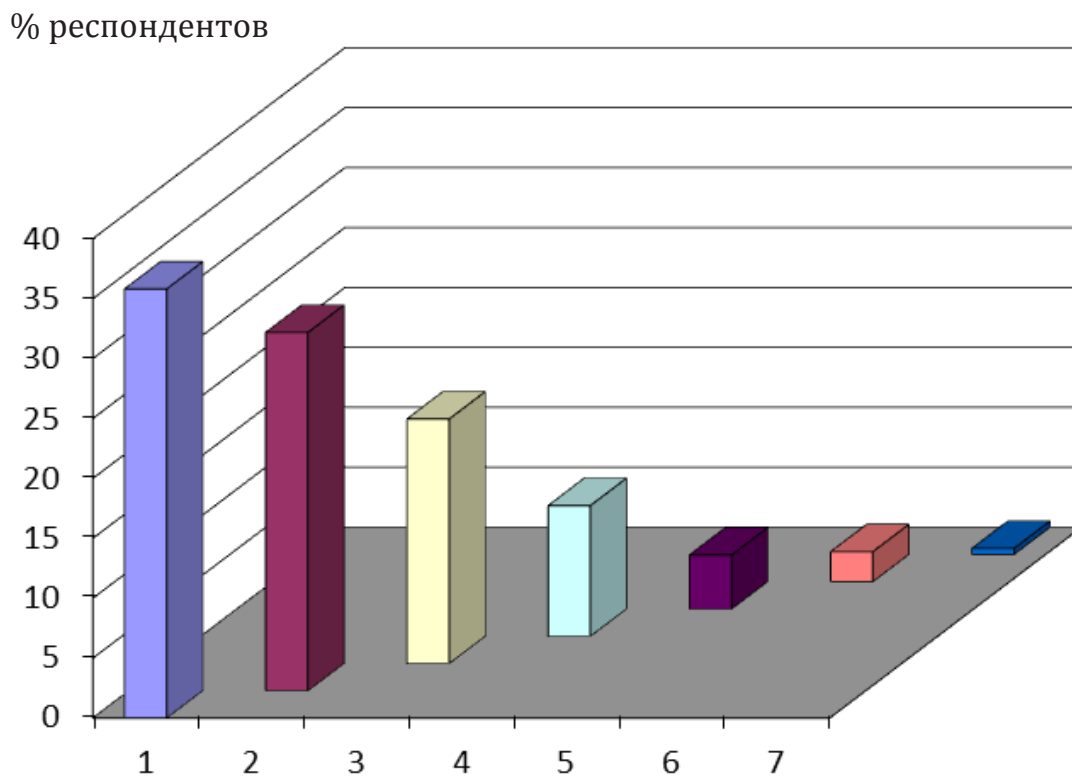
Рисунок 5 – Результаты опроса о финансовом состоянии бизнеса, %



- 1 – рост цен на топливо, электроэнергию
- 2 – нестабильная налоговая политика
- 3 – конкуренция
- 4 – дефицит квалифицированных кадров

Рисунок 6 – Результаты опроса о проблемах бизнеса, %

Проблемы, которые предприниматели чаще всего решают с помощью судебных разбирательств, имеют отношение к бизнесу – 36%, взаимоотношения с органами власти – 30%, проблемы собственности – 20%, проблемы договорных отношений – 11% (рисунок 7).



- 1 – взаимоотношения в среде бизнеса
- 2 – взаимоотношения с органами власти
- 3 – проблемы собственности
- 4 – проблемы договорных отношений
- 5 – проблемы инфраструктуры бизнеса
- 6 – защита деловой репутации
- 7 – банкротство

Рисунок 7 – Результаты опроса о проблемах бизнеса, решаемых в суде, %

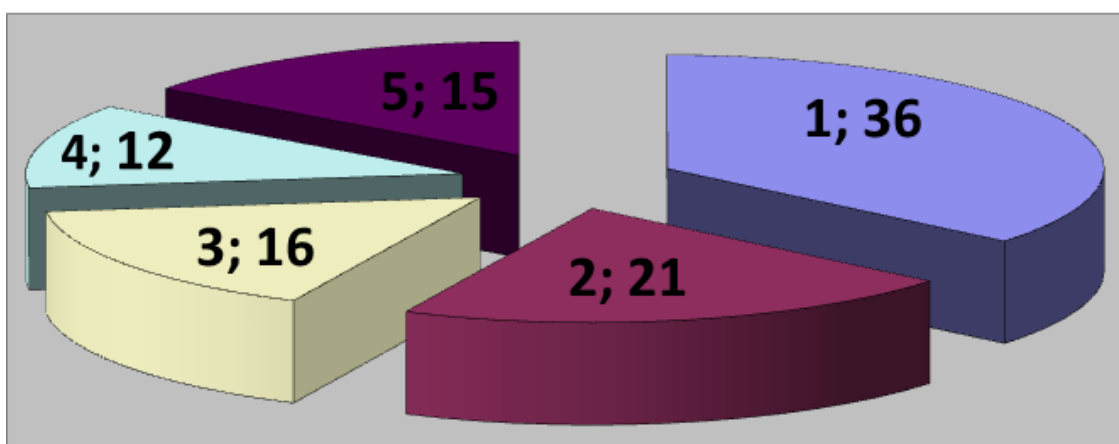
3. Третья позиция – направления совершенствования предпринимательской деятельности (рисунок 8):

- льготное кредитование (36% респондентов), снижение уровня налогов (21%) (при этом респонденты считают, что сами по себе налоговые режимы достаточно просты при администрировании);
- гарантии банковских кредитов (16%);
- льготная аренда производственных помещений (12%);
- совершенствование бухгалтерского и налогового учета (15%).

Большинство респондентов (69%) считают, что государственная поддержка бизнеса необходима на всех этапах его развития, 27% полагают, что помогать надо только на начальном этапе, 4% заявили о том, что государственная поддержка не нужна.

Таким образом, говоря о перспективах развития предпринимательства в крае, следует иметь в виду, что хозяйствующие субъекты рассчитывают на экономическую поддержку со стороны региональных органов власти.

Вместе с тем они не достаточно информированы о мерах финансовой поддержки тех видов деятельности, развитие которых в регионе является приоритетным. Большинство из них заняты в сфере торговли, несмотря на то, что конкуренция в этом виде деятельности самая жесткая. Лишь единицы из числа участников опроса рассматривают смену основного вида деятельности в качестве перспективы развития бизнеса.



- 1 – льготное кредитование
- 2 – снижение уровня налогообложения
- 3 – гарантии банковских кредитов
- 4 – льготная аренда помещений
- 5 – бухгалтерский и налоговый учет

Рисунок 8 – Направления совершенствования государственной поддержки хозяйствующих субъектов

Список использованных источников:

1. Глобальный мониторинг предпринимательства в России. URL: <http://novostimb.ru/news/2014/01/21>
2. Предпринимательство. Институциональные преобразования в экономике. Официальная статистика. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/reform
3. Малое и среднее предпринимательство Краснодарского края. URL: <http://www.mbkuban.ru>

Е.В. Валько

Кубанский государственный университет

*Научный руководитель:
С.Г. Спирина, к.юр.н., доцент*

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ УДАЧНОГО ВИРУСНОГО МАРКЕТИНГА

Вирусный маркетинг – это одна из техник в маркетинге, которая сейчас активно применяется в области интернет-рекламы.

Смысл термина «вирусный маркетинг» довольно точно передает выражение «сарафанное радио». Основная суть вирусного маркетинга заключается в создании контента (текстового формата, видео, аудиозаписи, фотографии, рисунка и т. д.), который сможет понравиться и настолько заинтересовать пользователей, что они сами будут распространять его среди своих знакомых. Получается, что распространение вирусной рекламы идет не как привычно от самой рекламы к потребителю, а от одного возможного потребителя к другому. Считается, что в среднем каждый пользователь передает заинтересовавшую его информацию еще трем своим знакомым, что и создает «вирусный» эффект распространения. В этом случае контакт с брендом находится под властью пользователей, которые распространяют информацию, поэтому доверие к такой информации чрезвычайно высокое. В этом и есть основное преимущество вирусного контента. Вместе с тем рекламодатель может посчитать этот самоконтроль слишком рискованным из-за того, что пользователи могут не только не пересылать данный контент, но и негативно о нем отзываться, ухудшая тем самым имидж бренда.

По мере того как растет доступность и скорость интернет соединения, количество пользователей, обменивающихся информацией, становится больше, одновременно с этим увеличивается и популярность вирусной рекламы. Благоприятно на развитие вирусного маркетинга влияет и возрастающая популярность разных социальных сетей, блогов и онлайн сообществ, где вирусная реклама лучше всего распространяется. В итоге всего за пару лет возможности вирусного маркетинга в Интернете увеличились в разы.

Чтобы побудить человека к покупке какого-нибудь продукта, нужно сначала создать у него потребность в этом продукте. В Интернете люди часто делятся теми ссылками, которые считают интересными, которые на подсознательном уровне затрагивают сферу их интересов и потребностей [1]. Из этого следует, что правильно сделанный вирусный контент может актуализировать проблему, которую призван решить продукт.

Как определить, чего хочет ваша целевая аудитория и создать успешную вирусную компанию? Однозначного ответа на этот вопрос нет, но мы сформулировали некоторые общие правила, которые свойственны удачным вирусным компаниям.

Важно вызвать у аудитории интерес и вовлечь ее в активное восприятие. Для этого нужно определить, что важно для вашей целевой аудитории, какие вопросы считаются проблемными и использовать полученную информацию для создания контента, который сможет заставить читателя задуматься. Можно также предложить взглянуть на надоевшую проблему, но под другим углом. Ключевым фактором здесь является то, что когда мы видим контент, который заставляет нас остановиться и подумать над чем-то, мы хотим поделиться этим опытом с другими.

Бренд должен быть интегрирован с рекламой. Делая рекламу запоминающейся важно связать ее с конкретным брендом или идеей. Бывают случаи, когда реклама становится вирусной и набирает большое количество просмотров, но связь с брендом слишком неявная и в итоге труд и средства, затраченные на ее создание, не оправдывают себя. В такой вирусной рекламе содержание перекрывает сообщение о рекламируемом продукте, поэтому реклама не приносит желаемого успеха. Зрители должны запомнить рекламу, которую они смотрят, следовательно в рекламе обязательно нужно упомянуть, что именно вы рекламируете, и желательно – неоднократно [3].

Также существенно, чтобы реклама была не похожа на другие, так как на данный момент одним из наиболее важных креативных факторов успешной вирусной рекламы является специфичность и оригинальность. Чтобы контент действительно стал вирусным, нужно предложить что-то новое. Чем необычней и запоминающейся будет ваш контент, тем меньше вы потратите средств и усилий на продвижение вирусной рекламы. Этого нелегко добиться и именно по этой причине количество удачной вирусной рекламы не так высоко.

Немаловажным является максимально широкое распространение вирусной рекламы так называемый «широкий посев». Интернет – это довольно расплывчатая среда, поэтому важно позаботиться как о качестве, так и о количестве «посева». На данный момент одними из самых подходящих каналов для распространения вирусной рекламы являются социальные сети. Даже если ваш контент стал популярным, например в «ВКонтакте», он достаточно быстро появится на «Facebook», «Одноклассниках», «ЖЖ» и распространится по Интернету. По этой причине для быстрого распространения нужно по возможности использовать как можно больше каналов, а не отдавать предпочтение чему-то определенному.

Одним из главных аспектов продвижения вирусной рекламы является упрощение ее поиска, который должен быть простым и удобным. Любая информация может пройти мимо пользователей, если не получится правильно привлечь к ней внимание. Большую роль в этом играет заголовок, поскольку прежде всего именно на него обращают внимание. Названия должны быть простыми, связанными с наиболее важными чертами и особенностями данного контента. Чаще всего, в заголовке используется название бренда, но даже в этом случае эмоции играют немаловажную роль. Они в значительной степени влияют на вероятность просмотра вирусного ролика.

Для вирусной рекламы важно, чтобы пользователи хотели ее обсуждать. Под вирусным распространением рекламы подразумевается состояние, когда пользователи готовы самостоятельно пересылать ваш контент своим знакомым. У некоторых такой потенциал (способность вызвать обсуждение и готовность переслать ролик) определенно выше, чем у других.

Некоторые специалисты считают, что вирусная реклама не должна быть похожа на рекламу. Это не совсем верное утверждение. Нередки случаи, когда пользователи осознанно делятся между собой рекламными роликами, понимая, что делятся именно рекламой. Ярким примером тому являются ролики на «YouTube», которые набирают от нескольких тысяч до миллионов просмотров. В связи с этим можно предположить, что явная рекламность не портит контент. Главное, чтобы сам контент был интересным и мог вызывать желание поделиться им.

На территории Краснодарского края существует ряд системных проблем [2, с. 100], которые ослабляют и сдерживают развитие инноваций, в том числе в маркетинге. Важно отметить, что вирусная реклама не будет считаться таковой, пока ее распространением не начнут заниматься сами пользователи, и даже после этого она не будет вирусной, если ее распространение не будет расти экспоненциально (в геометрической прогрессии), т.е. согласно следующей функции: $y(x) = e^{a \cdot x}$.

По нашему мнению, главный вывод, который можно сделать, проанализировав успешные компании вирусного маркетинга, заключается в том, что основой любой успешной вирусной рекламы являются эмоции. Контент должен вызывать ощутимую эмоциональную реакцию. Люди чаще всего делятся именно тем контентом, который смог вызвать у них сильные эмоции. Большая часть успешных вирусных компаний затрагивает такие эмоции, как тревога, гнев, восторг. Если ваш контент сможет вызвать эти чувства у пользователей, это повлечет сильный эмоциональный всплеск, который в свою очередь значительно повлияет на скорость распространения вирусной рекламы.

Список использованных источников:

1. *Пшениснова С.Р.* Развитие рынка труда России. – Краснодар, 2011.
2. *Константиниди Х.А., Константиниди Э.В.* Маркетинг территорий как инструмент формирования инвестиционной привлекательности региона: опыт, проблемы, перспективы (на примере Краснодарского края) // Проблемы достижения экономической эффективности и социальной сбалансированности: императивы, правовые хозяйственные механизмы: сборник. – Краснодар, 2014. С. 97–101.
3. Повышение продаж с помощью вирусной рекламы. URL: <http://biznes-prost.ru/povyshenie-prodazh-s-pomoshhyu-virusnoj-reklamy.html>
4. *Сорокожердьев В.В., Константиниди Х.А., Бугакова Н.П.* Экономико-правовые аспекты реализации стратегии модернизации России и достижения целей эффективного развития // Экономическая наука современной России. 2014. № 3 (66). С. 173–177.
5. *Спирина С.Г.* Экономико-математические методы в управлении финансовыми потоками: монография. – М., 2008.

Я.В. Вавилов

Финансовый университет
(Краснодарский филиал)

Научный руководитель:
М.А. Воробьева, к.полит.н.

САМООПРЕДЕЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ: ПРИКЛАДНОЙ АСПЕКТ

Статистика выживания «новых» организаций в России, по словам партнера компании «Налоговик» Сергея Варламова, формирует следующую картину: «порядка 95% стартапов умирает еще в первый год». Согласно данным, которые были получены в результате мониторинга темы выживания малого и среднего бизнеса, проведенного в Европе «Высшей школой менеджмента СПГУ», Центром предпринимательства и компанией «ЕУ», лишь три российских предприятия из ста могут просуществовать свыше трех лет. Именно эти данные и послужили побудительным мотивом проведения исследования и написания этой статьи [4].

Цель данного исследования – увеличить шансы на победу начинающих бизнесменов, определив проблемы «молодого» предпринимателя, проанализировать его деятельность, используя концепции жизненного цикла компании. Согласно этой концепции, компания проходит четыре стадии развития, прежде чем предприниматель достигнет успеха: стадия 0 «Предпринимательский приступ»; стадия I «Детство: стадия Специалиста»; стадия II «Стадия взросления» и заключительная стадия III «Зрелость. Подход предпринимателя» [3, с. 27]. Объектами нашего исследования были взяты проекты начинающего бизнесмена Вавилова, а также такие успешные проекты, как *Google, Apple, McDonald's, Standard Oil*.

Стадия 0 «Предпринимательский приступ»

Причиной выбора в пользу открытия своего дела может стать любой импульс: в очередной раз не хватило средств на исполнение желания или реализацию какой-то потребности; очередной платеж

в банк или твой друг – предприниматель купил очередную квартиру, в то время когда ты «погибаешь» под «массой» ипотеки; бесконечные конфликты с руководством на работе или абсолютное несогласие с политикой компании, где ты работаешь; личные амбиции или попавший в руки стимулирующий материал, вроде документального фильма «секрет» – все что угодно...

Приходит момент, когда ты решаешь, что пришло время изменить жизнь! Собираешь деньги и регистрируешь свою компанию, которая должна реализовать все твои мечты...

На практике

Свой импульс Вавилов «поймал» в конце 2006 года. Шел седьмой месяц его трудовой деятельности в компании ООО «Сервис Копир», в должности мастера по ремонту и обслуживанию оргтехники. Ему шел 21 год. Машины у него не было, но очень хотелось. Получив очередную зарплату, он отлично понял, что вероятность исполнения его мечты – сотые доли процента.

С этим надо было что-то делать. Менять место работы смысла не было: он знал, что его коллеги на других предприятиях получали приблизительно столько же. Так, логически поразмыслив, он пришел к выводу, что идеальное решение – это создать свой «бизнес». Так и поступил.

Стадия I

«Детство: стадия Специалиста»

Что объединяет всех, кто только начал свое дело – это их прошлое. Это люди, которые до этого работали на кого-то другого, не на себя. Они могли быть кем угодно, например, менеджерами по продажам или банковскими клерками, врачами, учителями, и т.д. Главным фактором, объединяющим этих совершенно разных людей, является то, что все они были специалистами узкого профиля.

Сущность специалиста

Его кредо: «Если хочешь, чтобы дело было сделано правильно, сделай его сам». Максимум удовольствия ему доставляет сам рабочий процесс, который он понимает и может контролировать. Именно с этим связан его образ мышления. Его не интересуют идеи сами по себе, ему интересно то, «как это сделать». Для специалиста все идеи

должны сводиться к уровню методического пособия, только в таком виде они представляют какую-то ценность. Он – ярый индивидуалист, защищающий свои взгляды и живущий только настоящим. Для него чужд системный подход в создании предприятия, «система», в его понимании, бесчеловечна, холодна, неэмоциональна и обезличена, она нарушает его индивидуальность.

«Бизнес» специалиста

В бизнесе он видит возможность создания таких условий, которые позволят ему самому контролировать свою работу, цель которой заключена в ее виртуозном исполнении, следствием чего будут массы благодарных клиентов, щедро вознаграждающих вложенные усилия.

Отличительной особенностью такого «бизнеса» является то, что всё предприятие – это он сам. Отпуск, больничный, личная жизнь – все останавливается и перестает существовать.

Жизненный цикл компании специалиста

Как и раньше, есть работа, которую нужно выполнять, но специалисту большего и не надо – его характерная черта – трудолюбие. Кроме того, теперь он старается для себя и с удовольствием отдает работе 10–12–14 час. в сутки, что делает его счастливым.

Вместе с тем ему приходится теперь делать то, чем раньше он не занимался. Он не только создает свой товар, но и ведет бухгалтерию, ищет новых клиентов, работает администратором, отвечает на звонки, сам осуществляет доставку товара клиенту, уборку рабочих и торговых помещений.

Некоторое время ему это удастся. Клиенты возвращаются, рассказывают своим друзьям об удивительном месте, где создают «шедевры». У тех, в свою очередь, есть свои знакомые... И вот они все говорят о Вас. Поток желающих становится больше. Специалист в восторге.

Но в какой-то момент что-то становится не так. Появляются задержки со сроками выполнения работ. Спешка приводит к потере качества исполнения. Отношения с клиентами портятся. Учет, который когда-то производился каждый день, сокращается до одного раза в неделю, потом в месяц, а вскоре перестает вестись совсем. Денежные потоки больше не контролируются. Нарушается порядок и

сроки подачи отчетностей в налоговые и другие государственные органы. Это далеко не все беды, присущие этому периоду.

Какова реакция специалиста на происходящее? Он работает еще усерднее, тратя еще больше времени и энергии – иначе он не умеет. В конечном счете его ждет разочарование, потому что в природе не существует способа, чтобы самостоятельно все это сделать в положенные сроки, – как ни крути, а в сутках только 24 часа.

Итак, клиенты начинают понимать: что-то изменилось. Сначала они возмущаются, требуя вернуть прежнее качество, но их ожиданиям не суждено сбыться. Обратившись еще один–два раза, они видят только ухудшения. После чего клиенты уходят и больше не возвращаются, а вместе с ними их знакомые и знакомые этих знакомых... Бизнес разрушается.

В этой точке специалист имеет две возможности: первая – закрыть предприятие и вернуться в строй наемных работников, вторая – осознать необходимость нового подхода и продолжить путь предпринимателя [3, с. 19].

*От теории к практике
«Открытие»*

2007 год. Вавилов и два его друга (коллеги) зарегистрировали свою первую компанию ООО «Гемма» (в переводе с латинского – драгоценный камень), оказывающую услуги по ремонту и обслуживанию оргтехники. Арендовали помещение. Повесили обозначающие вывески. Закупили инструмент, оборудование, кассовый аппарат и немного расходного материала на первое время. Повесили график работы на вход. Все, бизнес готов! Это было грандиозное событие. Они были действительно счастливы. Впереди их ждало великое будущее.

«Знакомство с реальностью»

Они приходили на работу и ждали заказов... Сказать, что их было мало – это ничего не сказать, 1–2 за весь день, а то и не одного. Денег не было совсем, даже на аренду, они уходили в долговую яму... Было непонятно – ведь еще вчера они «погибали» от огромного количества работы, а теперь ее практически не было. На ум приходило только одно: необходимо потерпеть, пока о них узнают и тогда все наладится. И сейчас этим занимаются уже имеющие

еся у них клиенты, «трубя» всем о них, ведь каждый, кто приходил к ним со своей проблемой, уходил счастливым, каждый принтер и картридж рассматривался ими как шанс обрести нового клиента, при этом цены были ниже среднерыночных.

В этом режиме они работали следующие три месяца. Особых изменений не было, единичные работы – не более. Атмосфера была сложная. Поддавшись эмоциональному порыву, их покидает первый член команды. Их осталось двое...

Новые решения

Долги росли... Стало очевидно, что надо что-то менять. Теперь они разграничили обязанности. Вавилов взял на себя техническую работу и обслуживание клиентов, которые приходили сами, его партнер – выездную работу, поиск новых клиентов, контакты с внешними клиентами, закупку расходного материала.

Подобный подход дал некоторые результаты. Работы стало больше. У них сформировалась база постоянных клиентов. Медленно они начали вылезать из долгов. Конечно, все еще были задержки с оплатой услуг бухгалтера, поставщикам и другие неприятности, но они уже могли выводить по 5–10 тыс. в месяц в качестве заработанных бонусов. В этом режиме они работали следующие 1,5 года.

На третьем году существования организации они подвели промежуточные итоги. Несмотря на то, что на этот момент они уже выводили по 10–15 тыс. в месяц, рост компании был ничтожным. Его единственный партнер утратил веру в возможности традиционного бизнеса и покинул компанию, сделав ставку на сетевой маркетинг. Таким образом, Вавилов остался один.

«Нет времени, нет денег»

Первое, с чем ему пришлось столкнуться, было то, что работа, рассчитанная на двоих, теперь предназначалась только ему. С утра до семи вечера он был курьером, а после семи вечера приступал к работе и, что называется, работал до «последнего клиента». Неоднократно случалось, что на конец «рабочего дня» стрелка показывала три утра. Его отсутствие на предприятии в дневное время, приводило к различным конфликтам. Клиенты, которые приходили сами и привыкли к тому, что он всегда на месте, стали все чаще наткаться на закрытую дверь. Кроме того, выяснилась еще одна

деталь: формируя базу, они собирали всех, кто был готов с ними сотрудничать. Это привело к тому, что образовалась масса клиентов, на которых тратилось очень много времени, а доход был очень маленьким. Теперь это стало проблемой...

Ему стало очевидно, что продолжать работать «в том же ключе» равнозначно «самоубийству».

Таким образом, он неожиданно перешел в следующую стадию...

Стадия II **«Стадия взросления»**

Представляет собой переломный момент, когда специалист-предприниматель осознает, что ему известно далеко не все, что необходимо для гармоничного развития компании. Правильным решением для него является наем сотрудников, которые возьмут на себя решение задач, в которых он некомпетентен. Ключевым и, как часто бывает, фатальным является то обстоятельство, что на этой стадии владелец не понимает разницы между делегированием полномочий и отказом от своих обязанностей. Причиной подобного подхода является нежелание покинуть зону комфорта, где человек чувствует уверенность в своей способности контролировать ситуацию. Соответственно, покидая эти рамки, он испытывает замешательство, которое порождает чувство опасности.

Психологически верным будет отказ от потенциальной угрозы. После того как решение об освобождении принято, когда найден подходящий сотрудник, наступает облегчение и вместе с ним приходит надежда, что выбранный им специалист знает свое дело и все сделает идеально.

На практике все происходит иначе. Проходит некоторое время и работодателя начинают одолевать разные неприятности из тех областей, которые он отдал под ответственность нанятого персонала. С каждым днем их становится все больше. И в конечном счете приходит день, когда владелец понимает, что он не в состоянии справиться с образовавшейся лавиной проблем.

Это вполне закономерный итог. Во-первых, у наемного специалиста свои цели, не стоит рассчитывать на то, что наемный сотрудник будет также переживать за компанию, как и владелец. Во-вторых, его зона ответственности гораздо уже, чем у хозяина пред-

приятия. В-третьих, его доход – это не остаточная прибыль, а заработная плата. В его понимании, все, что он должен сделать – это прийти на работу, выполнит то, что, как он понял, от него требуется и в соответствии с рабочим графиком пойти домой (большинство с этой задачей прекрасно справляются).

Итак, отсутствие решений – это следующая контрольная точка. Здесь предприниматель имеет несколько вариантов. Первый, вернуться в стадию I «специалист-предприниматель», где все поддавалось контролю. Второй, объявить предприятие «банкротом» и закрыть его. Третий, перейти к анализу возникших проблем, овладеть новыми навыками, новым видением, новыми знаниями, чувствами и свободой. В свете этих открытий представить и спланировать ясное будущее для себя и своих сотрудников – это единственный путь, ведущий к следующей ступени становления предпринимателя [3, с. 23].

От теории к практике

Ему удалось дважды побывать на финише второй стадии...

В первый раз, это произошло в момент, когда он остался один в ООО «Гемма» и встретился с острым недостатком времени. Единственным решением, доступным его пониманию, был возврат в стадию детства. Ему пришлось отказаться от обслуживания «приходящих» клиентов в пользу корпоративных, для которых было сформировано требование минимального объема работ, на который предоставлялась услуга вызова. Таким образом, предприятие было искусственно уменьшено до размеров, которые он мог контролировать. С уверенностью могу констатировать, что перспективы этот выбор не имеет. В течение года он искал разные способы увеличить прибыль, но так и не смог выйти за границы возможностей специалиста. В итоге компанию, которой было на тот момент пять лет, он продал.

И во второй раз, когда решением стала ликвидация предприятия. Это был его следующий проект ООО «Бизнес ИТ», созданный совместно со специалистом по установке радио-интернета. Сфера деятельности осталась прежней – обслуживание оргтехники. На этапе планирования предприятия они определили функции, которые каждый из них будет выполнять. Он, как и раньше, взял на себя производственный отдел и выделил работу, связанную с предотвраще-

нием и разрешением конфликтных ситуаций (если таковые происходили), его партнер – вопросы с контролирующими органами и финансы. Развитие клиентской базы – общая задача. Уже на этапе подготовки пакета документов для регистрации предприятия, они наняли бухгалтера-экономиста, совместно с которым определили оптимальную систему налогообложения и то, как будет выглядеть доход наемного персонала на бумаге. Следующим шагом стал наем двух учеников (в обязательное условие ставилось наличие автомобиля, который организация брала в аренду). Первого обучили ремеслу ремонта и обслуживания офисной техники, второго – навыкам работы в программе «1С: бухгалтерия» для оформления первичной документации и деятельности по формированию архива. Их доход складывался из двух частей: первая – фиксированный оклад, вторая – прибыль от аренды личной машины организацией, что позволяло Вавилову и партнеру существенно экономить на налогах. Все было готово, и они приступили к делу.

Клиентская база росла как тесто на дрожжах. Причиной тому были личные знакомства с лицами, принимающими решения, – руководящий состав организаций, инженеры службы IT.

Все шло очень хорошо. В течение первых четырех месяцев оборот компании увеличивался процентов на двадцать относительно предыдущего. Достигалось это за счет формирования базы из средних (месячный оборот, в размере от 25 000 до 50 000 руб.) и крупных (от 50 000 руб. и выше) компаний.

Начиная с пятого месяца, от их услуг стали отказываться. Один из клиентов сообщил о том, что для дальнейшего сотрудничества потребуется авторизация компании *Xerox*, этого дать они не могли. Другой клиент перешел на закупки китайских картриджей, стоимость которых была всего на 50 руб. выше, чем они брали за заправку. В случае если требовался ремонт этого картриджа, они серьезно проигрывали в цене. Клиент был не одинок в своем выборе, поэтому попытки найти поставщика, который дал бы им конкурентоспособные цены, успехом не увенчались. К концу восьмого месяца предприятие с трудом обслуживало само себя. Было принято решение о его ликвидации.

Сейчас, спустя несколько лет, пришло понимание того, что сколько бы специалистов не участвовали в создании бизнеса, их «дети-

щам» суждено «умирать». Для процветания нужно кое-что еще, помимо умения работать руками. Итак, мы переходим к заключительной стадии становления предпринимателя.

Стадия III «Зрелость. Подход предпринимателя»

Стадию зрелости мы можем наблюдать на примере лучших мировых компаний, таких как *Google, Microsoft, McDonald's*. Что объединяет эти компании? Это успех, которым они обязаны своим создателям. За каждым по-настоящему успешным бизнесом стоит личность, человек целеустремленный, человек, преданный собственным идеалам и готовый идти до конца [2, с. 7]

Предпринимателя на этой стадии отличает ясное понимание «основной цели» и «замысла» создаваемой компании [2, с. 16]. В этом заключается его подход – Подход Предпринимателя. С самого начала у него имеется ясное представление о том, как будет выглядеть его компания в своем окончательном варианте. Он точно знает, каким образом будет функционировать успешная компания такого рода. Такой владелец осознает, что если с самого начала не действовать по строго намеченному плану, то никогда не достигнуть желаемого результата [3, с. 33].

«Основная цель»

Основная цель является основой идеологии компании, дает смысл существования группе. Если посмотреть на самые известные компании, мы обнаружим, что она направлена на создание пользы для большого количества людей.

Google: «сделать мировую информацию универсально доступной и полезной». Microsoft: «...мы работаем для того, чтобы помочь людям и бизнесам по всему миру реализовать их полный потенциал». McDonald's: «...обеспечивать выдающееся качество, обслуживание, чистоту и ценность так, чтобы каждый клиент каждого ресторана улыбался» [2, с. 16–17].

«Замысел»

Вторая составляющая – замысел компании, т.е. собственный, индивидуальный способ действовать, определяющий всю деятель-

ность организации. Замысел – это дорога, которая ведет группу к основной цели, учитывает и рыночную среду, и точку зрения потенциальных клиентов, и существующие технологии и ресурсы, и содержит идею, обеспечивающую конкурентное преимущество.

От теории к практике

Так, для Джона Рокфеллера замыслом стало объединение мелких нефтедобывающих и перерабатывающих компаний через приобретение их акций в обмен на акции объединяющей компании *Standard Oil*. Этот замысел позволил ему очень быстро взять под управление целую отрасль [2, с. 23].

Для *Apple* замысел – сосредоточить в одних руках разработку компьютеров и программного обеспечения, чтобы добиться идеальной совместимости одного с другим. Производители операционных систем вынуждены делать их универсальными, чтобы они подходили к различным компьютерам. Производители компьютеров вынуждены считаться с возможностями операционных систем другого производителя. И только *Apple* может позволить себе создавать революционные технологии такого качества и с такой скоростью. На быстро развивающемся рынке компьютеров это оказалось серьезным преимуществом. У компании *Apple* есть еще один замысел – их изделия всегда эстетичны, дизайн для них гораздо важнее, чем технологичность производства [2, с. 23]. Конечно, если компания будет предана этому замыслу, она никогда не будет производить дешевые изделия, потому что дешевизна – результат технологичности и для ее достижения нужно поступаться внешним видом и удобством в использовании.

Подводя итог проведенному исследованию, мы сделали следующие выводы, помимо определенных аналитиками причин краха 95% стартапов, среди которых лидирующими являются: низкая доступность кредитов; усилившееся налоговое бремя; ужесточение российского законодательства в отношении малых предпринимателей; заметное повышение арендных ставок в крупных российских городах; высокий уровень конкуренции с крупным бизнесом [1]. Фундаментальная проблема в том, что «молодой» предприниматель не самоопределяет себя как предпринимателя в широком понимании, его знания ограничиваются словарем, т.е. он – «лицо, занимающееся собственным бизнесом, в целях получения

прибыли или иной выгоды». Тогда, как создатели лидирующих организаций отлично осознают, что явилось причиной успеха их компаний и что дает стабильный рост из года в год. Они точно знают, что не стремление к деньгам принесло деньги, а деньги стали результатом достижения цели, которую они заложили еще в начале пути. Идея, которую поддержали и над достижением которой трудятся тысячи сотрудников по всему миру каждую минуту, привела их к успеху.

Таким образом, прежде чем приступать к решению экономических проблем, для начала правильнее помочь специалисту осознать себя предпринимателем, разработав программу обучения «молодого» бизнесмена, целью которой является демонстрация иного образа мышления, до этого ему неизвестного – мышления создателя. Методом совместного анализа реальных успешных проектов демонстрировать то, что не деньги приносят деньги, а дальновидная идея, направленная на реализацию потребностей многочисленного и такого разного потребителя. Дать базовые знания об элементах, составляющих каждую компанию, определить отделы, их задачи, объяснить роль сотрудников в достижении общей цели, т.е. дать необходимый минимум знаний для создания перспективной, успешной компании.

Список использованных источников:

1. URL: <http://artisconsalt.com/maly-biznes-v-rossii-2013-statistika-ne-raduet/> (дата обращения: 10.11.2014).
2. *Высоцкий А.А.* Обязанности владельца компании. М.: Visotsky Consulting Int., 2012.
3. *Жизненный цикл малого предприятия / под общ. ред. А.А. Шамрая.* – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2010.
4. *Гербер Э.М.* Малый бизнес: от иллюзий к успеху. Возвращение к мифу предпринимательства / пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 2014.
5. Малый бизнес в России 2013. Статистика не радуется. 01.02.2014 г. [электронный ресурс] // Бизнес консалтинг для малого предпринимателя (дата обращения: 12.11.2014).

БЕНЧМАРКИНГ КАК ИННОВАЦИЯ В МАРКЕТИНГЕ

Бенчмаркинг является наиболее эффективной инновацией. Инновацией, которая все чаще и чаще используется в системе маркетинга как за рубежом, так и в России. Актуальность и недостаточный уровень разработки теоретических и практических вопросов проблемы бенчмаркетинга как инновации в маркетинге требует проведения исследований в этой сфере. В научной литературе исследования в сфере инновационного маркетинга занимались такие ученые, как Я.Ш. Евдокимова, М.А. Фойгель, Х.А. Константиныди, Е.А. Князев, Н.П. Бугакова и др. [3].

Происхождение термина «бенчмаркинг» уходит корнями к слову «*benchmark*» – означает отметку на конкретном, фиксированном объекте, однако само слово имеет несколько значений перевода. Более точно передают смысл такие варианты перевода, как «анализ превосходства» и «сравнительное тестирование», т.е. сравнение объектов на основе некоторых стандартов. В наиболее общем смысле *benchmark* – это нечто, обладающее определенным количеством, качеством и способностью быть использованным как стандарт или эталон при сравнении с другими предметами [1, с. 58]. Дословно с английского *bench* – место, *marking* – отметить. Мы в своей работе будем использовать определение бенчмаркинга как способ, позволяющий проанализировать и изучить деятельности хозяйствующих субъектов, как правило, своих конкурентов, для того, чтобы использовать их положительный опыт в своей работе. В общем смысле бенчмаркинг означает систематическую деятельность, которая направлена на то, чтобы найти, оценить и взять на вооружение все от самых лучших примеров, независимо от размеров фирм, сфер бизнеса и их местоположения.

Бенчмаркинг довольно широкое понятие, которое охватывает несколько аспектов. Во-первых, бенчмаркинг – это определенная

функция маркетинговой деятельности, во-вторых – это изучение технологий, процессов и методов, с помощью которых организовывается производство и сбыт продукции на лучших предприятиях партнеров или конкурентов, которое выполняется в целях максимизации прибыли и эффективности изучаемой фирмы [3]. В-третьих, бенчмаркинг – оценка и анализ разных преимуществ более успешных конкурентов и партнеров в одной отрасли, с целью изучить и использовать все, что может улучшить эффективность деятельности фирмы.

На сегодняшний день бенчмаркинг рассматривается как процесс постоянного изучения лучшей деловой практики, обеспечивающей самую высокую конкурентоспособность. Главная его цель состоит в том, чтобы на основе комплексных исследований выявить в конкретных областях вероятность успеха предпринимательства.

На данный момент бенчмаркинг можно назвать необходимой составляющей для успешной деятельности организации и ее динамического развития. Если сравнивать его с обычным конкурентным анализом, бенчмаркинг имеет в большей степени детализированный, формализованный и сфокусированный подход со своими уникальными методами.

Бенчмаркинг является неким непрерывным процессом, который нацелен не только на то, чтобы соответствовать конкурентам и ничем им не уступать, но и достичь превосходства. В бенчмаркинге предпринимательские функции рассматриваются как бизнес-процессы, которые создают товар или некоторую услугу и продвигают ее на рынок. По нашему мнению, сфера, в которой применяется бенчмаркинг, является обширной и включает в себя как разработку стратегий, так и управленческие функции.

Многие специалисты полагают, что под бенчмаркингом прежде всего подразумевается выявление недостатков в деятельности своего предприятия после сравнения с другими областями предпринимательской деятельности и заимствование управленческих методов у более успешных предприятий.

С нашей точки зрения, основное преимущество бенчмаркинга состоит в том, что функции сбыта и производства становится легче контролировать и оптимизировать, когда за счет исследований внедряются наиболее успешные технологии и оптимальные методы других предприятий или даже отраслей. В результате мы полу-

чаем увеличение прибыльности предприятий и высокий уровень производительности, наличие здоровой конкуренции и минимизацию издержек как для отдельно взятого предприятия, так и для народного хозяйства в целом.

Существует целый ряд видов бенчмаркинга, различающихся в зависимости от объекта исследования. Обозначим главные:

- *внутренний бенчмаркинг* – проводится в рамках одной организации, в системе которой сравниваются разные характеристики и схожие бизнес-процессы внутрифирменных производственных единиц, посредством сравнительного анализа между разными подразделениями и отделами [5, с. 252];
- *внешний бенчмаркинг* (бенчмаркинг конкурентоспособности) – производится измерение основных характеристик предприятия, затем эти данные сопоставляют с характеристиками конкурентов;
- *функциональный бенчмаркинг* – обеспечивает изучение аналогичных функций и процессов в разных отраслях.

Отдельно выделяют следующие виды:

- *бенчмаркинг процесса* – корректировка определенных показателей в целях их сравнения с другими предприятиями, чьи характеристики более совершенны в условиях одинаковых процессов;
- *стратегический бенчмаркинг* – сопоставление с той стратегией, которая была выбрана;
- *ассоциативный бенчмаркинг* – проводится предприятиями, которые состоят в узком рыночном альянсе;
- *глобальный бенчмаркинг* – расширенный стратегический бенчмаркинг, включающий в себя ассоциативный бенчмаркинг;
- *общий бенчмаркинг* – бенчмаркинг процесса, который сравнивает определенную функцию нескольких организаций независимо от их сектора;
- *бенчмаркинг затрат, бенчмаркинг клиента, оперативный бенчмаркинг.*

Помимо видов выделяются также основополагающие принципы бенчмаркинга.

1. *Взаимность.* Бенчмаркинг, при котором складываются наиболее выигрышные ситуации для обеих сторон. Достигается при

помощи взаимных отношений, когда при общем согласии идет обмен данными.

2. *Аналогия.* У партнеров ключевые параметры, процессы и стратегии аналогичны.

3. *Измерение.* Определение главных характеристик бизнес процессов, которые можно измерить, проанализировать и сопоставить, а также которые в дальнейшем можно улучшить.

4. *Достоверность.* Бенчмаркинг основывается исключительно на основе точно проанализированных и детально изученных фактических данных.

При проведении бенчмаркинга можно выделить этапы:

- определение объекта бенчмаркинга;
- выбор партнера по бенчмаркингу;
- поиск информации;
- анализ;
- внедрение.

Пожалуй, единственным недостатком этой инновации в маркетинге является проблема, связанная с получением объективных данных. В первую очередь это связано с закрытостью компаний, в том числе собственной [2]. С существующими сейчас системами финансового и налогового учета крайне сложно получить настоящие данные по разным направлениям деятельности фирм. Однако применение методов дискриминантного анализа и метода моделирования криптосистем, содержащих диофантову трудность [4], позволяет разбивать множество анализируемых объектов по классам и соблюдать режим конфиденциальности.

Бенчмаркинг анализ применим для товаров, услуг, функций, стратегий, процессов и т.д. Внутренний бенчмаркинг наиболее доступен для предприятий и требует небольших затрат времени и ресурсов, но при этом дает возможность найти подходы, которые будут наиболее эффективны. Бенчмаркинг может быть использован для выявления лучшего опыта других предприятий, который впоследствии можно применить, оптимизировав свои бизнес-процессы.

Бенчмаркинг может привлечь сотрудников к тому, что лежит в основе индивидуального и коллективного успеха, т.е. непосредственно к функционированию предприятия.

Список использованных источников:

1. *Гусева Е.В., Фойгель М.А.* Бенчмаркинг в вузе (на примере Краснодарского филиала Финансового университета) // Проблемы достижения экономической эффективности и социальной сбалансированности: императивы, правовые и хозяйственные механизмы: сборник. – Краснодар, 2014. С. 57–61.
2. *Пшениснова С.Р.* Развитие рынка труда России. – Краснодар, 2011.
3. *Сорокожердьев В.В., Константиныди Х.А., Бугакова Н.П.* Экономико-правовые аспекты реализации стратегии модернизации России и достижения целей эффективного развития // Экономическая наука современной России. 2014. № 3 (66). С. 173–177.
4. *Спирина С.Г.* Криминологические и уголовно-правовые проблемы преступлений в сфере компьютерной информации: дис. ... канд. юрид. наук. – Краснодар, 2001.
5. *Спирина С.Г.* Комплексный финансовый риск: сущность и взаимосвязь с финансовой устойчивостью хозяйствующих субъектов // Теория и практика общественного развития. 2014. № 3. С. 252.

Р.В. Забродин

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
М.А. Воробьева, к.полит.н.*

УПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ОПЕРАЦИЯМИ В ПРАКТИКЕ РИТЕЙЛЕРА

Современные рыночные отношения, складывающиеся в условиях неопределенности и неустойчивости среды, требуют высокоэффективных способов и методов управления экономической и хозяйственной деятельностью. Развитие торгового бизнеса, в частности, розничной торговли – ритейла, невозможно без постоянного совершенствования управленческих процессов, в том числе повышения результатов логистической деятельности.

Основной целью и проблемой торговых организаций на сегодняшний день, является обеспечение высокой степени жизнестойкости и конкурентоспособности, адаптации к требованиям изменяющегося рынка, разработка и планирование мероприятий, направленных на повышение эффективности работы всех подразделений и минимизацию издержек на всех этапах товародвижения.

Процесс доведения товаров от предприятий – изготовителей через предприятия оптовой и розничной торговли до потребителей называется товародвижением. Товародвижение – составная часть логистического процесса, которая включает в себя не только физическое перемещение товаров из мест производства в места потребления, но и операции, связанные с их хранением, подсортировкой и подготовкой к продаже на предприятиях торговли [1].

В практической деятельности одной из крупнейших ритейлерских компаний Европы ЗАО «Тандер» вопросам товародвижения и логистики всегда уделялось значительное внимание. Однако на протяжении достаточно длительного времени к принятию решений в этой сфере зачастую подходили с позиций выработанных ранее стереотипов. Так, например, если дело касалось оптимизации – «страшного» для многих менеджеров слова, управленче-

ские воздействия были связаны в первую очередь с сокращением расходов на персонал. К сожалению, в гонке за сокращением расходов, выбирая статью ФОТ, сокращая количество сотрудников, изменяя мотивацию и уровень заработной платы, руководители не задумываются о том, что такие управленческие решения могут привести к потере квалифицированных сотрудников, опытных менеджеров-управленцев.

Успех управления логистическими процессами напрямую связан с тем, как в компании подходят к имеющимся стандартам и к предложениям по совершенствованию, которые могут быть выработаны менеджерами на местах. Не секрет, что инициатива в наших реалиях зачастую наказуема... Менеджеры-инициаторы часто слышат в свой адрес: «так было всегда, это норма, максимальный предел...». На самом деле, классики менеджмента отмечали это неоднократно, чтобы успешно развиваться, нельзя останавливаться на достигнутых результатах работы, необходимо двигаться вперед и совершенствовать показатели. По словам Питера Друкера, мы живем в один из исторических периодов, когда люди перестают ориентироваться в окружающем мире и когда опыта прошлого недостаточно для вразумительного объяснения будущего [2]. Майкл Портер, например, считает, что никакое преимущество нельзя сохранить: «...у компаний нет выбора, кроме как оставаться подвижными, гибкими и уметь быстро приспособливаться» [3]. Идеальным представляется стремление к минимизации издержек, и чтобы существующие издержки не влияли на максимизацию прибыли.

Анализируя существующую практику управления логистическими процессами в ритейторских компаниях, нами были выявлены основные ошибки в процессе оптимизации затрат без их детального рассмотрения.

В первую очередь – это снижение заработной платы сотрудникам, как правило, менеджерам среднего звена, рабочему персоналу, продавцам и т.д.

Во-вторых, снижение качества продукции, которая хранится на складах, перемещается и доводится непосредственно в компании.

Однако для того, чтобы выработать реальные предложения по улучшению ситуации в Службе товародвижения департамента складской логистики ЗАО «Тандер», необходимо было собрать все

данные, определить круг максимальных издержек, провести системный анализ, выявить направления, провести экономические расчеты целесообразности и эффективности оптимизации данного направления.

Объектом исследования стал проект, который был запущен в 2009 г. Для его запуска был использован стандарт, разработанный на основе результатов анализа деятельности нескольких аналогичных объектов.

Суть проекта – строительство терминала цеха дозаривания бананов в распределительном центре «Энгельс». Дозаривание – процесс доведения снятых недозрелых плодов в специально оборудованных камерах до состояния потребительской спелости. Целью процесса дозаривания является стимулирование дальнейшего созревания овощей и фруктов с доведением их до оптимальных потребительских кондиций в тех случаях, когда естественное созревание происходит недостаточно быстро или протекает в неполном объеме при хранении собранной продукции в охлажденном состоянии.

После получения положительного экономического результата было принято решение о строительстве терминалов цехов дозаривания на всех действующих складах. С 2010 г. по 2014 г. построили 23 терминала цехов дозаривания бананов (ЦДБ).

С 2010 г. начались транспортные перемещения готовой продукции из распределительного центра «Энгельс» на распределительные склады, где не было терминалов ЦДБ. С развитием компании транспортные перемещения готовой продукции производились и для выравнивания товарного запаса. Например, по желтому банану ситуация выглядела таким образом: некоторые распределительные склады не могли обеспечить необходимые для торговли объемы из-за недостаточной производительности ЦДБ.

На 2012 г. за счет транспортных перемещений выравнивался товарный запас по желтому банану по всем распределительным складам, выходы готовой продукции планировались без учета фактических мощностей терминалов ЦДБ, они работали по средней потребности всей сети. В 2012 г. функционировало 16 ЦДБ, из них 13 ЦДБ осуществляли транзитные перемещения готовой продукции, выравнивая дефицит/профицит готовой продукции между распре-

делительными складами. Очевидной стала проблема значительного увеличения затрат в процессе выравнивания. Дальнейшее планирование работы РЦ и ЦДБ невозможно было осуществлять без учета особенностей рынка конкретного продукта и региона.

По инициативе руководителей, заинтересованных в снижении издержек, был проведен системный анализ действующих в компании технологий и стандартов:

- анализ затрат на транспортные перемещения, расчет тарифов, количество транспорта;
- анализ затрат на себестоимость готовой продукции;
- анализ потерь компании, списания продукции на торговых точках;
- анализ существующих мощностей терминалов ЦДБ;
- анализ потребности каждого региона с прогнозом дальнейшего развития торговой сети;
- анализ продаж торговых точек по форматам, по регионам;
- анализ планируемых продаж по торговой сети.

Итогом этой работы стал отчет, в котором была отражена статистика всех перемещений, действующие тарифы, количество автомобилей, задействованных в процессе выравнивания товарного запаса. Было выявлено, что дополнительная наценка на себестоимость 1 кг готовой продукции за счет затрат на транспортные перемещения – в среднем 3 руб. Соответственно – недополученная прибыль, при этом себестоимость 1 кг составляла 4,5 руб. Еще один источник оптимизации затрат – снижение списания на торговых точках. В торговых точках, отгруженных напрямую с ЦДБ, списания были меньше на 1,5%, чем в торговых точках, отгруженных ЦДБ с транзитными перемещениями.

При расчете производственной мощности действующих терминалов не учитывались потребность региона, филиалов, прогноз развития сети (как уже упоминалось выше, мощность терминалов была рассчитана по единому стандарту), соответственно планирование объема продаж готовой продукции в разрезе складов происходило в равных долях.

Как следствие ситуации – на некоторых терминалах значительно увеличивалась нагрузка на персонал терминалов ЦДБ, как итог – увеличенный штат грузчиков.

Помимо этого, за счет транзитных перемещений происходило сокращение времени на реализацию в торговых точках (срок жизни готовой продукции 72 часа, транзит 24 часа, остается 48 часов).

На основании данных отчета специалистами компании были незамедлительно разработаны мероприятия, направленные на оптимизацию технологических, складских и транспортных издержек:

- разработан и внедрен алгоритм/методология расчета требуемых мощностей ЦДБ с учетом потребности региона/филиалов и прогнозом развития сети на пять лет;
- с учетом новой методологии расчета мощностей пересчитаны действующие и планируемые терминалы ЦДБ;
- приняты решения по реконструкции действующих терминалов ЦДБ, где образовался дефицит мощности; были запланированы средства на реализацию планов реконструкции;
- создан и внедрен алгоритм/методология расчета планируемого объема продаж готовой продукции в разрезе складов с учетом потребности региона/филиалов (несмотря на технологические особенности, технология дозаривания длится шесть дней);
- разработана и внедрена технология работы терминалов ЦДБ с учетом нестабильности рынка при планировании выхода готовой продукции на неделю вперед, обеспечивая необходимую гибкость и 100%-ное качество готовой продукции;
- созданы и внедрены инструменты контроля товарного запаса сырья и готовой продукции на распределительных складах, позволяющие заранее реагировать на изменение ситуации и не допускать обострений, влекущих за собой необходимость транспортных перемещений.

Разработанные мероприятия начали реализовываться с октября 2012 г. Результаты представлены на рисунке 1.

Итог выполненных мероприятий:

- 2011/2012 г. – средние затраты на транспортные перемещения в год составляли 105 млн руб., задействовано 3 200 а/м реф.;
- 2013 г. – затраты на транспортные перемещения в год составили 43 млн руб., задействовано 1 253 а/м реф.;

- 2014 год – затраты на транспортные перемещения в год составили 14 млн руб., задействовано 396 а/м реф.

Экономия за 2013/2014 год составила 153 млн руб., высвобождено 4751 а/м с рефрижераторным оборудованием для транспортировки других товаров компании. Снижение потерь компании за счет уменьшения списания желтого банана в торговых точках на 1%, с учетом продаж сети, в среднем дает экономию до 3 млн руб. в месяц. Оптимизирован штат грузчиков с учетом фактической нагрузки, без работы с транзитным бананом, экономия – 800 тыс. руб.

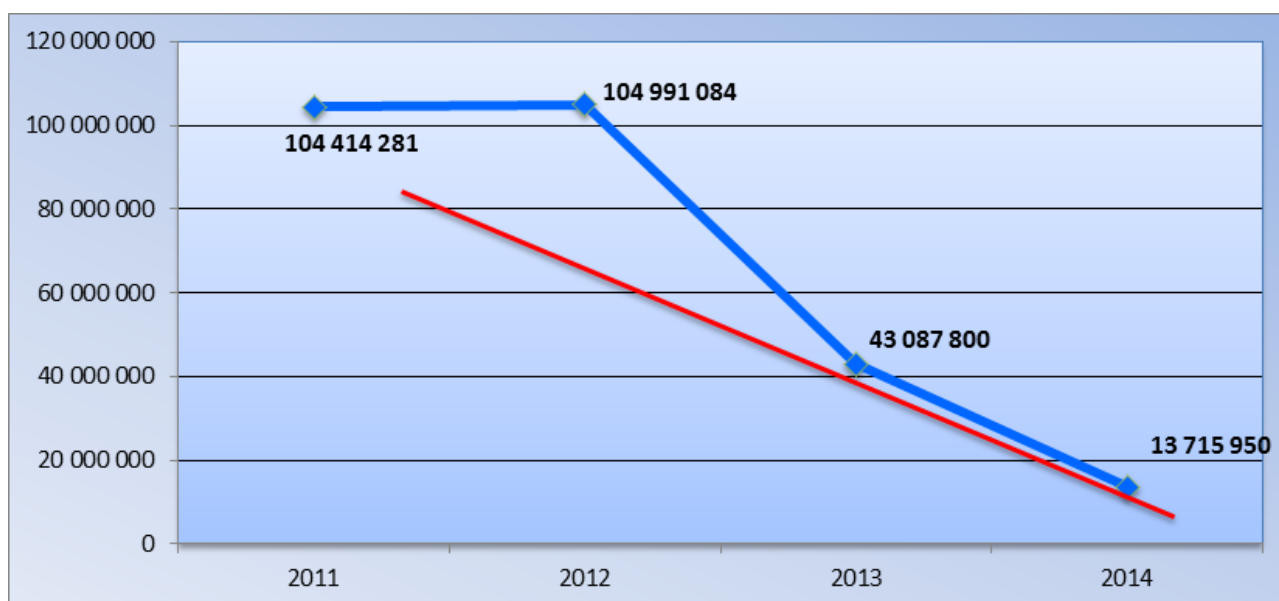


Рисунок 1 – Динамика стоимости транспортных перемещений

План на 2015 г. – исключить затраты на транспортные перемещения желтого банана. На данный момент транспортные перемещения осуществляются по причине отсутствия терминала ЦДБ в распределительном центре Омска, запуск которого планируется в начале 2015 г.

Подводя итог, следует отметить, что доведение товаров до потребителя состоит в рациональной организации процессов товародвижения и товароснабжения, которые являются одной из важных функций торговли.

Стандартизация подходов в управлении логистическими операциями не всегда дает желаемый результат, особенно в снижении затрат. Идеальным, на наш взгляд, является сочетание логистики

во взаимосвязи с маркетингом, оперативное реагирование на инициативы специалистов-менеджеров и проведение постоянных изменений в соответствии со складывающейся ситуацией.

Список использованных источников:

1. <http://www.grandars.ru/college/biznes/tovarodvizhenie.html>
2. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. – М.: Вильямс, 2000.
3. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 2013.

Г.М. Забродина

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
Фойгель М.А., к.э.н., доцент*

АНАЛИЗ ОБЪЕМА ПРОДАЖ НА ПРИМЕРЕ СТУДИИ МЕБЕЛИ «МАЛЕНЬКИЙ МИР»

Основной целью предприятия является получение максимально возможной прибыли от реализации продукции путем удовлетворения потребителей. При этом вопросы производства занимают подчиненное положение, ориентируясь на спрос.

Объем реализации продукции является в современных условиях одним из важнейших показателей работы предприятий.

Цель работы – рассмотреть увеличение объема продаж.

Проблемные области:

- компетентность менеджеров-дизайнеров;
- качество мебели;
- ценообразование.

Анализ объема продаж – это важный инструмент управления продажами.

Краткая характеристика объекта исследования.

Мебельное производство. Студия мебели «Маленький Мир» основана в 2010 году. Специализация – обустройство детских комнат и строительство детских площадок во дворах школ и жилых домов.

Производство построено на основе экологически чистых материалов. Компания дает гарантию и имеет сертификаты качества.

Студия мебели «Маленький мир» работает с весны 2010 г., за это время увеличила ассортимент своей продукции и обустроила более сотни детских комнат.

Основные показатели экономического развития за период 2010–2013 г. представлены в таблице 1.

Экономический анализ показал, что объем продаж в 2013 г. увеличился в сравнении с 2010 г. на 700 тыс. руб., темп роста составля-

ет 87,5%, прибыль – 270 тыс руб., т.е. доля прибыли увеличилась на 3,3%. В денежном сегменте изменения наблюдаются, а в процентном соотношении объема к прибыли изменений практически нет.

Т а б л и ц а 1 – Основные экономические показатели

Показатель	Период				Темп роста 2012/2013 г, %
	2010	2011	2012	2013	
Объем продаж	800 000	1 200 000	1 300 000	1 500 000	15,4%
Прибыль от продаж	250 000	480 000	455 000	520 000	14,3%
Доля прибыли, %	31,3%	40,0%	35,0%	34,7%	

Что влияет на данный показатель? Повышение цен на материалы, заработная плата сотрудников, увеличение штата, арендная плата и т.д.

Численность работающих увеличилась на 29,5% и составила 123 человека.

Для анализа возможных путей увеличения объема продаж проведен опрос сотрудников, на основе которого были разработаны актуальные предложения.

В рамках маркетинговых исследований проведен анализ конкурентоспособности по следующим критериям:

- индивидуальная работа с клиентами;
- ценообразование;
- реклама;
- дополнительные услуги (дизайн, замер, установка);
- качество.

Определены основные конкуренты – производители детской мебели на заказ: «Маэстро-мебель», «Астарта», «Линда», «Статус».

Проведен анализ «непродаж», что позволило определить слабые стороны в компании.

Разработаны мероприятия, направленные на повышение качества производства мебели и обслуживания клиентов:

- обучающие семинары и тренинги менеджеров для повышения уровня знаний, компетенций, стрессоустойчивости;

- визитные карточки для менеджеров;
- различные инструменты мотивации;
- в плане производства мебели ориентир сделан на выполнение индивидуальных заказов и изготовление бюджетной мебели (тумбы, комоды и т.п.);
- модернизация оборудования.

По итогам проведенного системного анализа выявлены проблемные зоны и факторы, влияющие на объем продаж:

- компетентность менеджеров-дизайнеров;
- качество мебели;
- ценообразование.

По факту проведения запланированных мероприятий было зафиксировано:

- увеличение притока клиентов – на 15%;
- увеличение проходимости на выставке – на 20%;
- посещение по рекомендациям – на 16%.

Параллельно было принято решение на изготовление мебели для покупателей с низким уровнем достатка: направление «бюджетная» мебель (штамповка).

Объем реализации в 2014 г. по сравнению с 2013 г. вырос на 500 тыс. руб. и составил 2 000 000 тыс. руб. Темп роста составил $\approx 33\%$.

Студия мебели «Маленький мир» достигла хороших результатов в отчетном периоде по сравнению с предыдущим. Об этом в первую очередь свидетельствует увеличение чистой прибыли на 380 тыс. руб. Такой рост прибыли является результатом увеличения всех его составляющих (валовая прибыль, прибыль от реализации, балансовая прибыль).

Список использованных источников:

1. Лукаш Ю.А. Экономические расчеты в бизнесе: большое практическое справочное пособие. – М.: Флинта, 2012.
2. Вахрушина М.А. Управленческий анализ: учебное пособие. 6-е изд., испр. – М.: Омега, 2010.
3. Рысёв Н.Ю. Активные продажи. – СПб.: Питер, 2009.
4. Барышев, С.Б. Концепция управленческого учета и анализа прибыли торговых организаций // Бухгалтерский учет. 2012. № 10. С. 122–124.

РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА

Экономическая децентрализация при сохранении и укреплении вертикали власти диктуется жизненными потребностями развития производительных сил и производственных отношений [1, с. 51]. Произошедшая не так давно цифровая революция открыла новые возможности развития производственных отношений в области интернет-коммерции. С каждым днем просторы Интернета, как поля деятельности, становятся все шире и шире, а сам пользователь все более мобильнее, так как для получения нужной ему информации необходимо сделать лишь несколько несложных манипуляций. Поэтому исследование роли интернет-маркетинга в развитии бизнеса в России достаточно актуальная задача.

На представленной диаграмме (рисунок 1) рассматривается региональная структура мировой интернет-торговли в 2013 г. [5].

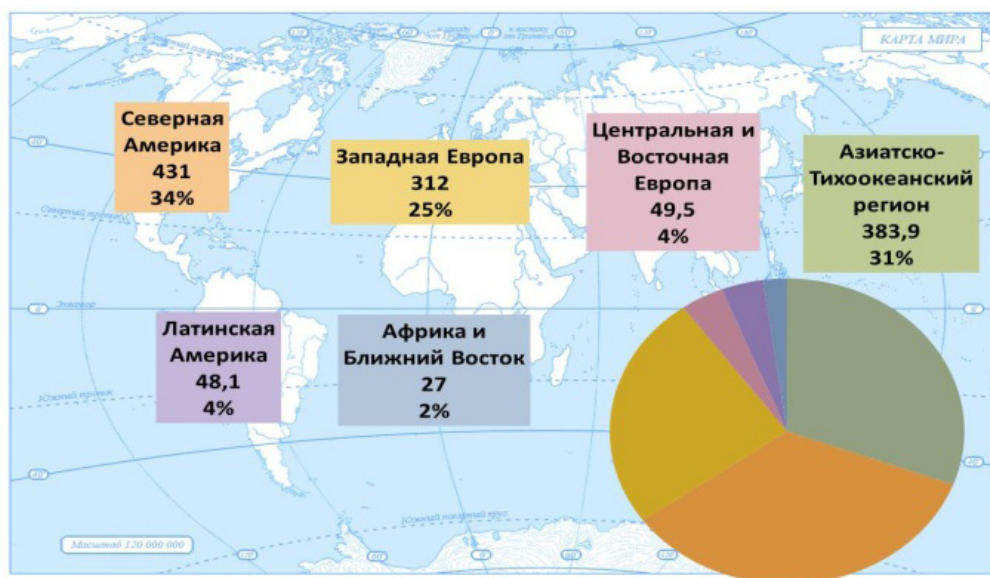


Рисунок 1 – Региональная структура мировой интернет-торговли в 2013 г., млрд долл.

Как можно заметить, лидером является Северная Америка, на долю которой приходится 34% мирового оборота. Страны Центральной и Восточной Европы имеют всего 4% от мировой интернет-торговли. Интернет-торговля в России развивается быстрыми темпами, стремительно увеличивается и число интернет-магазинов.

По данным исследователей, на долю интернет-торговли в общем объеме ритейла пока приходится от 2–5%, но при этом она увеличивается на 25–30% ежегодно. Отсюда можно сделать вывод о том, что российская интернет-торговля еще находится на низком уровне развития и отрасль необходимо исследовать и развивать.

Для анализа уровня развития интернет-торговли в России необходимо изучать развитие как интернет-торговли и интернет-маркетинга, так и Интернета как среды в целом.

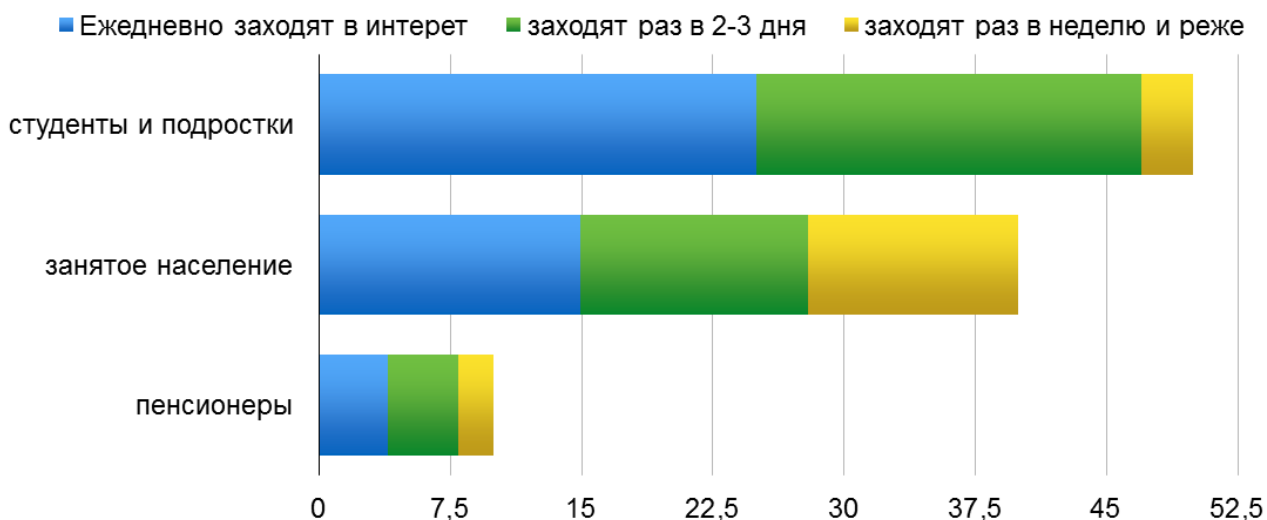


Рисунок 2 – Динамика результатов опросов по возрасту и частоте посещения респондентов

Автором был проведен социальный опрос различных категорий граждан (205 чел.), дифференцируемых по возрасту, по предполагаемому уровню интеллектуального развития и на предмет частоты использования Интернета. Проведенный социальный опрос показал, что более 80% опрошенных респондентов каждый день пользуются Интернетом, из них только 50% подростки и студенты, а остальные – люди старших возрастов. Из этих данных можно сделать вывод, что возраст пользователей значительно варьирует и имеет лишь физиологические ограничения по возрасту.

Используя статистические данные с 2005 по 2014 гг. (численность населения и пользователей Интернета России, Казахстана и Республики Беларусь), автор рассчитала число потенциальных потребителей рекламы. Статистика показывает, что с большой степенью достоверности скорость изменения функции $H(t)$ (например, потенциальное число покупателей продукции) прямо пропорционально как числу лиц, которые знают о продукте, так и числу не знающих о нем [3, с. 38–39]. Таким образом, количество лиц, которые потенциально могут быть уведомлены в будущем о новом продукте, находится как решение дифференциального уравнения первого порядка следующего вида:

$$dH/dt = k \cdot x \cdot (N - x), \quad (1)$$

где N – общее число всех потенциальных покупателей; k – коэффициент пропорциональности, который определяется экспериментально и зависит от скорости распространения рекламы и скорости передачи слухов ($k > 0$).

После интегрирования уравнения (1), решая его методом неопределенных коэффициентов, получаем следующее решение:

$$H(t) = \frac{N}{1 + P \cdot e^{-N \cdot k \cdot t}}, \quad (2)$$

где $P = 1/e^c$ находится из начальных условий задачи.

Используя формулу (2), было рассчитано число потенциальных потребителей рекламы в интернет-среде с 2005 по 2014 гг. (таблица 1) и динамика потенциальных потребителей интернет-рекламы в 2015–2017 гг. (таблица 2).

Проведя анализ полученных результатов, можно судить о том, что интернет-реклама охватывает большое количество людей как напрямую, так и косвенно и является динамично развивающимся инструментом маркетинга.

По данным интернет-ресурсов, социальные сети входят в десятку самых посещаемых сайтов. По версии сайта *bussineslike.ru* в пятерку самых посещаемых сайтов мира входит такая социальная сеть, как *Facebook*, а в десятку самых посещаемых сайтов России – такие как «*Vkontakte*» и «*Odnoklassniki*». По данным интернет-опро-

сов, проведенных в социальных сетях, и анализа опросов, проведенных на сайте *for.ru*, была получена диаграмма с процентным выражением времени, затрачиваемым респондентами на занятость в социальных интернет-сетях: 10% опрошенных всегда онлайн, более половины опрошенных (57%) уделяют достаточное время социальным сетям.

Т а б л и ц а 1 – Динамика моделей распространения рекламы в интернет среде

<i>Год</i>	<i>Потенциальные потребители рекламы</i>	<i>Население России и ближнего зарубежья (приближенное значение)</i>	<i>Объем интернет-пользователей</i>
2005	130 485 245	167 237 767	23 236 400
2006	130 225 504	166 923 291	28 020 000
2007	130 253 243	166 956 878	38 807 700
2008	130 288 449	166 999 506	42 426 000
2009	130 853 477	167 683 492	46 611 000
2010	131 689 182	168 694 617	69 412 000
2011	132 284 868	169 414 959	80 176 000
2012	132 470 516	169 639 392	87 886 000
2013	132 800 811	170 038 616	94 778 000
2014	135 128 357	172 849 143	101 972 742

Т а б л и ц а 2 – Потенциальная динамика потребителей рекламы в интернет-среде

<i>Год</i>	<i>Потенциальные потребители рекламы</i>	<i>Население России и ближнего зарубежья</i>
2015	135 692 809	173 530 000
2016	137 410 331	175 600 000
2017	138 490 065	176 900 000

Все социальные сети можно назвать своего рода «бесплатными» интернет-средами для ведения коммерческого и некоммерческого маркетинга. Как крупные компании, так и малые предприятия могут использовать их для ведения своего бизнеса [2, с. 54].



Рисунок 3 – Результаты опроса по временным затратам на работу в социальных сетях

Во-первых, социальную сеть можно назвать своего рода базой данных потенциальных клиентов, в которой продавец (предприниматель) может выбрать свою категорию людей по различным критериям (возраст, место жительства, образование и т.д.) и уже дальше работать с ними.

Во-вторых, социальные сети – это один из простейших способов онлайн-общения между продавцом и покупателем. В один клик покупатель может задать все интересующие его вопросы и получить ответ в кратчайшие сроки.

В-третьих, социальная сеть является полем рекламной деятельности. Вариаций представления товара покупателю большое множество [4, с. 106]: создание групп и объединений с информацией о продукте (фото, описание, отзывы), рассылка индивидуальных фотоброшюр или сообщений с рекламой и т.д.

В заключение можно сделать вывод о том, что социальная сеть является развивающейся, доступной и довольно удобной средой для интернет-маркетинга. Все больше популяризуется интернет-торговля и невозможно не оценить роль социальных сетей в способствовании развитию интернет-торговли и интернет-маркетинга.

Список использованных источников:

1. Воробьева М.А. Федерализм и «вертикаль» власти в современной России // Власть. 2008. № 6. С. 48–52.

2. *Константиниди Х.А.* Анализ факторов формирования конкурентоспособной стратегии развития макрорегиона // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2012. Т. 1. № 139. С. 52–55.

3. *Спирина С.Г., Гольман Д.А.* Формирование эффективности интернет-рекламы и ее оценка в контексте финансовой устойчивости экономики региона // Финансы и кредит. 2014. № 37. С. 32–41.

4. *Спирина С.Г., Калайдин Е.Н.* Моделирование факторов финансового риска в производственной деятельности экономических субъектов // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сборник научных трудов / под ред. В.А. Сидорова. – Краснодар, 2013. С. 104–110.

5. <http://провэд.пф/analysis/16849-statistika-intepnet-topgovli-v-stpanah-mipa-osnovnye-tendentsii-i-pokazateli.html>

Р.С. Кальянова

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
Х.А. Константиныди, к.э.н.*

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Проблемы повышения эффективности управления предприятием в теории менеджмента всегда находились на острие научного интереса. Данные проблемы были и остаются самым востребованным и актуальными объектом внимания большинства ученых в области современного менеджмента. Повышенный научный интерес к вопросам эффективности управления предприятием объясняется тем, что они пронизывают всю многостороннюю и сложную деятельность коммерческих предприятий, особенно в современных рыночных условиях.

Ключевой вопрос для успешной работы любого предприятия – эффективное управление. Для коммерческого предприятия увеличение прибыли означает повышение его эффективности. В настоящее время предлагается множество способов повышения эффективности. Сегодня руководители чаще всего используют способы сокращения расходов, например, сокращение персонала, снижение заработной платы сотрудникам, закупку сырья и материалов по самым низким ценам. Но изначально коммерческое предприятие создается для того, чтобы зарабатывать, а не экономить, сокращая затраты. Сокращая персонал, снижая заработную плату сотрудникам, руководство рискует будущим предприятия, так как опытные квалифицированные сотрудники могут перейти к конкурентам. Безусловно, расходы предприятия должны быть на жестком контроле, но в сложившихся условиях рынка этого недостаточно, поскольку нужен комплексный подход к решению задач эффективности управления, охватывающий все составляющие, в том числе и персонал предприятия.

Эффективность управления – это «относительная характеристика результативности деятельности конкретной управляющей

системы, отражающаяся в различных показателях как объекта управления, так и собственно управленческой деятельности (субъекта управления)».

Проведем анализ системы управления предприятием на примере ООО «ДЕВЛАЙН» (г. Краснодар).

Основным видом деятельности предприятия «ДЕВЛАЙН» является разработка и внедрение программного продукта для систем аналогового и IP-видеонаблюдения, выпускаемого под брендом «Линия». За девять лет плодотворной работы ООО «ДЕВЛАЙН» становится одним из передовых российских разработчиков.

Целью деятельности ООО «ДЕВЛАЙН» являются расширение рынка услуг в области аналогового и IP-видеонаблюдения и извлечение прибыли.

Для того, чтобы оценить существующую систему управления, целесообразно использовать показатели, указанные в таблице 1.

Увеличение численности работников на 50% и увеличение средней заработной платы является положительной динамикой для предприятия, в этом случае темпы роста производительности труда опережают темпы роста заработной платы. Данный факт обеспечивает увеличение рентабельности, снижение себестоимости продукции и повышение эффективности производства. Таким образом, в 2012 г. на предприятии ООО «ДЕВЛАЙН» отмечено неэффективное использование средств на рабочую силу, так как имела место отрицательная динамика: показатели темпы роста производительности труда ниже, чем показатели темпов роста заработной платы. В 2013 г. ситуация по указанным показателям улучшилась: показатели темпа роста заработной платы стали ниже показателей темпов роста производительности труда.

Оценим показатели эффективности управления ООО «ДЕВЛАЙН» на основании показателей таблицы 2.

Позитивным признаком является снижение управленческих затрат по отношению к имуществу организации и к производительности труда ее работников. В то же время эффективность управленческого персонала по прибыли до налогообложения за весь рассматриваемый период возрастает в полтора раза, а индекс эффективности с учетом прибыли снижается. Кроме того, необходимо отметить, что снижение этого показателя произошло в 2013 г., в 2012 г. этот показатель возрастал.

Т а б л и ц а 1 – Показатели эффективности использования трудовых ресурсов ООО «ДЕВЛАЙН»

Показатели	2011 г.	2012 г.	2013 г.	Абсолютное отклонение		Темпы роста, %	
				2012 г. от 2011 г.	2013 г. от 2012 г.	2012 г. к 2011 г.	2013 г. к 2012 г.
1. Выручка от продаж, тыс. руб.	27584,00	34886,00	38620,00	7302,00	3734,00	126,47	110,70
2. Среднесписочная численность персонала, чел., в том числе:	18	22	27	4	5	122,22	122,73
– руководители	5	6	6	1	0	120,00	100,00
– специалисты	11	14	18	3	4	127,27	128,57
– технический персонал	2	2	3	0	1	100,00	150,00
3. Фонд оплаты труда	8203,00	10487,00	12940,00	2284,00	2453,00	127,84	123,39
4. Производительность труда, тыс. руб./чел.	1532,44	1585,73	1430,37	53,28	-155,36	103,48	90,20
5. Среднемесячная заработная плата, тыс. руб.	37,98	39,72	39,94	1,75	0,21	104,60	100,54
6. Удельный вес специалистов в составе персонала, %	61,11	63,64	66,67	2,53	3,03	X	X

Таким образом, развитие системы управления ООО «ДЕВЛАЙН» идет поступательно, однако темп движения остается весьма незначительным. Для изменения сложившегося положения необходим значительный рывок вперед, поэтому нужны действенные меры, которые выведут систему управления на более высокий уровень ее развития.

Т а б л и ц а 2 – Показатели эффективности управления ООО «ДЕВЛАЙН»

Показатель	2011 г.	2012 г.	2013 г.	Абсолютное изменение, +/-	Темп роста, %
Среднегодовая численность персонала, чел.	18,00	22,00	27,00	9,00	150,00
Производительность труда тыс. руб./ чел.	2466,12	1949,40	2013,00	-453,12	81,63
Среднегодовая численность управленческого персонала, чел.	5	6	6	1,00	120,00
Годовые управленческие затраты, тыс. руб.	4896	5756	5793	897,00	118,32
Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. руб.	208,00	402,50	395,00	187,00	189,90
Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс. руб.	3248,00	4391,50	4877,50	1629,50	150,17
Широкая эффективность управления, %	141,67	120,07	109,87	-31,79	X
ЭУ1 в сопоставлении с уровнем производительности труда, %	0,06	0,06	0,05	-0,01	X
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	817,00	1445,00	1469,00	652,00	179,80
Эффективность с учетом прибыли	163,40	240,83	244,83	81,43	149,84
Индекс эффективности с учетом прибыли	1,28	1,47	1,02	-0,26	79,33

Для этого следует предпринять шаги в трех направлениях:

- увеличение объемов продаж (в то же время необходимо контролировать экономическую эффективность и обоснованность расходов предприятия);
- разработка программы повышения эффективности работы персонала, путем повышения его профессионализма;
- разработка инструментов повышения мотивации сотрудников.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 14 января 1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (ред. от 05.05.2014 г.).
2. *Байделл Т.* Как улучшить управление организацией. – М.: Инфра-М, 2011.
3. *Галенко В.П.* Управление персоналом и стратегия предприятия. – СПб.: 2011.
4. *Глухов В.В.* Менеджмент: учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2012.
5. *Грибов В.Д.* Менеджмент: учебное пособие. – М.: КноРус, 2007.

Е.Н. Липская

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
Н.В. Зинченко, к. э. н., доцент*

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА В ПЕРИОД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАГНАЦИИ

Во все времена основополагающим ресурсом для повышения эффективности национальных экономик был и остается такой ресурс, как труд. Определяющими факторами всегда были производительность труда, численность и уровень квалификации рабочей силы.

Основной проблемой российской экономики остается низкая производительность труда. В отличие от россиян, граждане развитых стран мира работают больше. Даже ряд стран бывшего Советского Союза опережают нас по производительности труда, о чем свидетельствуют данные Всемирного банка и Росстата. Объем денежных средств, которые средний работник приносит за час работы в ВВП страны, является важнейшим расчетным показателем, по которому определяется производительность труда в той или иной стране. Например, средний американец приносит своей стране в среднем шестьдесят один доллар, в Канаде этот показатель равен 50 долл., а в Люксембурге данный показатель превышает 75 долл. Россия на их фоне явно проигрывает, так как наш труженик вкладывает в национальный ВВП только порядка 22 долл.

Центром анализа макроэкономических показателей и краткосрочных прогнозов (ЦМАКП) не так давно был опубликован, мягко скажем, не очень оптимистический доклад: рост производительности труда в России составил около 3% без учета электроэнергетической, строительной и добывающей отраслей экономики. Если брать во внимание массовые сокращения персонала, то увеличение столь важного для экономики показателя становится просто мнимым. Отмечается, что на сегодняшний день уровень добавленной стоимости варьируется в пределах 50–1000 евро в месяц на каждого работни-

ка. По сравнению с восточно-европейскими показателями – вдвое меньше, а реальное отставание продуктивности труда в России от ведущих стран Евросоюза составляет пять-семь раз [2].

Правительство РФ ясно осознает зависимость экономического развития от эффективности труда, поэтому и озвучивает приоритетность решения вопросов по ее увеличению в ближайшее время. Необходимо всем четко понимать, что успех в этом направлении будет только тогда, когда производительность труда будет явно опережать рост ВВП. Минэкономразвития России вновь обнародовало неприятный факт – мы находимся в периоде стагнации, одной из причин наверняка являются введенные против России санкции. Безусловно, было бы неразумно призывать предпринимателей в условиях стагнирующего рынка вкладывать средства в увеличение производства. Мы прекрасно понимаем, что только на растущем рынке эти средства дадут больший эффект. Тем не менее у российской экономики есть одно направление для инвестирования, вкладывать в которое в нынешней ситуации самое время. Это направление – повышение эффективности бизнеса [3]. Только благодаря высокой производительности труда можно добиться положительного экономического результата, тем более в такой сложный для страны период санкций и стагнации экономики.

Для успешного ведения бизнеса необходимо множество составляющих. Однако недавние исследования говорят о том, что только грамотная работа с людскими ресурсами помогает предприятию подняться на новую ступень развития.

К сожалению, многие руководители предприятий по-прежнему работают с нарушением трудового законодательства, не уделяют внимания мотивации сотрудников, минимизируют расходы компании за счет сотрудников. Это является показателем низкого уровня бизнес-культуры российских предпринимателей.

В России огромное количество предприятий разных форм собственности, которые как раз и должны обеспечить повышение производительности труда персонала. Однако проблема в том, что многие из них работают на старом оборудовании, зачастую выработавшем свой ресурс, что, естественно, сказывается на качестве продукции и продуктивности труда. Техническое переоснащение действующих предприятий, освоение новых технологий является насущ-

ной необходимостью в текущий период. Но не только на этом должен концентрироваться современный бизнес. Грамотная мотивация, четкое донесение до сознания людей целей и задач предприятия, которые стали бы и их целями, помогут выжить в сложившихся условиях.

Сегодня как никогда важно, чтобы цивилизованные отношения на рынке труда были на первом плане. Чтобы не только удержаться на плаву, но и достичь успеха, несмотря на все внешние препятствия, необходимо знать и понимать тенденции и механизмы человеческого взаимодействия и через эти знания создавать благоприятную рабочую обстановку.

Что же такое мотивация, почему она возникает у человека, существуют ли рычаги для ее возникновения? Несомненно, мотивация – это побуждение к действию, процесс, который возникает внутри нас. Грамотный руководитель должен не только понимать этот процесс, но и постоянно поддерживать его. С самого рождения каждый человек мотивирован на то, чтобы достичь успеха, не будь этого, люди наверняка не могли бы не только ходить, но и говорить. Важно четко осознавать, что, как и огонь, мотивация со временем может затухнуть, а то и вовсе пропасть. В такой ситуации пропадает жизненный интерес, возникает безразличие к выполняемой работе. Мы социальные существа, поэтому зависим от окружающей среды и только в окружающей среде скрыта причина плохой мотивированности. Материальная мотивация с психологической точки зрения дает стимул работнику для добросовестного выполнения своих обязанностей с точки зрения получения им дополнительных денежных средств. Большинство менеджеров, не вдаваясь в теоретические тонкости, ошибочно считают, что человек работает исключительно ради денег. Однако постоянно использовать этот рычаг мотивации, как основной, невозможно, так как ни у одного предприятия просто не хватит для этого финансовых ресурсов.

Бесспорно, такие факторы, как высокий уровень оплаты труда, служебный автомобиль, система бонусов и премий очень важны. Вместе с тем не последнюю роль играют и мероприятия, направленные на удовлетворение потребностей более высокого порядка. Признание хорошо проделанной работы – очень мощный фактор моти-

вазии к тому, чтобы трудиться еще лучше. Речь идет о возможности профессионального и карьерного роста, получении персоналом новых знаний и навыков. При совпадении всех этих составляющих эффективность работы сотрудников возрастает в разы. По мнению Ф. Герцберга, являвшегося влиятельной личностью в сфере управления бизнесом, ключ к мотивации прост: «Если Вы, будучи менеджером, хотите мотивировать рядовых работников, дайте им осмысленное задание, которое предполагает возможности достижения роста и признания» [1].

К сожалению, в наши дни руководители мало уделяют внимания таким, казалось бы простым нематериальным способам мотивации, как доски почета, рейтинговые показатели, почетные грамоты, ценные призы, поощрения в устной форме и т. д. Очень жаль, ведь такая мотивация является наимоощнейшим стимулом. Каждый работник, который считает важной и значимой свою работу, хочет, чтобы руководство отметило его перед всем коллективом. Повышая тем самым его самооценку, руководитель стимулирует работника к еще более эффективному труду.

Формы поощрения, не выраженные в денежном эквиваленте, решают по-сути две задачи: обладая высокой ценностью и привлекательностью, они стимулируют персонал повышать эффективность своего труда, а благодаря общественному признанию, не только повышают самооценку работников, но и становятся очень важными.

Бесспорным является тот факт, что универсальных способов мотивации быть не может, поэтому технология мотивирования должна быть выработана для каждого предприятия своя, которая будет адаптирована под его условия и возможности. К примеру, одним из методов могло бы быть формирование стабилизационного фонда, который бы смог создать некую защиту для людей в период трудного экономического положения компании. О наличии и количественном состоянии такой «подушки безопасности» должен быть проинформирован каждый член коллектива. Так как стабильность рабочего места всегда оценивалась крайне высоко, то осознание работниками назначения такого фонда может также являться мотивирующим толчком к повышению производительности. В кризисных условиях руководству очень важно не оставлять без внимания стиль

управления. По нашему мнению, в ситуации кризиса хорошую службу мотивации может сослужить применение административно-командного стиля руководства, так как именно он наверняка станет центральным мотивирующим средством, которое вовремя организует и направит персонал предприятия на высокоэффективные трудовые усилия. Только такой стиль вселит уверенность в то, что руководство знает, что и как нужно сделать, поэтому своевременно и правильно принимает решения в такой сложный период, а сотрудники в свою очередь должны этому всячески способствовать.

В заключении хотелось бы подчеркнуть, что какие бы методы мотивации для своего персонала не выбирали менеджеры, нельзя забывать главного: люди, которые чувствуют, что их ценят и о них думают, всегда будут стремиться внести свой вклад в общее дело, особенно в трудные времена. Именно они – залог не только успешного преодоления сложных ситуаций в экономике, но благоприятного развития бизнеса. Следует помнить, что материальные стимулы привлекают работников в фирму, а нематериальные – удерживают в ней.

Список использованных источников:

1. *Шапиро С.А.* Основы трудовой мотивации: учебное пособие. – М.: КноРус, 2012.
2. <http://delonovosti.ru/analitika/1454-proizvoditelnost-truda-v-rossii.html>
3. <http://bishelp.ru/forum/topics/kakie-vozmozhnosti-dayot-stagnaciya>

Е.В. Мороз

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
А.Г. Рубин, к.э.н.*

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОАО «САТУРН» КАК ОДИН ИЗ КЛЮЧЕВЫХ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Основой деятельности современного предприятия является инновационная деятельность, которая включает определение наиболее важных направлений научно-технической деятельности предприятия и разработку мероприятий, необходимых для их достижения. Она направлена на конкретизацию целей, методов и средств внедрения новшеств, определение сфер их применения, оценку целесообразности совершенствования производимых продуктов (оказываемых услуг) и используемых технологических процессов в соответствии с инновационным потенциалом предприятия [1].

Инновация представляет собой коммерческую реализацию идеи, связанной с созданием новых потребностей или удовлетворением имеющихся, новым, более эффективным способом [2].

Сегодня на долю солнечной энергетики приходится менее двух процентов возобновляемой энергетики, отрасль привлекает значительные инвестиции и стремится стать одним из лидеров энергетического сектора. Этому способствует как интерес частных инвесторов, так и государственные программы поддержки. Мировой рынок солнечных батарей в 2005 г. превысил 8 млрд евро, по итогам 2006 г. – 15 млрд долл., а к 2025 г. составит 113 млрд долл.

В России после 1990-х годов был характерен спад производства не только в солнечной энергетике, но и во всей промышленности в целом. Стратегией менеджмента стало выживание и адаптация.

На данный момент в России существует достаточно много предприятий, занимающихся производством солнечных модулей (или солнечных батарей), некоторые из них ориентируют свое производство лишь на создание фотоэлементов – составной части моду-

ля либо заготовок для производства фотоэлементов. Почти все они выпускают готовые модули, применяемые в наземных условиях, и лишь два предприятия (НПП «Квант» и ОАО «Сатурн») занимаются производством солнечных модулей, применяемых на космических аппаратах.

Открытое акционерное общество «Сатурн» основано в 1964 г. и изначально занималось разработкой и производством физических и химических источников тока. И вот уже на протяжении сорока лет предприятие разрабатывает и выпускает солнечные (СБ) и аккумуляторные батарей (АБ) для российских и иностранных космических аппаратов (КА). Основные направления деятельности в настоящее время:

- разработка и изготовление БС для космических аппаратов на основе Si и AsGa;
- разработка и изготовление АБ для космических аппаратов на основе NiH и LiIon электрохимических систем;
- разработка и производство контрольно-испытательного оборудования для СБ и АБ;
- разработка и производство специального технологического оборудования для производства СБ и АБ [3].

На протяжении всей своей деятельности ОАО «Сатурн» изготовил свыше 1200 солнечных и аккумуляторных батарей для космических аппаратов различного назначения.

По официальным данным ОАО «Сатурн», 12–15% всей произведенной продукции уходит за рубеж. По мнению руководителей предприятия, сотрудничество с иностранными корпорациями позволяет улучшать технологический процесс и ускорять внедрение новых разработок.

Продукция, создаваемая предприятием, защищена патентами и соответствует международным требованиям. С декабря 2000 г. ОАО «Сатурн» получило аккредитацию как научная организация.

Производимые ОАО «Сатурн» солнечные и аккумуляторные батареи для космических аппаратов занимают около 50% российского рынка данного направления, конкурируя с ОАО «НПП «Квант», находящемся под контролем Роскосмоса. Отметим, что среди европейских и американских производителей солнечных батарей не более двух компаний можно считать ведущими.

Основными российскими потребителями продукции предприятий являются:

- ОАО «РКК «Энергия» им. С.П. Королева», г. Королев, Московская область;
- ФГУП «ГНПРКЦ «ЦСКБ-Прогресс», г. Самара;
- ОАО «Информационные спутниковые системы» им. академика М.Ф. Решетнева», г. Железногорск, Красноярский край;
- ФГУП «ГКНПЦ им. М.В. Хруничева», г. Москва;
- ФГУП «НПО им. С.А. Лавочкина», г. Химки, Московская обл.

В июле 2009 г. «Российская корпорация нанотехнологий» («Роснано») предоставила долгосрочный заем ОАО «НПП «Квант» для создания на базе ОАО «НПП «Квант» производства современных солнечных батарей на фотоэлементах из арсенида. Разработка подобной технологии уже велась на предприятии ОАО «Сатурн» с 2007 г.

Однако «Квантом» проект не был реализован, поэтому был закрыт решением Совета директоров РОСНАНО в сентябре 2011 г. В том же году на предприятии ОАО «Сатурн» была изготовлена СБ площадью 38 м², полностью укомплектованная фотопреобразователями собственного производства. Это была первая СБ, укомплектованная отечественными трехкаскадными фотопреобразователями. Таким образом, ОАО «Сатурн» в настоящее время является единственным производителем отечественных фотопреобразователей из арсенида галлия в России.

Получив явное преимущество перед своим главным конкурентом, ОАО «Сатурн» не стал останавливаться на достигнутом, продолжая работы по следующим основным направлениям:

- увеличение КПД фотопреобразователя (результаты работы в данном направлении позволили разработать структуру солнечного элемента, обеспечивающую КПД 29%);
- повышение радиационной стойкости солнечных элементов (достигнута в настоящее время уменьшением эффективной толщины среднего каскада солнечного элемента);
- уменьшение массы фотопреобразователя (путем уменьшения его толщины).

В настоящее время ОАО «Сатурн» по техническим характеристикам производимых БС приближается к таким мировыми лидерам, как *Azur Space* (Германия), *Emcore* (США), *Spectrolab* (США), *CESI*

(Италия), а в некоторых случаях даже превосходит их. Так, масса фотопреобразователей, производимых ОАО «Сатурн», значительно меньше зарубежных, что является конкурентным преимуществом, поскольку основным критерием стоимости запускаемых космических аппаратов является их масса.

Перспективы развития ОАО «Сатурн» в области собственного производства СБ имеют огромные преимущества, позволяющие защитить российские интересы, обеспечить отечественные космические аппараты солнечными батареями собственного производства, полностью отказавшись от импорта. К тому же это позволит сочетать высокое качество продукта с более низкой стоимостью произведенных солнечных фотоэлементов в сравнении с зарубежными, приобретение которых в настоящее время не только увеличивает стоимость запускаемых космических аппаратов, но и делает отечественную космическую отрасль зависимой от западных санкций [4].

В качестве производителя качественных и относительно недорогих аккумуляторных батарей для космических аппаратов ОАО «Сатурн» позиционирует себя, как имеющего опыт работы и в российских, и в международных космических программах. При этом стоит отметить, что ОАО «Сатурн» является единственным в России производителем АБ для космоса. Поэтому основными и главными конкурентами предприятия являются зарубежные производители, такие как *GS Yuasa* (Япония), *Saft* (Франция) и *Mitsubishi Electric* (Япония).

Основные направления, в которых работает предприятие по улучшению производимых АБ, является улучшение электрохимических параметров, веса и стоимости производимых АБ.

За последние несколько лет по некоторым из показателей ОАО «Сатурн» превзошел своих конкурентов, о чем говорит получение заказов не только от отечественных производителей космических аппаратов, таких как «Ресурс-ДК», «Фобос-Грунт», «Экран», «Спектр-Р», серия аппаратов «Ямал» и «Экспресс», «Электро-Л», «ГЛОНАСС» (имеющих назначение в области телерадиовещания, навигации, телефонии, радиоэлектронного зондирования, передачи данных), но и зарубежных, таких как *SESAT* – коммерческий геостационарный телекоммуникационный спутник, принадлежащий

французскому спутниковому оператору *Eutelsat*, спутниковая платформа *SPACE BUS 4000* для французской компании *Alcatel Space* – одного из лидеров мирового рынка телекоммуникационного оборудования [5].

Список использованных источников:

1. Рубин А.Г. Особенности инновационной составляющей операционной стратегии предприятия // Проблемы достижения экономической эффективности и социальной сбалансированности: императивы, правовые и хозяйственные механизмы: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Краснодар, 2014. С. 161–164.

2. Рубин А.Г., Рубина Р.Я. Механизм реализации инновационной стратегии развития экономики (гл. 2) // Стратегия современного социохозяйственного развития России: экономические и правовые аспекты: монография. – Краснодар, 2014. С. 40–76.

3. Официальный сайт ОАО «Сатурн». URL: <http://www.saturn.kuban.ru>

4. Чистая энергия «Сатурна» // Небо Кубани. 2012. № 6.

5. Сайт о нанотехнологиях №1 в России. URL: <http://Nanonewsnet.ru>

М.М. Нагучев

Кубанский государственный университет

*Научный руководитель:
С.Г. Спирина, к.юр.н., доцент*

АГРЕССИВНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ФОРМА КОНКУРЕНЦИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

«Единственным способом общения с непредсказуемым будущим является создание очень гибкой организации. Как только в вашу категорию приходят изменения, вам необходимо быть готовыми к изменениям и меняться так быстро, как только возможно для того, чтобы в будущем выжить»

Джек Траут

До 80-х годов прошлого века маркетинг определялся как удовлетворение нужд и потребностей потребителей путем обмена. Главной целью было донесение до конечных покупателей товаров и услуг информации о отдельно взятом продукте. Во времена существования небольшого количества игроков в любой сфере, будь то автомобилестроение, производство продуктов питания, развлечения и т.д., – подобный подход вполне уместен.

Однако реальность такова, что маркетинг все больше похож на войну: главной целью становится перехват аудитории и клиентов непосредственно у конкурента [3, с. 144]. Чем больше компания, тем больше у нее слабых мест, а значит, можно составить такую стратегию, которая максимально больно ударит по конкурентам. Крупные компании, которые долго находятся на рынке, налаживают четкую и стабильную систему производства и сбыта, но при этом теряют гибкость и объективность [2, с. 53]. Значит, хорошо спланированная маркетинговая кампания может весьма эффективно отбить у крупного игрока «кусочек пирога». Именно такой взгляд на маркетинг представил общественности Джек Траут в 1972 г. в цикле статей под общим заголовком «Эра позиционирования».

Как известно, практически все, что имеет место в реальности, так или иначе переходит во «Всемирную паутину». Агрессивный

маркетинг тоже весьма успешно живет в цифровом пространстве, адаптируясь и видоизменяясь, он становится весьма эффективным инструментом конкурентной борьбы.

Как оговаривалось выше, основным методом агрессивного маркетинга являются точечные атаки по слабым местам конкурентов, а сейчас, благодаря Интернету, выявлять такого рода точки уязвимости становится все проще.

Как на практике работает агрессивный маркетинг? Можно выделить несколько наиболее действенных подходов.

1. *Сбор информации, с дальнейшим переходом в вирусный маркетинг*: разнообразными способами конечные пользователи нагоняются на целевой сайт, где они видят продающую страницу вида: «Как банки обманывают простых людей?», «Получи бесплатно электронную книгу Иванова И.И. – просто заполни форму и поделись своим мнением». Под формой подразумеваются несколько полей для заполнения контактными данными и небольшое анкетирование по конкретным вопросам. Пройдя анкетирование и перейдя по ссылке, которую ему предоставят, конечный пользователь получает обещанную статью или книгу, к которой будет прилагаться предложение типа: «Приведи X друзей на наш сайт и получишь скидку в интернет-магазине», где число X и вознаграждение легко регулируются. Специальным образом генерируется особая ссылка, которую пользователь может раздать друзьям, а сайт легко посчитает число переходов по этой ссылке и выдаст обещанную награду.

Таким образом, будет собрана интересующая нас информация, на основе которой можно будет планировать эффективные маркетинговые атаки на конкурентов, набраны переходы по нужным ссылкам, вирусность же будет заключаться в том, что имеющиеся пользователи будут сами привлекать новых. Кроме прочего, будет получена широкая сеть контактных данных потенциальных клиентов, которым можно отправлять новые предложения.

2. *Совокупность мероприятий по очернению имиджа конкурента*: создание сайтов, максимально похожих на сайт атакуемого [1, с. 54], под схожими адресами, но с неверной, порочащей или вводящей в заблуждение информацией. Подкуп или обучение «засланных казачков» на профильных форумах, сайтах или в социальных сетях, возможно даже непосредственно на сайте конкурента. Соз-

дание негативного информационного фона от лица атакуемого, например, постоянная и навязчивая рассылка спама.

3. *Грамотная рекламная кампания в сети*, всячески подчеркивающая достоинства вашего продукта на фоне конкурентов, в рамках права, пусть даже эти различия минимальны. Запоминающиеся фразы и «цепляющая фишка», которая будет выделять вас из множества подобных. Индивидуальность того, что вы предлагаете – весомый залог успеха, например: «*Yandex*. Найдется все», «*habrahabr.ru*» [5].

При этом не стоит забывать о собственном продукте: правильное название и толковая организация целевого сайта внесут весомый вклад в итоговый результат. Важно определиться с наполнением сайта: статьи, таблицы, инфографика. Сайт необходимо правильно структурировать, с той точки зрения, чтобы пользователь мог быстро найти то, что он ищет, а не то, что вы хотите ему показать. Работа с посетителями и возможность создания пользовательского контента, вкуче с новостными лентами и постоянно пополняемым разделом статей – весьма эффективные способы привлечения людей и поддержания популярности сайта. Присутствие на сайте ярких и запоминающихся фраз, высокая информативность, мотивирующий к покупке контент – значительно увеличивают шансы на успех.

Полезен ли агрессивный маркетинг в Интернете? С точки зрения бизнесмена – более чем. Сейчас достаточно людей, которые смотрят на маркетинг как на войну, считают, что лучшие книги по маркетингу писали великие генералы, такие как Карл Фон Клаузевиц, они верят, что человечность в этом случае недопустимая роскошь. «Идя по головам», можно быстро и действенно переманить аудиторию, закрепить в умах покупателей, получить «место под солнцем».

Однако с точки зрения общества, факторов финансовой устойчивости компании [4, с. 253], потребителей и бизнеса, агрессивный маркетинг как социально-экономическое явление, есть зло. Конечно, выбор остается за самой компанией, ведь достаточное количество игроков добились успеха, подрывая позиции конкурентов и очерняя их. По мнению автора, использование агрессивного маркетинга как стратегии в маркетинговой политике фирмы может вернуться отрицательным бумерангом с многократным увеличением интенсивности ответных маркетинговых атак со стороны обозленных конкурентов.

Список использованных источников:

1. *Бугакова Н.П.* Управление качеством информационных коммуникаций в маркетинге // Проблемы, противоречия и перспективы развития России в современном мире: экономико-правовые аспекты: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Краснодар, 2014. С. 53–54.
2. *Константинди Х.А.* Анализ факторов формирования конкурентоспособной стратегии развития макрорегиона // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2012. Т. 1. № 139. С. 52–55.
3. *Попова А.С., Новоселова Н.Н.* Региональные особенности управления рынком информационных услуг // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2013. Т. 3. № 33. С. 141–145.
4. *Спирина С.Г.* Комплексный финансовый риск: сущность и взаимосвязь с финансовой устойчивостью хозяйствующих субъектов // Теория и практика общественного развития. 2014. № 3. С. 252–254.
5. URL: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_28/article_1387

М.А. Пантелеева

Российский экономический университет

им. Г.В. Плеханова

(Краснодарский филиал)

Научный руководитель:

О.Б. Пантелеева, к.э.н., доцент

ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПОДХОДОВ В СФЕРЕ МАРКЕТИНГА

Грамотный руководитель в условиях современной рыночной экономики понимает необходимость в правильно выстроенной маркетинговой деятельности предприятия, основной целью которой является привлечение новых потребителей и обращение потенциальных клиентов в реальных, а также донесение до общества информации о предлагаемом продукте или услуге. Маркетинговые коммуникации являются своего рода двигателем торговли. Они позволяют производителям и продавцам доносить информацию о своих товарах и продукции до потребителей. Это является основной проблемой в условиях современной экономики, где именно потребители определяют будущее любой организации [2, 3], а конкуренты не дают возможности забыть о развитии и улучшении работы собственного предприятия.

Под маркетинговыми коммуникациями понимается управление процессом продвижения товаров и услуг на всех этапах: перед продажей, в момент покупки, во время и по завершению процесса потребления. Маркетинговые коммуникации – это деятельность, обеспечивающая передачу потребителям информации о товаре или предприятии. Конечной целью такой деятельности является продвижение товара на рынок. Маркетинговые коммуникации предусматривают построение прямой и обратной связи предприятия с рынком [1, с. 6].

Система маркетинговых коммуникаций состоит из средств коммуникаций, которые условно можно разделить на две группы основных и синтетических средств.

К основным средствам маркетинговых коммуникаций относятся реклама, прямой маркетинг (личные продажи), паблик рилейшнз, стимулирование сбыта.

К синтетическим средствам относятся следующие элементы: брендинг, фирменный стиль, мерчандайзинг, спонсорство, участие организации в ярмарках и выставках.

Как итог использования данных средств маркетинговых коммуникаций покупатель каждый день встречаются различные виды наружной и внутренней рекламы. Сейчас повсеместно применяются такие средства рекламы, как стикеры на окнах и дверях, фасадные баннеры, сити-форматы, брендированные автомобили и грузовые фуры. К рекламе в торговом зале можно отнести брендирование паллет, напольный стикер, баннер на роллеты, шелф-баннер, стикер на монетницу, разделитель для покупок, стоппер, стикер на защитный борт кассы, настенный баннер в торговом зале, световой короб в торговом зале, а также стойку для POS-материалов, пилларс, объемную конструкцию, ростовую фигуру, брендированный автомобиль, настенный баннер в закассовой зоне, подвесной мобайл, штендер, рекламу в корпоративном каталоге, короба на антенны безопасности, промо-акции, стикеры на камеры хранения и брендированную стойку. Видео реклама или «*Indoor Video*» – это еще один перспективный формат динамичной рекламы, привлекающей непроизвольное внимание покупателя, целью которого является увеличение уровня продаж товаров за счет формирования устойчивого спроса на них.

Маркетологи в настоящее время используют различные методы стимулирования в виде спецпредложений и акций. Внимание уделяется и личным продажам с прямым маркетингом, а положительный образ компании поддерживается PR-кампаниями, спонсорством и участием в ярмарках и выставках.

Но это все традиционные средства маркетинговых коммуникаций. В настоящее время в связи с развитием информационных технологий и появлением новых тенденций и течений в сфере маркетинга маркетологам необходимо изучать и использовать их в своей профессиональной деятельности.

К новшествам можно причислить SMM – *SocialMediaMarketing* – эффективный способ привлечения новых потребителей к товару посредством социальных сетей и иных социальных платформ. К наиболее перспективным платформам относятся социальные сети, блогосферы, а также профессиональные социальные сети. Такие платформы позволяют маркетологам создавать свои аккаун-

ты, страницы, размещать там информацию о своей компании, товарах, спецпредложениях и новинках. К тому же сокращается разрыв между представителями компаний и потребителями, так как в социальных сетях эти две группы могут контактировать напрямую с помощью комментариев и сообщений. Сокращается время распространения рекламной информации и время обработки ответной реакции потребителей на сообщения маркетологов. Плюсом данного метода продвижения товаров является и то, что социальные сети используются в основном молодежью, которая наиболее мобильна и открыта для новой информации. Чаще всего проникновение новых компаний на рынок, а также продвижение новой продукции происходит через молодежь, которая позже уже рекламирует свои приобретения своим родителям, друзьям и знакомым. Социальные платформы являются сосредоточием активного населения страны. Это позволяет экономить денежные средства компаний на привлечение внимания потенциальных потребителей к продукции. SMM является достаточно молодой и активно развивающейся областью маркетинга, которую нужно обязательно учитывать при ведении маркетинговой деятельности. К представителям зарубежных компаний понимания перспективности работы в пространстве SMM пришло еще в 2008 г. В Россию данный инструмент маркетинга пришел только в начале 2010-х годов.

Еще одной новинкой в маркетинге является разработка российской компании *OpenGroup* инновационного канала, коммуникации с покупателями в розничных магазинах *Smart Checkout*, который представляет собой оборудование, анализирующее состав корзины покупателя, карту клиента и способ оплаты. На основании анализа *Smart Checkout* определяет, к какой целевой аудитории относится данный покупатель и какое предложение необходимо ему донести. Оборудование *Smart Checkout* на кассе, по завершению оплаты покупок, выдает купон с предложением, которое может быть интересно покупателю. С технической точки зрения *Smart Checkout* представляет собой оборудование, которое крепится к кассовому аппарату и имеет в своем составе печатное устройство, которое и выдает купоны покупателям. В настоящее время данная технология имеет 100% точности охвата и контакта с целевой аудиторией. Сама идея такого оборудования появилась еще в 1983 г. в США и

успешно используется там и по сей день. Однако на российский рынок данная технология проникла сравнительно недавно – в 2011 г., когда компания *Open Group* создала и запатентовала аналог американского оборудования *Catalina Marketing*. Сегодня в США система *Catalina Marketing* влияет на решение о совершении покупок 75% потребителей более чем в 50 000 торговых точках продуктовых и аптечных сетей, что составляет около 280 млн посетителей магазинов. Систему *Catalina Marketing* используют более 80% торговых организаций, которые входят в TOP-100 производителей товаров повседневного спроса. По их оценке, влияние информационных акций на конечного розничного покупателя с использованием систем, подобных *Smart Checkout*, в шесть раз выше, чем обычные методы маркетинговых коммуникаций [5].

Одной из новинок в сфере маркетинга выступает система управления маркетинговыми акциями, которая носит название промосервер «Профи-Т». Суть данной системы состоит в том, что она сосредоточивает в себе большое количество настроек и опций, которые используют для проведения разнообразных акций. Система «Профи-Т» печатает рекламу в чеке или начисляет дополнительные бонусы при расчете картами банками-партнерами. Информация по любым акциям и для любого магазина собирается в одном промо-сервере, затем маркетологи задают в своих магазинах определенные параметры, которые необходимы именно для их магазина, и система, установленная на кассе, работает по заданным установкам. Промо-сервер «Профи-Т» создан компанией «Пилот» по заказу «Детского Мира» за 6 месяцев и окупился всего за 2–3 месяца. По данным представителей «Детского Мира», за 6 месяцев компания смогла осуществить около 200 акций и получить увеличение товарооборота. К достоинствам рассматриваемой системы можно отнести короткий срок установления необходимых параметров для кассового оборудования и внесения информации по каждой проводимой акции. Следовательно, сокращается бюрократическая составляющая работы маркетологов, уменьшается количество контактов маркетологов с работниками IT и коммерческих департаментов, снижаются денежные затраты [4].

Товары собственной торговой марки (СТМ), или, как их еще называют, товары *privat label* – еще один инструмент современ-

ного маркетинга. Они появились на рынке в результате борьбы крупных ритейлеров и укрупнившихся производителей известных брендов. Сетям становилось все труднее диктовать производителям свои условия и оказалось выгоднее работать под СТМ с менее известными и менее крупными производителями. В России, несмотря на то, что в производство продукции СТМ вовлекается все больше предприятий, сохраняется нехватка компаний, характеризующихся высокотехнологичным оборудованием, эффективными и гибкими производственными процессами и имеющих опыт производства товаров *private label*. Крупнейшие производители работают по производству товаров под СТМ, так как это позволяет оказывать положительное влияние на позиции собственных брендов поставщика в розничной сети, а также оптимизировать логистические издержки. История СТМ в России началась в 2001 г., когда в розничной сети «Рамстор» была запущена линия подобных товаров. Стоит указать на тот факт, что в США товары СТМ появились еще в начале 1900-х годов.

Подводя итоги, можно отметить большой временной разрыв в появлении новшеств в сфере маркетинга на зарубежных рынках и рынке России. В разрезе анализа применения инновационных технологий очевидны несовершенства работы маркетинга в России, его медленные темпы развития и неготовность маркетологов разных уровней изучать и внедрять новые, перспективные технологии и методы продвижения средств маркетинговых коммуникаций. Российские маркетологи должны уделять внимание маркетингу не только как устоявшейся совокупности процессов и инструментов по продвижению товаров от производителей до потребителей, но и как активно развивающейся сфере рынка, включающей в себя большее количество новых, ранее не используемых, но перспективных маркетинговых приемов и инструментов, чем используется сейчас в России.

Широкое применение инновационных инструментов маркетинга приведет к увеличению количества действительных покупателей, увеличению сбыта продукции и оборота товаров, а в итоге – к повышению прибыли от реализации товаров, которую можно будет использовать для развития компании, улучшения качества работы с покупателями и улучшения рабочих мест персонала.

Список использованных источников:

1. Маркетинговые коммуникации: учебник/ под ред. И.Н. Красюк. – М.: Инфра-М, 2012.
2. *Пантелеева О.Б.* Моделирование торгово-экономических процессов: автореф. ... дис. к.э.н. – Москва, 1990.
3. *Сайбель Н.Ю., Сайбель Я.В.* Предпринимательский риск: проблемы теории и практики // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сборник научных трудов: вып. 16 / под ред. В.А. Сидорова. – Краснодар, 2014.
4. Ритейлеру и поставщику. RETAIL.RU. Официальный сайт. URL: <http://www.retail.ru> (дата обращения: 25.10.2014).
5. SMART CHECKOUT. Официальный сайт. URL: <http://smartcheckout.ru> (дата обращения: 05.11.2014).

Л.Ф. Прохода

Российский университет кооперации

*Научный руководитель:
А.А. Полиди, д.э.н., профессор*

СИСТЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ТРУДА

Механизм формирования рынка труда охватывает возможный спектр юридических, экономических, психологических и социальных факторов, которые определяют функционирование рынка труда.

Это осуществляется через определенные системы:

- систему всеобщего трудоустройства, включая широчайшую сеть служб занятости;
- систему банков необходимых данных обо всех рабочих местах;
- систему государственных целевых программ, оказывающих помощь в получении профессиональных знаний, а также потенциальном трудоустройстве;
- целевые программы предприятий, которые предусматривают переподготовку существующих кадров в связи с планируемой и возможной модернизацией общего производства;
- проведение на различных предприятиях политики полной стабилизации своих кадров, которая особо активно осуществляется в условиях современного финансово-экономического кризиса.

В отечественной экономической литературе различные аспекты занятости и рынка труда нашли отражение в работах таких авторов, как А.Н. Ананьев, С.А. Кузьмин, А.Н. Никифорова, А.С. Панкратов, И.С. Маслова, Г.М. Романенкова, Э.Р. Саруханов, А.С. Семенов, Л.С. Чижова, И.С. Шаршов, В.С. Буланов, Г.Г. Руденко, Г.Г. Меликьян, А.И. Щербаков и др.

Современный российский рынок труда на сегодняшний день наполнен проблемами, которые требуют незамедлительного решения. Уровень организованности рынка труда является одним из показателей стабильности экономического развития государства.

Является ли российский рынок труда на сегодня стабильным? Некая стабильность в неопределенности предлагаемых услуг на рынке труда отслеживается с завидным постоянством. Если несколько десятков лет назад человек соответствующего уровня квалификации, с определенным багажом знаний наверняка имел представление о том, где может быть использован его трудовой потенциал, то в наше время очень трудно реализовать себя.

Прослеживается некоторая закономерность в функционировании системы трудоустройства. Множество частных кадровых агентств в области трудоустройства занимаются оценкой возможностей и уровня квалификации нуждающихся в работе людей. Низкий уровень информированности молодых специалистов о возможностях трудоустройства по специальности приводит к бесконечным поискам работы. Многие образованные и талантливые люди так и не находят себя в своей профессии и посвящают свою жизнь в конце концов торговле чем-либо. Это то, что сегодня может предложить рынок труда без особых проблем. Встречаются высказывания, что люди, работающие не по специальности, просто ошиблись в выборе профессии. Вполне возможно есть и такие, но их не большинство. Почему люди ошибаются в выборе профессии? Каждый человек с детства мечтает о том, кем он станет. Познавая мир, даже ребенок мечтает себя видеть там, где ему комфортно. Возможно, сталкиваясь с трудностями при выборе профессии, многие люди признают ошибочным свой выбор.

На наш взгляд, современной системе трудоустройства не хватает опыта долгосрочного прогнозирования потребностей в тех или иных специальностях. В средствах массовой информации, на телевидении сплошь и рядом мы слышим, как хорошо быть юристом, адвокатом, певцом, композитором и т.д. Но очень мало информации о труде слесарей, ремонтников, работников сельского хозяйства и других рабочих специальностей, престиж которых должен определяться не только энтузиазмом работников, но и достойным уровнем дохода.

В последние годы происходят преобразования во всей экономической системе нашего государства, также происходит обновление системы образования. Замечательным является тот факт, что новые образовательные стандарты нацелены, прежде всего, на фор-

мирование личности и специалистов, востребованных на рынке труда. Изменения, которые происходят сегодня в образовании, являются требованиями настоящего и, надеемся, будущего работодателя.

Еще раз вернемся к тому, что прогнозы о количестве специалистов в различных областях деятельности должны быть даны заранее. Естественно, для привлечения внимания к востребованным профессиям, информационные системы рынка труда должны проводить агитационные работы среди молодежи соответствующих регионов, где возникла необходимость в специалистах. Низкий уровень развития инфраструктуры во многих регионах России не позволяет многим специалистам свободно переселяться из одного города в другой. Огромная разница в уровне доходов, как на региональном уровне, так и на межотраслевом, не способствует решению проблемы в нехватке специалистов в отдельных регионах и отраслях.

Согласно распределительной функции закона стоимости свободные денежные средства подлежат вложению в наиболее прибыльные и естественно престижные отрасли. Образование в России, на сегодняшний день, является не наиболее привлекательной отраслью для вложения капитала. Но образование формирует человеческий капитал страны, который А. Маршал считал самым прибыльным средством вложения денежных средств.

Как подготовить классного специалиста? Классного специалиста готовят соответствующие преподаватели, которые должны быть как теоретиками, так и практиками. Практического опыта в преподавании специальных дисциплин иногда не хватает многим преподавателям. Юристов, экономистов, бухгалтеров и других обучают специалисты, которые никогда не работали по соответствующим специальностям. Необходимо разработать систему стажировки преподавательского состава на основе договора с работодателем. Естественно невозможно в принудительном порядке обязать работодателя принимать участие в формировании будущих специалистов, но необходимо понимать, что высококвалифицированный персонал формируется в организации. Молодым специалистам необходимо предоставить возможность попробовать себя в профессии в процессе обучения, а потом делать выводы об ошибочности

выбора профессии. Производственные практики являются эффективными для тех студентов, которые выполняют функции и, хотя бы частично, должностные обязанности, характерные для его профессии.

Список использованных источников:

1. *Апокин А., Юдкевич М.* Анализ студенческой занятости в контексте российского рынка труда// Вопросы экономики. 2008. № 6. С. 98–111.
2. *Базыленко Т.* Влияние службы занятости на предпринимательскую активность безработных// Человек и труд. 2012. № 5. С. 28–32.
3. *Борзенков Р.* Территориальные аспекты малого бизнеса и занятость населения// Человек и труд. 2012. № 11. С. 61–63.
4. *Варшавская Е.Я.* и др. Непостоянная занятость: российский вариант// Управление персоналом. 2008. № 13. С. 44–46.

Т.Ю. Сеницына

*Кубанский Государственный
аграрный университет*

*Научный руководитель:
О.Ю. Франциско, к.э.н., доцент*

КООПЕРАТИВНЫЕ СВЯЗИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Интеграционные процессы в условиях рыночной экономики по сравнению с условиями административно-командной экономики претерпели кардинальные изменения, а кооперация стала рассматриваться с совершенно новых позиций.

Роли и месту АПК, вопросам о состоянии кооперации в ее разнообразных сферах в условиях рыночной экономики посвящено довольно значительное количество работ и научных статей отечественных и зарубежных экономистов.

Кооперация – это добровольная форма организации труда, где люди объединены и вместе участвует в одном или разных, но связанных между собой процессах труда.

Кооперативные объединения обычно основываются на паевом участии их членов, однако могут быть и иные варианты. В зависимости от целей создания и области экономической деятельности кооперативные объединения делятся на следующие виды.

Сельскохозяйственная кооперация объединяет сельхозпроизводителей для совместного производства продукции или осуществления иных видов деятельности в целях обеспечения экономических потребностей своих хозяйств (переработка, сбыт продукции, снабжение средствами производства и т.д.).

Сбытовая кооперация объединяет мелких товаропроизводителей для того, чтобы реализовать созданную ими продукцию. На начальных стадиях, когда происходило формирование кооперативного движения, сбытовая кооперация, так же как и кредитная, была наиболее распространенным видом кооперации. Многие сбытовые кооперативы осуществляют одновременно функции снабже-

ния собственных участников товарами производственного назначения. В настоящее время сбытовая кооперация чаще всего встречается в сельском хозяйстве.

Кредитная кооперация объединяет мелких товаропроизводителей, физических лиц в целях создания общественного денежного фонда для удовлетворения собственных потребностей членов кооператива в малом кредите. Средства кредитной кооперации формируются благодаря ссудным процентам, субсидиям государства, доходам от выпуска займов, обычно гарантированных производством, не считая паевых и членских взносов.

Промысловая кооперация объединяет мелких производителей в целях совместного производства товаров и оказания услуг. В настоящее время промысловая кооперация значительно меньше распространена по сравнению с остальными видами кооперации [2].

Сегодня наиболее распространенным видом кооперации аграрных предприятий является потребительская кооперация.

Потребительская кооперация – добровольное объединение людей посредством объединения его членами имущественных паевых вкладов для торговой, заготовительной, производственной и другой деятельности в целях удовлетворения материальных и других потребностей его членов. В РФ потребительская кооперация функционирует на основе устава как добровольные общества пайщиков или их объединений.

Главными ценностями потребительской кооперации, равно как и любого другого вида кооперации, считается единство, взаимовыручка, солидарность, демократия, справедливость, добровольность, сотрудничество, рациональное управление хозяйством, открытость, самостоятельность. Люди, ориентирующиеся на вышеперечисленные ценности, не могут не находиться друг с другом в товарищеских отношениях. В связи с этим в мире кооперации, включающем в себя на текущий момент один миллиард жителей Земли, принято обращение «товарищ».

Потребительский кооператив обычно создается в целях удовлетворения потребностей своих членов, в первую очередь в приобретении некоего имущества (частично в собственное владение, частично во владение кооператива), а затем в совместной эксплуатации данного имущества. Потребительский кооператив, как пра-

вило, не занимается коммерческой деятельностью. Если же в соответствии с законом и уставом кооператива такая деятельность все-таки осуществляется, то полученная от нее прибыль распределяется между членами кооператива.

Преимущества потребительской кооперации:

- в связи с надежностью участников кооператива обеспечивается устойчивость всех торговых операций;
- участники кооператива участвуют в разделении его доходов;
- выборы руководства кооператива проводятся демократическими методами.

Наряду с достоинствами можно выделить и некоторые недостатки потребительской кооперации:

- демократически избранное руководство может не иметь необходимого опыта предпринимательства;
- вследствие пассивного участия рядовых членов кооператива в отчетно-выборных собраниях существует вероятность выбора руководства кооператива не в соответствии с мнением большинства его участников.

Кооперация аграрных предприятий представляет собой форму партнерства экономически и юридически независимых аграрных предприятий для того, чтобы повысить надежность обеспечения, наиболее полного удовлетворения спроса на необходимые виды материальных ресурсов и услуг, повышения эффективности их деятельности.

Взаимосвязь потребительской кооперации с аграрными предприятиями производится по трем главным тенденциям:

- торговля товарами народного потребления населения и удовлетворение потребностей населения в соответствующих видах продукции, содействие в продаже продукции аграрных предприятий и доведение сельскохозяйственной продукции до потребителя;
- заготовка и обработка сельскохозяйственной продукции и сырья, обеспечивая, таким образом, безопасность и продажу продукции;
- выполнение функций социальной инфраструктуры населения, т.е. обеспечение услуг производственного и бытового характера.

Таким образом, на современном этапе развития аграрного сектора экономики страны сельскохозяйственным предприятиям для более эффективного функционирования и повышения конкурентоспособности целесообразно объединяться в различного рода кооперативы.

Список использованных источников:

1. *Франциско О.Ю.* Обоснование прогнозных сценариев сочетания производства и переработки сельскохозяйственной продукции в аграрных предприятиях (с использованием методов моделирования и оптимизации) // Труды Кубанского государственного аграрного университета. Вып. 5 (9). – Краснодар, 2007. С. 46–49.

2. *Франциско О.Ю.* Моделирование экономических параметров и прогнозных сценариев развития перерабатывающих производств сельскохозяйственных предприятий: монография. – Краснодар: КГУФКСТ, 2008.

3. *Молчан А.С.* Воспроизводство и капитализация экономического потенциала региональных социально-экономических систем: монография. – Краснодар: Арнаутов, 2011.

4. *Франциско О.Ю.* Кооперативные связи сельскохозяйственных и перерабатывающих отраслей предприятий: параметризация, моделирование и оптимизация // Инновационные исследования и разработки для научного обеспечения производства и хранения экологически безопасной сельскохозяйственной и пищевой продукции: материалы Всероссийской научно-практической конференции (3 июня – 8 июля 2013 г., г. Краснодар). – Краснодар, 2013. С. 193–196.

5. Интеграция и кооперирование в АПК в условиях рыночных отношений. URL: <http://www.dslib.net.ru>

А.Н. Титова

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
А.С. Попова, к.э.н., доцент*

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Важнейшей социальной отраслью, удовлетворяющей потребность человека в получении знаний, является образование. В настоящее время формируется новая рыночная модель образовательной системы, которая ориентируется на запросы рынка труда и в которой вуз выступает как самостоятельный субъект рыночной экономики. Успешное существование этой рыночной модели образования невозможно без систематизированной, комплексной, актуальной информации по проблемам образования. Применение современных методов анализа, оценки и прогнозирования, изменение масштабов и структуры системы образования существенно ускорит процесс его модернизации.

Реформирование системы образования сопряжено с рядом трудностей. Очевидно, что набор существующих показателей не соответствует современным реалиям: до сих пор отсутствуют показатели, дающие качественную оценку образования; нет данных, характеризующих тенденцию совокупных затрат на образование в расчете на одного обучающегося; отсутствуют полные данные о потребностях рынка труда в специалистах того или иного профиля и сведения о трудоустройстве выпускников по специальности [1].

За последние годы маркетинговые исследования приобрели характер широкой социальной деятельности. В маркетинговых исследованиях приходится работать с большими объемами информации, которые необходимо не только обработать, переводя их в количественные показатели, но и интерпретировать с учетом заявленного исследования.

Одним из важнейших принципов маркетинга сферы образования является ориентация на потребности социума в образовании и формировании высокообразованных и высокопрофессиональных кадров. В связи с этим неотъемлемой частью менеджмента учебных заведений должны стать маркетинговые технологии [3].

Объективная тенденция развития рыночной экономики требует систематизации новых явлений в сфере образования и разработки принципиально новых моделей управления процессом обучения и профессиональной подготовки бакалавров и магистров, востребованных на рынке труда.

Основная проблема всех уровней отечественного профессионального образования состоит в том, что оно недостаточно отвечает потребностям рынка труда и это особенно остро ощущается в условиях низкой географической мобильности рабочей силы. Это относится, прежде всего, к вузам, многие из которых продолжают готовить специалистов, не задумываясь о востребованности своих выпускников. Статистика показывает, что с 2008 по 2011 год число вузов в стране увеличилось в 1,75 раза (государственных – в 1,1 раза), численность студентов – более чем в полтора раза, однако от 30 до 40 % выпускников имеют нулевой рынок труда.

При решении поставленной задачи адекватности образовательных программ требованиям рынка (на примере ВолгГУ) нами была выбрана доминантная иерархия (рисунок 1).

В современных условиях оценка ситуации, сложившаяся на рынке образовательных услуг, должна базироваться на результатах маркетинговых исследований, позволяющих определить потенциал конкурентоспособности анализируемых учебных заведений, их учебных планов и образовательных программ. Для выявления сущности маркетинга в сфере образования необходимо рассмотреть комплекс его элементов и аспектов маркетинговых отношений (рисунок 2).

При обработке данных были выделены 12 критериев, которые определили оценку вектора приоритетов: 1 – быть уверенным пользователем приложения *Microsoft Office*; 2 – уметь пользоваться прикладными программами; 3 – владеть навыками программирования; 4 – наличие опыта работы; 5 – быть активным, иметь «пробивные» способности; 6 – быть творческой личностью, владеть иностранным

языком; 7 – быть исполнительным; 8 – быть коммуникабельным; 9 – обладать профессиональной компетентностью; 10 – иметь нравственные качества; 11 – иметь деловые качества; 12 – обладать высоким уровнем базовых знаний. После иерархического описания проблемы в виде структурной схемы устанавливаем приоритеты критериев и оцениваем каждую из альтернатив с учетом всех критериев, выясняя тем самым самый важный из них.

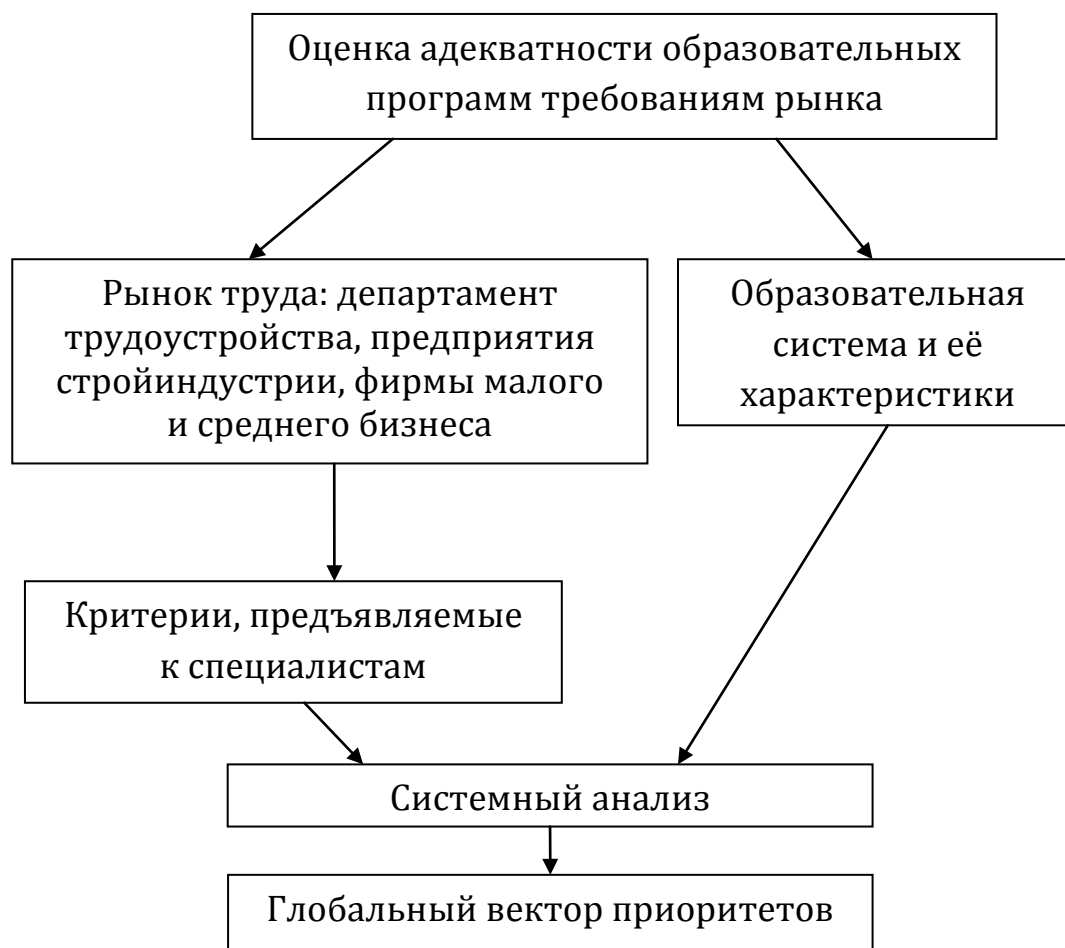


Рисунок 1 – Блок-схема решения поставленной задачи

Актуальность применения предлагаемого подхода обусловлена нестабильностью регионального рынка образовательных услуг, отсутствием четкого позиционирования отдельных вузов, нематериальностью образовательных услуг, сложностью оценки их потребителями, а также трудностями в сравнении аналогичных образовательных услуг, предлагаемых разными вузами. С помощью данного подхода возможно преодолеть эффект оценки качества образовательной услуги через глобальный вектор приоритетов.



Рисунок 2 – Основные участники (субъекты) рынка образовательных услуг

Предлагаемый подход позволяет учесть востребованность специальности на рынке труда, выявить направления улучшения позиций (какие критерии не соответствуют или соответствуют не в полной мере требованиям потребителей), а также отнести предоставляемую образовательную услугу к той или иной ступени деятельности вуза (рисунок 3).

Проблема становления маркетинга в вузе обусловлена сложностью и длительностью данного процесса. Деятельность вуза должна быть переориентирована на маркетинг как концепцию управления, что предопределяет изменение всей философии управления [2].

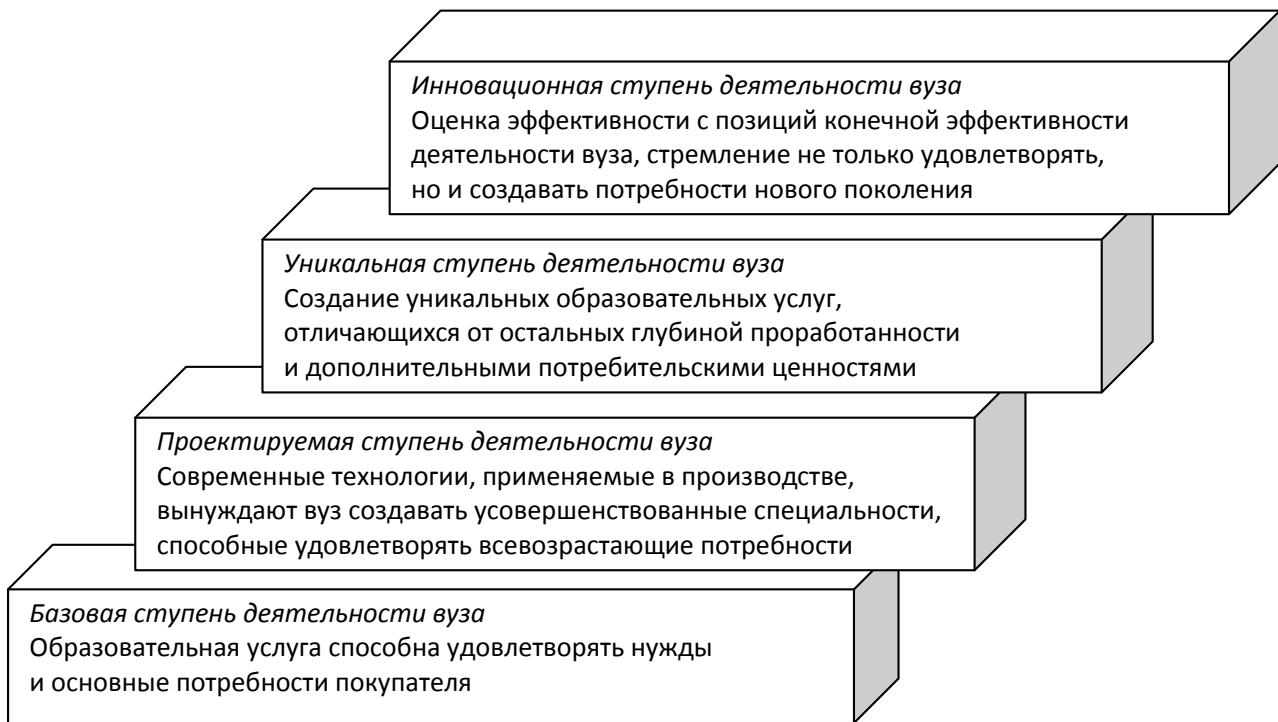


Рисунок 3 – Общая схема стратегического развития вуза по совершенствованию образовательных услуг

Таким образом, на основании рассмотренных методик с точки зрения документальной, методической, организационной, кадровой, материально-технической обеспеченности были выявлены основные маркетинговые действия по улучшению деятельности ВолГУ.

1. Разработка и утверждение критериев по всем характеристикам и видам деятельности профессорско-преподавательского состава (далее ППС), включая педагогическую, учебно-методическую, научную и другие.

2. Создание единого банка данных о ППС университета по всем утвержденным показателям.

3. Разработка собственной адаптированной методики анализа деятельности кафедр, позволяющей сравнить уровень и достижения кафедры с установленными критериями и степень ее соответствия требованиям университета.

Список использованных источников:

1. Бутенко Е.А. Формирование эффективной рекламы вуза на основе контент-анализа студентов // Предпринимательство. 2011. № 3. С. 42–47.

2. *Айдинова А.Т., Акопян К.А., Османов С.А., Попова А.С.* Обеспечение развития сферы образовательных услуг на основе использования рыночных инструментов. – Ставрополь, 2013.

3. *Попова А.С., Новоселова Н.Н.* Региональные особенности управления рынком информационных услуг // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2013. Т. 3. № 3. С. 141–145.

Е.В. Хмельницая

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

В.Н. Безлепкина, А.Т. Курмакаев

*Кубанский государственный университет
Научный руководитель:
С.Г. Спирина, к.юр.н., доцент*

РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ЛОГИСТИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Формирование к началу XXI века новой совокупности факторов внешней среды, влияющих на деятельность фирм в условиях роста информации и знаний, предопределило серьезные перемены во внешней среде бизнеса и отразилось на институциональной динамике взаимодействия фирм и внешней среды хозяйствования [2]. Возрастающие информационные потоки, их сложность и противоречивость, высокие затраты по их обработке и познанию предъявляют новые требования не только к профессиональным качествам менеджеров предприятий, но и в целом к организационным структурам фирм и их бизнес-моделям.

В результате многолетней хозяйственной практики за рубежом выработаны различные формы взаимодействия государства и частного капитала при реализации крупных общественно значимых инвестиционных программ и проектов в сфере природопользования, жилищно-коммунального хозяйства, общественного транспорта, сельского и лесного хозяйства, электроэнергетики и в других областях [1, с. 76]. Успешно работающие фирмы всегда знают, для кого предназначены их товары и услуги, поэтому они выявляют свой сегмент рынка.

Сегментация рынка – это определенная стратегия более рациональной и полной адаптации производства и маркетинговых технологий к потребностям и требованиям клиентов рынка. Она состоит в выделении из общей массы потенциальных потребителей продукции фирмы отдельных типичных групп, которые предъявляют

единые требования к товарам, одинаково реагирующих на рекламу, групп с теми же потребительскими мотивациями, предпочтениями и поведением. Каждая такая группа образует определенный сегмент рынка, ориентируясь на который осуществляется политика производства и продаж.

Очень часто цикл производства товаров меньше цикла его реализации, поэтому для организации воспроизводства часто приходится изыскивать заемные средства, которые в последующем покрываются выручкой от реализации товаров (услуг). При производстве товаров с разными экономическими циклами такие средства могут поступать как финансовый результат работы другого экономического цикла, в противном случае разрыв во времени между экономическим и производственным циклом увеличивает риски, что требует либо новых финансовых поступлений (кредитов), либо простоев в производстве, либо принятия других управленческих решений.

Достаточно наглядным примером российского предприятия, эффективно использующего на практике систему оптимизации логистических рисков, является сеть магазинов ОАО «Магнит», ЗАО «Тандер». Сеть магазинов ОАО «Магнит» многие годы является лидером по количеству продовольственных магазинов на территории их размещения.

Значительная часть торговых точек ОАО «Магнит» сконцентрирована в западной части страны, что согласно теории рисков обосновывает оптимальность ввоза товаров со стороны Европы и юго-западных границ страны. По мнению авторов, наиболее целесообразно использование экономико-математических методов для определения оптимального распределения товаропотоков [4, с. 106].

Рассмотрим экономическую постановку задачи оптимизации управленческих решений по выбору партнеров и объемам распределения материально-технических ресурсов.

Фирма обязана выполнить свои договорные обязательства по поставке определенного объема услуг. Для обеспечения своих обязательств она заключает договора с другими организациями. В условиях локальных кризисов либо неэффективной организации работы часть поставщиков разорилась, поставив исследуемую фир-

му в ситуацию невозможности в срок выполнить свои обязательства перед заказчиками.

Фирма заинтересована в скорейшем выполнении заказов, поскольку ее коммерческая выгода заключается в эффективном выполнении требований заказчиков по организации поиска и доставки определенного перечня товаров. Поэтому фирма вынуждена заключить контракты с новыми организациями (в дальнейшем поставщиками) на поставку недостающих по другим контрактам товаров [3]. Часть товара имеется на складе фирмы, но его количество недостаточно для обеспечения обязательств фирмы перед заказчиками. В случае поставки товаров по заказу позже срока фирма оплачивает штраф за каждый день просрочки. Штраф может быть дифференцируемым либо фиксированным. В случае дифференцируемого штрафа формула расчета штрафных санкций следующая:

$$F = \sum_{i=1}^m Sh_i * Kh_i,$$

где Sh_i – штраф по i -му заказу; Kh_i – количество дней просрочки по i -му заказу.

В связи с этим возникла задача выбора матрицы количества товаров, заказываемых у поставщиков, для наискорейшего формирования выполненных заказов потребителей и минимизации штрафов за не поставленный в срок товар [5, с. 87].

В общей постановке задачи у фирмы n товаров, которые надо доставить m заказам в определенных количествах (которые надо выполнить фирме). В таблице 1 отражена матрица $Tovz$ (размером n на m) – количество товара, распределенное по заказам.

Т а б л и ц а 1 – Количество товаров, распределенное по заказам – $Tovz$

	Заказ 1	Заказ 2	...	Заказ m
Товар 1				
Товар 2				
Товар i -ый			$Tovzij$	
Товар n				
ВСЕГО				

В таблице 2 отражены сроки поставок товаров, за которые фирма может заказать недостающий у нее товар, учитывая, что со склада товар доставляется за 0 дней, так как он уже есть у фирмы (срок доставки заказчиком минимален и не учитывается).

Т а б л и ц а 2 – Сроки поставок товара – $Sr_{n \times (p+1)}$

	Склад	Поставщик 1	Поставщик 2	Поставщик j	Поставщик p
Товар 1	0				
Товар 2	0				
Товар i	0			S_{rij}	
...	0

В таблице 3 указано количество товара, которое можно приобрести у разных $p+1$ поставщиков для выполнения заказов.

Т а б л и ц а 3 – Количество поставок товара – $K_{n \times (p+1)}$

	Склад	Поставщик 1	Поставщик 2	...	Поставщик j	...	Поставщик p
Товар 1							
Товар 2							
...							
Товар i					K_{ij}		
...							
Товар n							

Необходимо минимизировать сумму штрафов по всем заказам при следующих ограничениях:

- 1) количество заказанных товаров у разных поставщиков должно быть целым и неотрицательным;
- 2) по каждому заказу сумма заказанных товаров у разных поставщиков должна быть равна заказу по данному товару;
- 3) по каждому товару общая сумма по поставщикам не должна превышать возможности поставщиков;
- 4) необходимо учесть приоритетность товаров на складе: в первую очередь должны быть распределены товары со склада.

Рассмотрим экономико-математическую модель:

Исходные данные:

- 1) невыполненные заказы с перечнем и количеством товара заполняются в виде таблицы $1 - Tovz_{ij}$;
- 2) сроки поставок товара – $Sr_{n \times (p+1)}$;
- 3) количество возможных поставок – $K_{n \times (p+1)}$
- 4) сроки поставки заказов – t_j .

Обозначим за $(p+1) \times n \times m$ – матрицу количества поставок i -го товара j -му поставщику, который надо заказать фирме, чтобы получить минимальную сумму штрафных санкций от своих заказчиков.

Штраф по каждому заказу обозначим – Sh_j . Если хотя бы один товар из перечня по j -му заказу не поставлен в срок, то заказ считается невыполненным, на каждый день просрочки начисляется штраф:

$$Sh_j = Tarif * Kh_j, \text{ где}$$

Kh_j – количество дней просрочки по j -му заказу.

Целевая функция будет следующая:

$$\min F = Tarif * \sum_{j=1}^m Kh_j.$$

Для реализации данной модели, необходима формула расчета элементов Kh_j : количество дней просрочки по каждому заказу формируется как максимальная разница между сроком поставки товара Sr_{iq} и сроком доставки заказа t_j .

$$Kh_j = \max(Sr_{ij} - t_j), i = 1..(p+1) * n; j = 1..m.$$

Решения поставленных задач возможно с помощью аппарата динамического программирования, либо с многократным использованием задач оптимизации. Проанализировав работу логистических структур на примере организации работы крупного предприятия ЗАО «Тандер» и 15 предприятий малого бизнеса Краснодарского края, авторы предлагают следующие выводы:

- 1) использовать формализацию оптимизационных задач управления распределением логистических процессов, что позволяет

на базе стандартных программных средств либо создания дополнительных программ экономить не только денежные средства организаций (корпораций) по доставке товаров, но и сокращать расходы предприятий на привлечение сторонних организаций;

2) использовать логистические модели управления цепью поставок для оптимизации как закрытых систем и монопольных рынков, так и открытых экономических систем.

Список использованных источников:

1. *Пантелеева О.Б., Пантелеева М.А.* Анализ информационного обеспечения привлечения инвестиций в России // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сборник научных трудов/ под ред. В.А. Сидорова. – Краснодар, 2014. С. 76–82.

2. *Помазан С.В.* Уголовно-правовые меры борьбы с организованной преступностью // Экономика. Право. Печать: вестник КСЭИ. 2010. № 1-3 (41–43). С. 142–145.

3. *Сорокожердьев В.В., Константиныди Х.А., Бугакова Н.П.* Экономико-правовые аспекты реализации стратегии модернизации России и достижения целей эффективного развития // Экономическая наука современной России. 2014. № 3 (66). С. 173–177.

4. *Спирина С.Г., Калайдин Е.Н.* Моделирование факторов финансового риска в производственной деятельности экономических субъектов // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сборник научных трудов. – Краснодар, 2013. С. 104–109.

5. *Спирина С.Г.* Влияние автоматизации технологии применения формирования WEB-документов продукции организаций на их финансовую устойчивость // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2012. № 3-1. С. 86–90.

М.О. Червинская

Краснодарский университет МВД России

Научный руководитель:

А.И. Ладыга, к.э.н.

МИРОВОЙ ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА КАК ОСНОВЫ ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В постоянно меняющихся условиях рыночной экономики главной целью для многих предприятий является обеспечение конкурентоспособности своего товара, продукции, услуги. Только отличное качество способно обеспечить победу предприятию в конкурентной борьбе. Для достижения нужного уровня качества необходимы соответствующая материальная база, квалифицированные кадры, правильная мотивация и четкая организация управления. Вследствие этого возникает вопрос о внедрении, функционировании и совершенствовании системы менеджмента качества, обеспечивающей эффективное управление фирмой на всех уровнях.

В настоящее время существует огромное количество различных моделей, систем, направленных на анализ, оценку, прогнозирование эффективности управления. Однако многие из этих моделей отражают сложные экономические процессы с помощью жестких схем и формул, которые не способны уловить все происходящие изменения свойств и структур экономики. Система менеджмента качества – это совокупность организационной структуры, процессов, методик, всех ресурсов, необходимых для общего управления качеством. Данная система нацелена на непрерывное совершенствование деятельности предприятия, на повышение конкурентоспособности организации как на отечественном, так и на мировом рынке. Таким образом, система менеджмента качества – организационная система, основанная на процессной модели, ориентированная на достижение поставленных целей – результатов деятельности, сформулированных должностными лицами. Система увеличивает процент вероятности их достижения.

В современных положениях системы менеджмента качества отражены принципы *total quality management* – метода постоянного повышения качества всех организационных процессов, производства, сервиса. Параллельное усовершенствование качества продукции, организации процессов, квалификации персонала позволяет достичь эффективного развития бизнеса.

Ориентация на потребителя, вовлечение персонала, лидерство руководителя, процессный и системный подходы к менеджменту, постоянное улучшение, принятие решений, основанных на фактах, взаимовыгодные взаимоотношения с поставщиками – вот основополагающие принципы системы менеджмента качества, только взаимосвязь всех элементов способна привести предприятие к успеху. Внедрение данной системы не означает разрушения всех принципов и устоев компании, речь идет лишь об их модернизации с использованием мирового опыта и современных методов управления. Безусловно, при использовании системы могут возникнуть определенные риски, которые изображены на рисунке 1.

Для устранения возможных рисков необходимо помнить о проведении предварительного аудита, способного выявить и своевременно решить возникшие проблемы, связанные с отклонениями в документации, в процедурах управления и контроля, в распределении, использовании ресурсов. Результатом аудита станет повышение эффективности системы управления предприятием.

Как показывает практика, многие российские предприятия, готовые ввести систему менеджмента качества, часто пренебрегают опытом зарубежных фирм. Для наиболее успешного и легкого внедрения системы мировые компании придерживаются следующих принципов управления, мотивации и стимулирования:

- 1) обеспечение занятости, создание доверительной обстановки на фирме;
- 2) определение и поддержание основных ценностей предприятия;
- 3) постоянное присутствие руководства на предприятии;
- 4) управление, ориентированное на повышение качества;
- 5) управление, основанное на достоверной информации;
- 6) поддержание порядка;

7) использование инструментов материального стимулирования и роста заработной платы, включая и возможность увеличения дивидендов.

Неопределенность требований со стороны потребителей	 <p>Все это может привести к следующим рискам</p>	Частичная потеря управляемости процессами
Применение типовых проектных решений		Дополнительный объем работы, связанный с устранением несоответствий
Отсутствие подготовленного высококвалифицированного персонала		Невыполнение реализаций проектов в необходимый срок
Неполное или несвоевременное обеспечение ресурсами		Полное или частичное несоответствие системы менеджмента качества международным стандартам
Пассивная роль персонала		
Нерешительность и неопределенность руководства		
Формальный подход к внедрению системы		

Рисунок 1 – Возможные риски при внедрении системы менеджмента качества

Анализируя первый принцип, нужно отметить, что для руководства многих иностранных компаний главными целями являются: создание наиболее комфортных условий для своих сотрудников, снижение текучести кадров, повышение квалификации персонала, рост и личностное развитие каждого работника. При создании доверительной обстановки, безопасных условий труда, правильного графика режима труда и отдыха возрастает не только производительность труда в целом, но также происходит генерация новаторских предложений. Акцентируя внимание на удовлетворенность персонала своим местом работы, предприятие уменьшает сопротивление, исходящее от сотрудников, при внедрении новой системы менеджмента качества.

Гласность, ценность организации – база для внедрения и поддержания системы менеджмента качества. Важность личного общения, коллективных встреч и сборов отражается, с одной стороны, в заботе о сотрудниках, а с другой стороны, в определении общего источника информации. Только при личной встрече членов управленческого аппарата и рядовых сотрудников образуется общий источник информации о текущем состоянии дел на фирме. В результате создается атмосфера участия каждого члена предприятия и общей ответственности, все это существенно влияет на достижения успешных результатов. Подобные встречи в отечественных компаниях происходят в виде так называемых вызовов на «ковер», что, безусловно, является стрессовой ситуацией для сотрудников, влекущей за собой апатию, отсутствие корпоративного духа. Изменить ситуацию возможно с помощью постоянной заботы о кадрах со стороны работодателей.

Постоянное присутствие должностных лиц на предприятии повышает эффективность работы сотрудников, позволяет быстро решать возникшие проблемы, накапливать инновационные идеи и вводить их в производственный процесс. Система иерархии и этажей, часто применяемая на отечественных предприятиях, не способна обеспечить новую систему качества по причине отсутствия основополагающего принципа – лидерства руководителя. Посредственное отношение должностного лица к проблемам предприятия вызывает естественное сопротивление персонала к нововведениям. Только формирование стратегического решения и проявление лидерских качеств во много раз повышает эффективность внедрения.

Многие зарубежные экономисты считают производительность вторичной. Когда предприятие вкладывает силы, ресурсы на улучшение и поддержание должного качества продукта, то производительность начинает автоматически расти. Такая закономерность была выявлена несколько десятилетий назад. В России до сих пор прибыль, производительность являются первичными, нежели качество. Именно смена взглядов на все производство в целом, с акцентом внимания на качество, может существенно повлиять на создание необходимой модели управления, когда производительность, а вследствие и прибыль будут расти самостоятельно. Весь

процесс закономерен – чем выше качество продукта, услуги, тем лучше будет удовлетворен потребитель, тем большему количеству он порекомендует данного производителя, возрастет спрос, увеличатся продажи, повысится производительность и, конечно, прибыль. Именно система менеджмента качества привнесет перемены в структуру получения прибыли.

Руководитель, владеющий сегодня информацией, имеет огромное преимущество перед своими конкурентами. Ведь именно управление, основанное на достоверных данных, играет важную роль в процессе донесения до сотрудников основных требований поставщиков и потребителей. Зная точно цель и необходимые требования, сотрудники способны качественно и быстро выполнить свои должностные функции и поставленные задачи. Сбор, анализ, систематизация данных дают возможность прогнозировать появление дефектов и ликвидировать их в будущем, вследствие чего происходит повышение экономической эффективности производства и качественных характеристик продукта предприятия. Причиной низкого уровня информированности в российских фирмах является страх перед наказанием. Многие сотрудники боятся признать свою ошибку из-за суровых наказаний со стороны руководства (иногда вплоть до увольнения). Управляющие должны осознавать, что поиск виновных не устранил причину и последствия ошибки. Совместное решение проблемы будет способствовать формированию нового поведения у работников, когда в случае ошибки, не боясь наказания, сотрудник сможет доложить о ней управляющему заранее, избежав тем самым больших затрат по ее устранению. Итогом станет максимальное улучшение качества продукции, избежание в дальнейшем новых ошибок, минимизация затрат, увеличение экономической эффективности, создание доверительной среды, легкое внедрение новой системы управления.

Качество – это проявление порядка. Высокотехнологичное производство всегда отличалось чистотой и порядком на производстве, в цехах. Контроль за чистотой рабочих мест повышает уровень качества продукта.

Все вышеизложенные принципы мирового опыта наглядно показывают переход экономики с количественного на качественный метод управления. В век новой, инновационной экономики каче-

ство, потребители, человеческие ресурсы ставятся на первое место. Развивая правильную систему управления, а именно систему менеджмента качества, предприятие способно достигнуть больших высот.

Список использованных источников:

1. *Бедрина Е.А., Бедрина В.В.* Проблемы внедрения систем менеджмента качества в России // Сибирский торгово-экономический журнал. 2009. № 8. С. 55–58.

2. *Лисицина Е.* Система менеджмента качества: как преодолеть ловушки // Клуб менеджеров. 2011. URL: <http://www.executive.ru/knowledge/announcement/1493892>

3. *Шмелева А.Н.* Сущность, структура и функции организационной системы управления операционной эффективностью системы менеджмента качества предприятия // Перспективы науки. 2011. № 4. С. 164–167.

4. *Шмелева А.Н.* Качественные инструменты оценки операционной эффективности СМК предприятия // Российское предпринимательство. 2010. № 9. Вып. 1. С. 88–92.

А.В. Чернова, Д.Ю. Сушкова

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
М.А. Воробьева, к.полит.н.*

ЛИДЕРСТВО И РУКОВОДСТВО ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА

Тема лидерства и руководства для менеджмента всегда была актуальной. Несмотря на достаточно большое количество литературы по данному вопросу, интерес авторов к этой тематике не ослабевает, появляются все новые и новые подходы и мнения. Цель настоящего исследования – показать некоторые изменения во взглядах на лидерство современных авторов, используя контент-подходы.

Сами понятия «лидерство» и «руководство» до настоящего времени имеют множество трактовок, однако можно согласиться с тем, что не каждый руководитель – лидер, и не каждый лидер – руководитель...

Например, известный отечественный социальный психолог, крупнейший специалист в области психологии малых групп и психологии управления, доктор психологических наук, профессор Р.Л. Кричевский считал, что любое предприятие, учреждение может рассматриваться в двух планах: как формальная и неформальная организация. Соответственно двум этим организационным структурам присущи два типа отношений людей: формальных и неформальных. Отношения первого типа – должностные, функциональные; отношения второго типа – психологические, эмоциональные. Так, руководство, по его мнению, – феномен, имеющий место в системе формальных отношений, а лидерство – феномен, порожденный системой неформальных отношений[1].

Но, возможно, наиболее полно различия между двумя этими понятиями отражены в работе Б.Г. Парыгина, основоположника научной социальной психологии, советского и российского философа и психолога. Он приводит целый ряд отличий между лидерством и руководством.

Что касается современных публикаций, то внимание привлекли статьи и интервью Н. Семиковой, опубликованные в журнале «Управление персоналом» (2010 г., № 2 – «Лидерство. Важнее людей могут быть только люди...» и 2013 г., № 23 – «Они уже в школе были «львятами»).

Изучив текст статьи «Лидерство. Важнее людей могут быть только люди...», возникает мысль о том, что лидером может стать каждый, но каждому ли это нужно, для каждого ли важно это? Для достижения положения лидера как минимум необходимы определенные качества. Одни из них даются человеку от природы другие же могут быть сформированы в процессе самосовершенствования.

Как написано в этой статье, лидерство – это талант, который нужно совершенствовать и развивать. Обстановка с лидерскими качествами у руководителей, по крайней мере в России, не менялась уже давно. Известная всем установка – «начальству виднее...» – не дает мотивации к развитию именно лидерских качеств в современных организациях. Не каждый руководитель видит и понимает, что люди – это самый важный капитал и ресурс в его компании и что найти способ управлять своим персоналом необходимо для эффективной работы. Очень важным аспектом этой проблемы является то, что многие руководители только подают пример, а во все не являются примером для своих подчиненных, что противоречит теории лидерства как таковой.

Помимо этого, в современной жизни организации зачастую складывается ситуация, когда, как отмечал Жан Лабрюйер, «люди так заняты собой, что у них нет времени вглядываться в окружающих и справедливо их оценивать. Вот почему те, у кого много достоинств, но еще больше скромности, нередко остаются в тени». Да, в большинстве случаев руководители высших звеньев, директора предприятий заняты множеством производственных первоочередных задач, но говорить о том, что они не «вглядываются в окружающих» на своем предприятии, несправедливо. Например, наблюдая работу в компании «Гурман» (ресторан KFC), было отмечено, что многие, приходя на работу в компанию, меняются на глазах, начинают проявлять лидерские качества. Исключения составляют те, кому ничего не нужно, они пришли, чтобы зарабатывать деньги, им не интересно саморазвитие. Руководители компании за-

интересованы в выявлении потенциальных лидеров, которые смогут решать задачи организации, проводить изменения и совершенствовать процессы. В компании проводятся специальные тренинги: «Работа в команде», «Карточки признания», для этих же целей «работают» плакаты, которые мотивируют сотрудников на те или иные действия, чтобы выйти из тени скромности и достичь успехов в формировании лидерских качеств.

Исходя из текста статьи, следует, что не существует определенных личностных черт, наличие которых гарантирует успех. Успеха могут добиваться люди, обладающие самыми разными достоинствами, и это должно вселять уверенность в каждого. Главное не наличие стандартных достоинств как списка умений, а умелое использование своих собственных индивидуальных качеств. Лидер – это не только тот, кто может повести за собой. Это тот, кто просто умеет идти впереди всех, увлекая других своим примером. Лидерство – это выражение внутренней силы человека, уверенности в себе. Такой человек не боится, не сомневается, он берет ответственность и за тех, кто идет за ним.

Рассматривая статью Натальи Семиковой с позиции отношения к «лидерству» и «руководству», отметим, что автор проанализировала современный рынок труда со своими «кастами» и обозначила определенные направления в организационном поведении. На рынке есть люди-«львы», то есть настоящие лидеры, а есть люди-«бараны», мягкотелые, но упертые и действующие в определенных рамках люди. Что это значит? В бизнесе, в жизни каждый человек, претендующий занять место лидера (т.е. льва) в коллективе, должен обладать рядом лидерских качеств. Именно лидерские качества и определяют роль лидера, объясняют, почему одни становятся таковыми и готовы увлечь и повести за собой, другие же не принимаются в этом качестве и не пользуются авторитетом. Знать себя, чувствовать, что происходит внутри себя, уметь прислушаться к своим эмоциям и чувствам, к своей интуиции, четко и ясно представлять, чего ты хочешь – неотъемлемое качество лидера. Это помогает ориентироваться в жизни и понимать других людей, это помогает не упустить свой шанс, распознав подходящую возможность. Настоящего лидера не сбить с намеченного пути, им сложно манипулировать, потому что он точно знает, что хочет. Что касается «баранов», то здесь все

наоборот: он боится каких-либо телодвижений, действует в рамках поставленных задач, а самая главная проблема – это неуверенность в себе.

Автор в статье обращает внимание на то, что у «львов» в подчинении должна быть группа «львов», то есть профессионалов своего дела, которые могут преодолеть любые преграды в рамках своего профессионализма. Но если «лев» поведет за собой «баранов», то он просто может задавить их своей силой, авторитетностью, харизмой. Также автор указывает на то, что бывают и исключения из правил. «Бараны» могут создавать свой бизнес, но будет ли он успешен зависит от того, есть ли поблизости «лев», который будет руководить всем «парадом». Чаще всего такие тандемы становятся лидером на рынке, так как «львы» передают бизнесу энергетическое движение, а «бараны» оперативно думают (от этого и результат).

Не согласимся с автором, которая считает, что сейчас молодежь ни к чему не стремится, не имеет цели в жизни. Изменились психология и отношение к жизни, нет настойчивости и молодые люди лишены самостоятельности. Если обратиться к анализу предыдущей статьи, то главное – заметить, найти и замотивировать молодых людей. Как показывает практика, такой опыт есть в компании «Гурман» (ресторан KFC). Нынешняя молодежь полна энергии, но не всегда есть удовлетворенность в работе, возможно, потому, что многие не знают, чего хотят от жизни. Помимо этого, причиной могут быть бессознательные страхи. Человек боится сделать что-то не так. Часто это связано с неправильным воспитанием. В детстве ребенку не давали самостоятельно принимать решения, не заставляли думать, за него все делали родители. По данным социальных психологов, только от 5 до 15% населения нашей страны сами принимают решения, остальные выполняют чужие. Поэтому, чтобы стать лидером и быть успешным, необходимо избавляться от детских комплексов. Более того, можно говорить о некой «шкале успешности». Чем меньше комплексов из детства, тем успешнее жизнь во взрослом возрасте. Опять же, нет ничего страшного, если человек выбирает для себя позицию «барана», так как это ему по душе и он чувствует себя комфортно. Вне зависимости, какой путь для себя выбирает человек, главное – не лениться и правильно поставить задачи. Каждый человек должен быть на своем

месте, знать себе цену. Есть золотое правило на пути к саморазвитию и профессионализму, которое является своего рода психологической установкой: «Думайте о том, что в первую очередь хотите Вы от жизни, а уж потом, чего хотят другие».

Данное исследование с использованием элементов контент-анализа, по нашему мнению, будет интересно: студентам, которые пока только вырабатывают управленческие компетенции, им важно знать в каком направлении надо двигаться; менеджерам, которые уже имеют свой опыт в управлении, но продолжают самосовершенствоваться; управленцам, которые пока еще не задумались над тем, что быть успешным руководителем можно только тогда, когда ты являешься лидером.

Список использованных источников:

1. *Кричевский Р.Л.*, Социальная психология. Психология личности. – М.: Статут, 2007.
2. *Лидерство. Важнее людей могут быть только люди...// Управление персоналом.* 2010. № 2. С. 15–17.
3. *Парыгин Б.Д.* Социальная психология. Истоки и перспективы. – СПб: СПбГУП, 2010.
4. *Семикова Н.* Они уже в школе были «львятами» // *Управление персоналом.* 2013. № 23. С. 8–11.

В.И. Исмаилова, И.В. Шевченко

*Ставропольский государственный
аграрный университет*

*Научный руководитель:
А.Т. Айдинова, к.э.н., доцент*

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛАНДШАФТНОГО ДИЗАЙНА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РОСТА

Ландшафтный дизайн как бизнес в нашей стране стал популярен совсем недавно. Целью данного исследования является выявление факторов, которые влияют на перспективы озеленения и рост конкурентоспособности российских ландшафтных услуг.

Рынок ландшафтных услуг поделен на следующие сектора: частный, городской и корпоративный. Выбирая направление деятельности, необходимо учитывать специфику каждой отрасли. Заказы городского сектора по благоустройству территорий выгодны своей масштабностью, но чтобы получить их, компания должна принять участие в муниципальном тендере. Существенным недостатком таких заказов является то, что городские власти часто задерживают выплаты. Частные заказы проще найти, у компании появляется возможность осуществить свои дизайнерские находки, получить отличную практику. Но такие заказы обычно краткосрочны. Вследствие этого необходимо сочетать заказы всех секторов.

В качестве основных направлений деятельности компании выбирают комплексный ландшафтный дизайн и озеленение. Она включает в себя такие работы, как вертикальное озеленение, проект дренажной системы садового участка, посадка декоративных деревьев и кустарников, устройство декоративных водоемов и прочие ландшафтные услуги. Клиент часто предпочитает получать «все и сразу».

В настоящее время российский ландшафтный дизайн на стадии начального формирования. Это, в первую очередь, из-за ряда препятствий для развития этой сферы деятельности, таких как слабый интерес к дизайнерским услугам, дефицит высококвалифи-

цированных специалистов на рынке и недостаточное внимание к опыту лидеров в мире ландшафтного дизайна. Уровень рентабельности ландшафтного бизнеса составляет в среднем 15–20%.

Основными мотивами работы в своей сфере деятельности дизайнеры отмечают высокую заработную плату и надежды на повышение спроса на услуги ландшафтного дизайна. Уровень российского дизайнерского образования в настоящее время можно рассматривать как средний.

Сегодня рынок меняется качественно. У заказчиков появляются совершенно другие требования. Возникает акцент на «индивидуальный» сад, то есть сад, созданный специально для конкретного человека. Для ландшафтных фирм важно отслеживать тенденции рынка и гибко реагировать на них, в том числе предлагая клиентам ландшафтное проектирование или комплексный уход за садом. Заказчики стали более рационально относиться к своим финансовым вложениям. В то же время рынок стал более стабильным, спрос на услуги ландшафтного дизайна не падает, повышается качество работы.

В условиях рыночной экономики в области ландшафтного дизайна, как, впрочем, и в любой другой, компания не сможет добиться стабильного успеха, если руководитель не будет четко планировать свою деятельность, регулярно собирать и систематизировать информацию как о состоянии рынков, конкурентов, положения на них, так и о собственных перспективах и возможностях. Особая роль в этом принадлежит правильному использованию на предприятиях ландшафтного дизайна маркетинговых инструментов.

Планирование, организация и система контроля на предприятии – три основных составляющих любого процесса, от которых зависит эффективность управления маркетингом. В общем, маркетинг является рабочим инструментом для действующих компаний во всех сферах бизнеса, в том числе в области ландшафтного дизайна.

Рынок ландшафтного дизайна в нашей стране развивается быстрыми темпами. Это связано с активным строительством на пригородных территориях и общим благосостоянием населения. Кроме того, спрос на эту услугу часто даже превышает предложение, поэтому рынок по-прежнему открыт для появления новых игро-

ков на нем. Эксперты считают, что развитие этого рынка связано с множеством проблем, которые в будущем способны направить его в неправильном направлении. Во-первых, стихийным и неорганизованным появлением множества фирм, которые специализируются на ландшафтном дизайне. Эти компании (чаще всего однодневные) разрушают ценовую политику профессиональных объединений дизайнеров. Кроме того, они не соблюдают определенные технологии, поэтому есть серьезные вопросы о качестве выполненных работ. Следует отметить, что вся работа по организации предоставления услуг в области ландшафтного дизайна имеет определенный алгоритм:

- 1) реклама (например, хорошее качество разработанного сайта принесет несколько потенциальных клиентов в день);
- 2) умение понять желание заказчика (часто клиент не может выразить словами свои пожелания);
- 3) разработка и координация всех этапов работ и оплаты;
- 4) обсуждение дальнейшей работы по обслуживанию созданного ландшафта.

Любая компания, предоставляющая услуги ландшафтного дизайна, должна уметь выявлять открывающиеся рыночные возможности. Многие разрабатывают новые идеи, просто внимательно наблюдая за изменениями рынка.

Роль маркетинга в области ландшафтной архитектуры – это повышение ее торгово-рыночной эффективности. В настоящее время маркетинг понимается как выражение направленного на рынок управленческого стиля мышления, реагирующего не только на развитие рыночной обстановки, но и изменение параметров рынка, то есть его увеличение и обеспечение безопасности.

Следовательно, эта работа позволяет наиболее полно исследовать взаимосвязь маркетинга и ландшафтной архитектуры и сделать вывод, что маркетинг является неотъемлемой частью компании, предоставляющей услуги ландшафтного дизайна.

Список использованных источников:

1. *Айдинова А.Т.* Исследование процессов формирования, функционирования и развития рынка услуг // *TerraEconomicus*. 2009. Т. 7. № 4. С. 161–164.

2. *Голубков Е.П.* Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. – М: Финпресс, 2003.
3. *Завгородняя А.В., Ямпольская Д.О.* Маркетинговое планирование. – СПб.: Питер, 2002.
4. *Кужаева А.Т.* Особенности риск-менеджмента в масложировом подкомплексе АПК (на материалах Ставропольского края): дис. ... канд. экон. наук. – Ставрополь, 2005.
5. *Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н.* Маркетинг. – СПб.: Питер, 2002.
6. *Лернер М.Ю.* Перспективы промышленного дизайна в России // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. № 4. С. 68–71.

Раздел 5

БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

К.В. Бакаева, Е.И. Сердюченко

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
Е.Н. Калайдин, д-р физ.-мат. наук, профессор*

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ

Информационные системы широко используются в различных сферах, но до сих пор не могут в полном объеме освоиться в сфере управления. В настоящее время существует проблема неполноценного использования ИС в сфере управления бизнес-процессами, направленными на развитие предприятий, в том числе в управлении персоналом. Не все руководители приходят к выводу о значимости и необходимости использования ИС в управлении компаний с высоким уровнем конкурентоспособности.

Информационные системы управления (ИСУ) предназначены для решения аналитических и управленческих задач. Это информация, которая обычно представляет собой регулярные или специальные управленческие отчеты, содержащие сведения о прошлом и настоящем объекта или процесса. Оперативный анализ информации дает возможность построить наиболее оптимальный вариант развития компании.

На современном рынке наблюдается многообразие ИСУ, которые могут быть классифицированы по следующим признакам:

- по виду задачи, которую решает;
- по значению решаемого вопроса;

- по технологическому строению.

Одной из задач, которую позволяет решить информационная система управления организацией, является задача управления персоналом предприятия.

Персонал – это основная движущая сила при достижении стратегических целей бизнеса и важнейший ресурс. Квалифицированные кадры играют важнейшую роль в работе современного предприятия, являясь одним из его главных производственных активов. В связи с постоянным укрупнением, расширением современного рынка, производства и торговли, появлением все новых и новых фирм спрос на квалифицированный персонал ежегодно увеличивается.

Теперь не только поиск, подбор и привлечение, но и адаптация, обучение сотрудников, управление их развитием, лояльностью, эффективностью, а также удержание специалистов – все это является ключевыми направлениями деятельности современной кадровой службы компании. Речь идет как о малом, так и о крупном бизнесе, о различных областях предпринимательства (производственные и торговые предприятия, сфера услуг), о разных специализациях (строительные, туристические, медицинские, финансовые и многие другие фирмы).

Ключевым и самым сложным процессом в управлении любой организацией является именно управление персоналом (*HRM-HumanResourcesManagement*). Под управлением персоналом стоит понимать весь коммуникационный процесс с персоналом, целью которого является достижение результата, заданного общей целевой стратегией компании. В настоящее время существует две классификации управления персоналом:

- классическое управление персоналом;
- управление персоналом с использованием ИС.

Механизм управления персоналом представляет собой систему органов управления, средств и методов, направленных на удовлетворение потребности предприятия в рабочей силе требуемого количества и качества к определенному времени.

В классическом виде система управления персоналом характеризуется следующими признаками:

- соответствие персонала целям и миссии организации (уровень образования, квалификации, отношение к работе);

- эффективность системы работы с персоналом – соотношение затрат и результатов, потребность в инвестициях, выбор критериев оценки результатов работы с персоналом;
- избыточность или недостаточность персонала, расчет потребности, планирование количества;
- сбалансированность персонала по определенным группам профессиональной деятельности и социально-психологических характеристик;
- структура интересов и ценностей, существующих в группах персонала управления, их влияние на отношение к труду и его результаты;
- ритмичность и напряженность деятельности, определяющие психологическое состояние и качество работы;
- интеллектуальный и творческий потенциал персонала управления, отражающий подбор и использование персонала, организацию системы развития персонала.

Необходимость внедрения системы управления персоналом обусловлена:

- готовностью руководителя предприятия или его команды оценить значение управления персоналом в реализации профессиональных возможностей персонала;
- наличием финансовых возможностей создания системы управления персоналом;
- обеспеченностью организации подготовленными специалистами по управлению персоналом.

Цель системы управления – обеспечение кадрами, организация их эффективного пользования, профессионального и социального развития. Функции системы управления персоналом нацелены на формирование кадровой службы, включая обеспечение внутренних условий ее функционирования.

HR-систему можно определить как комплекс технологий, автоматизирующих и облегчающих работу с персоналом на всех уровнях, от оперативного (повседневный учет данных) до стратегического (принятие решений по развитию компании). В идеале работа этих уровней должна быть связана между собой и подчинена общей логике управления персоналом в соответствии с принятой стратегией, выраженной в бизнес-процессах, с помощью электрон-

ного документооборота. HR-система способна эффективно взаимодействовать с финансовыми, производственными и другими системами, использующими в своих процессах данные персонала.

Рассмотрим различные классификации HRM-систем. HRM-системы делят на «расчетные», «учетные» и системы управления трудовыми ресурсами по уровням автоматизации управления персоналом. Полнофункциональные HRM-системы соответственно включают в себя «учетный контур», «расчетный контур», «HRM-контур», а также функции генерации отчетности.

Учетный контур:

- ведение организационной структуры предприятия;
- составление и ведение штатного расписания, ведение учетных карточек сотрудников;
- кадровый документооборот;
- пенсионный учет;
- военный учет;
- табельный учет;
- учет больничных;
- учет командировок;
- учет отпусков и отсутствия;
- учет различных видов стажа.

Расчетный контур:

- расчет заработной платы;
- расчет командировочных расходов;
- расчет начислений и удержаний;
- оформление и расчет нарядов на выполнение работ.

HR-контур:

- управление кадровым бюджетом;
- ведение «профилей компетенций» сотрудников;
- управление мотивацией персонала;
- планирование использования персонала;
- управление данными кандидатов для найма;
- управление квалификационными требованиями и системой аттестации;
- управление обучением и переподготовкой;
- дистанционное обучение;
- анализ эффективности персонала;

- управление оценкой персонала;
- анализ соответствия сотрудников занимаемым должностям;
- моделирование и оптимизация штатного расписания, «информационное самообслуживание» сотрудников.

Функции генерации отчетности:

- формирование регламентированной отчетной документации для контрольных органов (в том числе для ее сдачи в электронном виде);
- формирование регламентированной отчетности для управляющей компании холдинга;
- формирование регламентированной внутрифирменной отчетности;
- формирование различных статистических отчетов для менеджмента и HR-специалистов.

Сегодня HR-система является не только инструментом для кадрового учета и правильного начисления зарплаты, но также это возможность принимать аргументированные решения по поддержке процессов развития и роста эффективности работы персонала, а также обоснованное управление коммуникациями и информацией в компании.

Сочетание лучших методов и возможностей современных информационных систем позволяют успешно решать следующие задачи:

- доступ к данным, который становится быстрым и полным;
- обоснование принятых решений посредством информационного анализа;
- оптимизация работы каждого члена коллектива, что позволит сделать большой шаг вперед к достижению стратегических задач компании;
- контроль за развитием и профессиональным ростом, обучение всего персонала;
- гибкое управление эффективной мотивацией персонала;
- эффективное планирование как стратегических, так и оперативных изменений в организации компании с параллельным формированием необходимых для этого бюджетов.

Функциональные возможности современной системы управления персоналом настолько широки, что позволяют использовать

ИСУ для решения практически всех вопросов и задач организации. Современный бизнес развивается весьма динамично, и основными критериями успешности сегодня становятся информация и скорость реагирования. Это делает HR-системы одним из важных корпоративных инструментов, которые применяют сейчас компании любых размеров и в любых отраслях деятельности. Информационные системы управления персоналом необходимы для успешного роста и развития предприятия. Информационная система поддерживает большое количество производственных процессов. К ним относятся:

- кадровые решения и их обоснование;
- постоянное актуальное состояние личной информации сотрудников и ее поддержание;
- расчет расходов на оплату труда сотрудников;
- разработка и обоснование неординарных схем мотивации работников и многое другое.

HR-система обеспечивает соблюдение требований законности и норм права в отношениях между работником и работодателем. Кроме того, использование системы дает возможность грамотно решать сложные правовые вопросы, в случае их возникновения. Рост ценности персонала – корпоративный актив в виде обученного персонала является однозначной ценностью в любой компании. Организации, имеющие акцент на функции управления персоналом, закономерно уделяют большое внимание профессиональному росту сотрудников, используя для этого различные мотивационные схемы и программы личного и группового поощрения.

Использование HRM-систем в России

Вполне ожидаемо, что первоначально HRM-системы внедряют зарубежные компании в своих российских представительствах. Опираясь на их опыт, начинают внедрение систем управления персоналом крупные российские компании, ориентированные на западные методы управления. Затем системы управления берут на вооружение компании с постоянной нестабильностью кадрового состава для борьбы с текучкой. Надо отметить, что небольшие компании, которые управляются традиционными методами, достаточно редко прибегают к использованию информационных систем управления. Как

ни странно, существует зависимость степени применения HR-систем от направления деятельности организации. Современная статистика утверждает, что компании, связанные с производственными процессами, меньше всего применяют современные методики управления персоналом. При этом сфера обслуживания достаточно активно внедряет информационные системы управления. Данные тенденции современного российского потребителя полностью совпадают с западными и, соответственно, можно прогнозировать развитие применения HR-систем, опираясь на общемировые тенденции. Западные аналитики относят к основным направлениям развития информационных систем управления следующие:

- популяризация HRM-систем;
- рост спроса на простые решения, находящиеся в ценовом диапазоне эконом-версии;
- вытеснение громоздких или дорогих HRM-систем с рынка.

Внедрение HRM-системы требует принятия определенных предварительных мер, что окажет большое влияние на конечный продукт. Для перехода к проекту необходимо описать производственные процессы, участвующие в проекте автоматизации, или те, которые будут так или иначе затронуты при работе системы. Необходимо также создать техническое задание и решить, кто и каким образом будет осуществлять реинжиниринг производственных процессов. Ведь степень эффективности работы HR-системы определяется возможностью достигнуть поставленные проектные цели, а также эффективностью реализации стадий проекта, отвечающих за планирование, контроль и выполнение. Следует учесть возможные ошибки, чтобы избежать их повторения при внедрении информационных систем управления персоналом. К наиболее распространенным ошибкам относится неправильная оценка перспектив развития предприятия, что приводит к несоответствию стратегии компании настройке основных функциональных модулей. Следует обратить внимание на четкое озвучивание конечной цели – нет необходимости осуществлять за проектировщиков разработку методологии или процессов. Использование профессиональных знаний специалистов позволит создать систему быстрее и дешевле.

Примером внедрения ИС в управление персоналом может служить одна из крупных компьютерных фирм в Краснодарском крае.

Это группа компаний «SNR» (ранее – компания *SUNRISE*), основанная в 1997 г., специализируется на оптово-розничной торговле компьютерной техники, оргтехники, ПО, фото/видео, мебели. В настоящее время имеет четыре магазина в городе Краснодар и три по Краснодарскому краю, уже много лет является одной из ведущих компаний на рынке Краснодарского края.

На сегодняшний день в ГК «SNR» работают 147 сотрудников. Оборот компании в 2014 г. вырос в полтора раза по сравнению с 2013 г. В начале 2014 г. компания вошла в холдинг компаний «Офисный мир КМ». В связи с многофилиальной распределенной структурой, начальным уровнем подготовки кадров в филиалах, внедрением единой системы учетной политики параллельно с системой автоматизации было принято решение о внедрении единой информационной системы для всех сфер деятельности компании.

Для выполнения данной задачи были использованы продукты: 1С:Бухгалтерия 8, 1С:Предприятие 8, 1С:Зарплата и управление персоналом 8, система автоматизации бизнеса Мегаплан; создан форум для локального пользования, для взаимодействия подразделений, в том числе для обучения персонала (с обучающим материалом, онлайн-тестированием).

Результатом внедрения является:

- полный контроль над деятельностью филиалов;
- единая учетная политика в головном офисе и филиалах;
- сокращение времени получения консолидированной отчетности;
- повышение прозрачности учетных процессов на предприятии;
- сокращение повторного ввода информации.

Небольшие доработки системы проводятся специалистами внутри компании.

Таким образом, эффективное руководство кадрами – это, в первую очередь, четко выстроенная система использования трудовых ресурсов компании. Оптимизация структуры указанной системы позволит решать бизнес-задачи предприятия с минимальными издержками, а также обеспечит управляемость бизнес-процессами.

В настоящее время эффективность управления персоналом напрямую связана с применением современных информационных технологий, которые выполняют функции контроля, взаимодействия и стимулирования деятельности персонала предприятия.

Список использованных источников:

1. *Игнатьева А.В., Максимцов М.М., Вдовина И.В., Доценко Е.В., Горностаева А.И.* Менеджмент: учебно-практическое пособие. – М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2010.
2. URL: snr.ru
3. URL: <https://www.megaplan.ru>
4. URL: www.1c.ru

А.А. Белая

Кубанский государственный университет

Научный руководитель:

Е.А. Авдеева, к.э.н.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИТ-АУТСОРСИНГА В РОССИИ

Термин «аутсорсинг» появился на российском рынке ИТ-технологий сравнительно недавно. Исследования 2010 г. показали, что большинству управленцев не была знакома практика ведения бизнеса посредством ИТ-аутсорсинга. Более того, менеджмент многих компании не признавал данную бизнес-модель как рабочую. На сегодняшний день ситуация изменилась: аутсорсинг начинает набирать популярность среди российских компаний.

ИТ-аутсорсинг – это предоставление услуг поддержки систем в сфере ИТ-технологий. Всем известно, что эффективность и адаптированность бизнеса к изменениям на рынке ИТ-технологий обусловлены уровнем инфраструктуры на предприятии. Однако для бизнеса создание собственной инфраструктуры и снабжение набором необходимых для полноценной деятельности предприятия ИТ-средств вызывает сложности в подборе и обучении персонала и несет дополнительные затраты. Именно эту проблему и решает ИТ-аутсорсинг, который представляет собой способ оптимальной работы предприятия за счет передачи некоторых непрофильных функций, связанных с ИТ-технологиями, внешним специализированным компаниям. ИТ-аутсорсинг предполагает передачу внешним поставщикам услуг решение вопросов, связанных с разработкой, внедрением и сопровождением информационных систем, а также услуг, связанных с развитием и/или поддержкой функционирования отдельных участков системы (программирование, хостинг, тестирование и т.д.). Как правило, на аутсорсинг передаются функции, которые обеспечивают стабильную бесперебойную работу систем на основе длительного договора (один год и более).

Практика ведения бизнеса при поддержке ИТ-аутсорсинга, как и многие другие управленческие и технические решения, пришла в

Россию из западных стран, где уже получила значительное признание среди предприятий. На современном этапе IT-аутсорсинг в России не получил должного распространения, однако он считается довольно перспективной сферой в будущем.

Управленцы российских компаний недоверчиво относятся к IT-аутсорсингу. Это связано с рядом причин.

Во-первых, руководители компаний боятся впускать в свой бизнес посторонних специалистов, которые своей деятельностью могут нарушить сам процесс управления.

Во-вторых, руководителям сложно, а порой и вовсе невозможно оценить стоимость и качество оказываемых аутсорсерами IT-услуг. Поэтому возникает страх ложных затрат и получения некачественной работы.

В-третьих, компаниям предпочтительнее доверять сферу IT-технологий собственному персоналу, чтобы избежать утечки важной информации к конкурентам. Эта причина является главной для российского бизнеса ввиду имеющейся слабой юридической системы.

Малая популярность IT-аутсорсинга в России легко объяснима: сегодня аутсорсеры пока не способны оказать качественные IT-услуги за приемлемую цену. Многим потенциальным клиентам проще организовать обслуживание информационных систем внутри предприятия, чем пользоваться этими услугами со стороны. Таким образом, многие компании просто не видят выгоды от стороннего IT-обслуживания.

Данную проблему необходимо решать с двух сторон. С одной – аутсорсинговым компаниям необходимо не только убедить компании в преимуществах своих услуг, но и построить с ними хорошие партнерские, доверительные отношения. Для этого аутсорсинговые компании должны научиться мыслить как их потенциальные клиенты. С другой – компаниям рекомендуется дать возможность аутсорсерам на должном уровне продемонстрировать все свои преимущества. Управленцы должны на собственном опыте оценить все возможные преимущества IT-аутсорсинга.

Исследования, проводимые деловым еженедельником «Эксперт» в 2013 г., показали, что из организаций, которые обратились к аутсорсинговым компаниям, 91% признали эффективность вло-

жений в IT-сопровождение. Лишь 3% опрошенных были категорически не удовлетворены предоставленными услугами и пожалели о вложенных средствах.

Руководитель отдела продаж и маркетинговых исследований компании «Панасоник РУС» Николай Школьников утверждает, что для признания IT-аутсорсинга на российском рынке необходимо время. Бизнес-модель российских компаний должна измениться в корне. На сегодняшний день существует стереотип, что компания должна быть собственником не только самого оборудования как такового, но и соответствующих услуг, которые связаны с их эксплуатацией. Это действительно так: владелец компании, имеющий в своем штате специалиста по IT-технологиям, обычно не задумывается о том, что эти возможности можно переложить на аутсорсинговую компанию. Услугами сторонних организаций, как правило, пользуются крупные коммерческие организации или государственные структуры. Крупные контракты с аутсорсинговыми компаниями малый или средний бизнес заключает крайне редко и в основном только тогда, когда в организации «назрели» проблемы. Работа опытных IT-специалистов собственно и заключается в том, чтобы уже созданная система максимально долго работала без сбоев, обеспечивая эффективную и непрерывную работу всей компании, а чтобы этого достичь, специалистам необходимо приложить немало усилий и обладать достаточными знаниями и опытом.

Упомянутый стереотип компании-собственника является необоснованным, так как руководство занимается основополагающими стратегическими процессами организации. Сотрудничество с компаниями по IT-аутсорсингу может решить проблемы, заниматься которыми должным образом собственными силами не хватает времени. К тому же качество услуг, предоставляемых аутсорсерами, можно поставить под четкий контроль, организовать который можно, например, применив SLA (соглашение об уровне предоставления услуги). Эффективность вложений можно определить на основании отчетов, которые предоставляют поставщики IT-услуг. Кроме этого, договором должна быть определена система штрафов, чтобы создать для аутсорсинговой компании дополнительную мотивацию выполнять свою работу своевременно и качественно.

Перед руководителями компаний, решивших воспользоваться услугами IT-аутсорсинга, в первую очередь становится вопрос, какие именно из услуг доверить стороннему поставщику IT-услуг, а какие – возложить на плечи собственного персонала. Для этого необходимо выделить наиболее важные сферы, которыми непосредственно занимается организация или которые связаны с управленческими вопросами, и обеспечить их собственными трудовыми ресурсами. Остальные же неявные сферы услуг – направить компаниям по IT-обслуживанию. Далее необходимо рассчитать стоимость IT-услуг с учетом их самостоятельной реализации, куда входят трудовые затраты, затраты на техническое обеспечение и время работы, и сравнить с ценами поставщиков этих услуг со стороны. После проведения такого анализа можно наглядно рассмотреть и оценить все «за» и «против».

Итак, к основным преимуществам IT-аутсорсинга относятся:

- финансовая экономия заказчика услуг. В основной массе компаний содержание собственного IT-отдела требует больших затрат: необходимо обеспечить рабочее место, оборудование для специалиста, платить заработную плату. На другой чаше весов – услуги IT-аутсорсеров, которые всю необходимую инфраструктуру уже разработали и которые обладают необходимым штатом специалистов для решения задач, поставленных клиентом;
- имея на предприятии IT-отдел с определенной областью работ, компания может столкнуться с трудной задачей, справиться с которой существующие работники будут не в состоянии;
- бюджет основной массы компаний не может позволить содержать собственного системного администратора, так как круг возникающих задач не соответствует даже минимальной заработной плате системного администратора.

Таким образом, IT-аутсорсинг является перспективным направлением. Развитие аутсорсинговых услуг, в свою очередь, позволяет предприятиям из различных сфер бизнеса успешно функционировать благодаря использованию современных IT-сервисов и экономии финансовых средств.

Список использованных источников:

1. *Беликов Д.В.* Развитие рынка информационных технологий России: состояние и тенденции //Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 4. С. 19–25.
2. *Трофимова Е.В.* Управление информационными услугами в электронной коммерции. – СПб.: изд-во СЗГТУ, 2003.

Д.А. Барышникова, К.А. Удалова

Финансовый университет
(Краснодарский филиал)

Научный руководитель:
ст. преподаватель Н.П. Бугакова

СПОСОБЫ МОНЕТИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

Интернет – неотъемлемая часть нашей жизни. Он позволяет вовремя найти необходимую нам информацию, а также дает возможность пользоваться различными социальными сетями. Если не считать ежемесячную оплату за интернет, пользование социальными сетями является бесплатным. Невзирая на это, в любой социальной сети есть услуги, которые предоставляются исключительно за деньги. Примером могут служить социальные сети «ВКонтакте» и «Одноклассники», где можно купить и отправить своим друзьям рисованные подарки.

Разумеется, многие пользователи обходятся и без этих затрат, однако все больше завсегдатаев сетей регулярно пользуются данной платной возможностью оказать знак внимания друзьям.

Пользуясь социальными сетями, каждый среди их многообразия выделяет лишь несколько более удобных для пользования и общения. Проанализировав рейтинг пользования таких сетей, можно составить список наиболее популярных и востребованных для общения. По данным *GoogleMarket*, одним из наиболее популярных социальных бесплатных ресурсов является мобильная социальная сеть *Galaxy*.

«Галактика знакомств» или *Galaxy* – это мобильная социальная сеть с возможностью установки и запуска приложения с компьютера, мобильного телефона, планшета. Это одновременно игра и чат, где пользователи могут найти новых друзей, обзавестись виртуальной семьей или работой.

Прежде чем перейти к описанию данного приложения, обратим внимание на историю его создания. Идея создания подобного мобильного чата зародилась в 2007 г. Через месяц создатели концепции озвучили задумку руководству компании *Mobstudio*, которая в то время занималась разработкой и выпуском оффлайновых Java-игр.

После этого первая версия чата «Галактика знакомств» (версия 1.0), над производством которой трудилось всего четыре человека, была написана буквально за 3–4 недели. Официально днем рождения галактики можно считать 19 марта 2007 г., именно в эту дату в чате зарегистрировался первый реальный пользователь. Собственного сайта у чата не было, поэтому разработчики его рекламировали через различные форумы, а также через друзей и знакомых. Популярность чата начала расти.

К 12 мая 2007 г. был зарегистрирован первый рекорд чата – одновременно в сети находилось 100 человек, а уже к 1 июня 2007 г. общее количество зарегистрированных пользователей перевалило за 10 тыс. В современной версии чата в день регистрируется около 15 тыс. новых пользователей. Успех *Galaxy* заключался в том, что это был первый чат с персонажами, предназначенный не только для компьютеров, но и мобильных телефонов (подобного на тот момент в России не было). В сентябре 2007 г. у чата появился собственный сайт, на логотипе которого был изображен зеленый человечек.

По ходу разработки чата в его структуру добавлялось большое количество нововведений, которые требовали выпуска новых версий. Так, к концу 2007 г. вышла в свет версия 4.0. В 2010 г. у чата появилось лицензионное соглашение. Над созданием разнообразных сервисов и поддержки пользователей трудится около тридцати человек. Постепенно чат «Галактика Знакомств» превратился в социальную сеть *Galaxy*, так как туда стали приходить иностранные пользователи. На сегодняшний день в чате *Galaxy* насчитывается около 30 207 051 пользователей.

У *Galaxy* есть собственная конституция, включающая следующие пункты.

1. Каждый пользователь *Galaxy* имеет право на комфортное общение.

2. В *Galaxy* запрещена любая информация, в которой содержится:

- открытая и завуалированная ненормативная лексика (мат);
- оскорбления пользователей, угрозы расправы в реальной жизни;
- флуд, спам;
- обман, шантаж, мошенничество, фрод;

- порнография, насилие, наркотики, расизм, фашизм, терроризм;
- явная реклама любых интернет ресурсов, не принадлежащих *Mobstudio* и ее партнерам.

3. Запрещена купля-продажа любых услуг или собственности персонажа, не предусмотренная сервисами *Galaxy*.

4. Запрещено использовать любые сторонние приложения для доступа в *Galaxy*.

5. Пользователи имеют право устанавливать на собственных планетах свои правила, не противоречащие КГ.

6. Модераторы имеют право наказывать пользователей за нарушение какого-либо пункта КГ.

7. Каждый пользователь имеет право посадить другого пользователя в тюрьму только за нарушение какого-либо пункта КГ в эфире чата.

Теперь перейдем к описанию чата *Galaxy*. Как ранее упоминалось, Галактика знакомств на момент появления была первым мобильным чатом, в котором использовались персонажи. Пользователь может сам выбирать тело и голову своему персонажу. В более ранних версиях чата выбор вариантов образов был ограниченным, но по ходу разработки более новых версий выбор значительно расширялся. В современной версии чата образу персонажа можно покупать одежду и различные аксессуары, разработанные по сезону. Также можно приобрести нарядные костюмы, которые предоставляются на ограниченный срок.

Общение в данном чате происходит на планетах. Такие планеты приобретаются за деньги и покупатель вправе назвать ее как угодно. У каждой планеты есть свой владелец – Король, который по своему усмотрению (также за деньги) может украшать свою планету временными различными объектами и интерьерами. На одной планете может находиться до пятидесяти персонажей, среди них Король самолично может выбрать Смотрителей, которые при желании имеют право выгнать с планеты нежелательного пользователя.

В *Galaxy* у каждого персонажа есть свой рейтинг – авторитет. У новоиспеченного пользователя чата авторитет – «Новичок» с ограниченными возможностями. «Новичок» способен принимать участие

в различных играх и лотереях, вступать в семьи в качестве ребенка, вступать в кланы, но у него нет возможности добавлять кого-либо в друзья, оставлять комментарии и участвовать в голосованиях. Чтобы использовать больше возможностей в *Galaxy*, авторитет нужно поднимать. Авторитет со средними возможностями называется «Папа/Мама», он может создавать семьи, создавать кланы и многое другое. Начиная от авторитета «Папа/Мама», появляется функция «Посадить в тюрьму». Эта функция позволяет отправить нежелательного собеседника на планету, с которой персонаж не может уйти до тех пор, пока не истечет его срок. Минимальный срок – пять минут, но чтобы посадить даже на такое количество времени нужно потратить 20 у.е. Для сравнения 1 у.е. – это двадцать пять рублей. Заполучить эту функцию стремится каждый пользователь. Самый высокий авторитет – «Премьер Галактики» с возможностью сажать в тюрьму на 56 623 минуты, для этого требуется 20 000 у.е. (500 000 тыс. руб.). Несмотря на очень высокую стоимость, данная опция является востребованной.

В *Galaxy* возможно завести виртуального питомца, за которым нужно ухаживать, делать прививки, выгуливать (все перечисленное – дополнительные затраты). Также есть стандартный магазин, в котором пользователи приобретают разнообразные подарки (картинки) для себя и друзей (стоимость самого дорогого подарка в магазине составляет 6250 руб.). В чате даже есть ЗАГС, с помощью которого можно заключить виртуальный брак, усыновить ребенка и многое другое (все платно). Есть платные лотереи, игры и конкурсы, магия, гороскопы, даже присутствует Галагазета, где публикуются самые последние мировые новости и новости *Galaxy*. Имеются рейтинги, с помощью которых можно подсчитать, сколько примерно денег на чат тратит самый заядлый пользователь. Суммы выходят немаленькие.

Пользователи могут тратить деньги не только на повышение своего или чье-либо авторитета, но также и на его понижение. Безусловно, подобные манипуляции проводятся платно.

Целевая аудитория *Galaxy* от 10 до 45 лет. Приблизительно раз в месяц или в честь праздников *Galaxy* проводит различные акции. Суть этих акций заключается в том, что пользователи могут бесплатно воспользоваться платными функциями. К примеру, сыграть

в бесплатную лотерею, либо получить аксессуар для образа персонажа. Подобные акции направлены на привлечение внимания и интереса пользователя к подобным услугам, чтобы впоследствии, по окончании акции, пользователь, оценив преимущества, приобрел их за деньги.

По большим праздникам, таким как Новый год, 9 Мая «Галактика знакомств» устраивает целые Квесты, за выполнение которых пользователи могут получить подарки или повысить свой «авторитет» от 1 до 3 у.е. Выполнение большей части заданий подобных Квестов требует денежных вложений. Например, на праздник Хэллоуин в 2014 г., чтобы выполнить Квест, требовалось в среднем 6 у.е. Если сравнить затраты на выполнение заданий и ожидаемые подарки, то станет заметна большая разница в затраченном и полученном, но так как подобные инициативы вызывают яркие эмоции, то праздничный ажиотаж охватывает большую часть аудитории *Galaxy*, и приблизительно каждый четвертый пользователь участвует в подобных Квестах.

У *Galaxy* есть постоянная акция «Приведи друга». Данная акция предусматривает повышение авторитета абсолютно бесплатно, что на первый взгляд кажется абсолютно невозможным, так как компания *Mobstudio* всячески пресекает любые взломы чата и повышение авторитета с помощью сторонних программ. Уловка в том, что пользователь приглашает кого-либо в галактику от имени своего персонажа путем передачи ссылки на мобильное устройство. Через такую ссылку создается новый персонаж, от повышения авторитета которого у пригласившего нового пользователя повышается авторитет автоматически, благодаря полученным бонусам. К примеру, если «новичок» тратит на авторитет 2 у.е., авторитет того, кто его пригласил повышается на 1 у.е. Таким образом, «бесплатное» повышение авторитета на самом деле происходит за счет денежных средств привлеченного друга.

За последнее время разработчики значительно улучшили сервис чата, и теперь пользователи могут выходить в чат с любого устройства – будь то старая модель телефона или суперсовременный смартфон. За последние два года популярность *Galaxy* значительно выросла. Сейчас *Mobstudio* может похвастаться тем, что приложение *Galaxy* числится на первом месте из десяти в топе «Социальные сети» в *AppStore*.

В 2012 г. *Galaxy* получила награду «Лучшее приложение категории Коммуникации». Эту награду чату присвоил магазин «*Opera*» – один из ведущих магазинов мобильных приложений. Как отметили организаторы, выбор производился из более 110000 приложений, причем *Galaxy* признали лучшим приложением на трех платформах: *Java*, *Symbian* и *Blackberry*.

Приложение *Galaxy* набирает популярность не только в России. Этим приложением пользуются и в странах СНГ, в Индии, США, Японии, Индонезии. Совсем недавно чат начал пользоваться спросом и в Бразилии, вследствие чего *Mobstudio* приняла в свои ряды нового разработчика из Бразилии, необходимого для поддержки португалоговорящих пользователей.

В заключение стоит обратить внимание на то, что *Galaxy* за короткий срок сделала большой скачок вперед и набрала огромные обороты в сфере социальных приложений. Чат зарабатывает огромные деньги благодаря эффективной рекламе и масштабной маркетинговой активности, привлекающим пользователей тратить деньги на услуги, необходимость в которых сомнительна.

Список использованных источников:

1. *Бугакова Н.П.* Управление качеством информационных коммуникаций в маркетинге // Проблемы, противоречия и перспективы развития России в современном мире: экономико-правовые аспекты: сборник статей Международной научно-практической конференции / под общей редакцией Э.В. Соболева, С.И. Берлина, В.В. Сорокожердьева. 2014. С. 53–54.

2. *Спирина С.Г., Гольман Д.А.* Формирование эффективности интернет-рекламы и ее оценка в контексте финансовой устойчивости экономики региона // Финансы и кредит. 2014. № 37. С. 32–41.

3. URL: https://play.google.com/store/apps/category/SOCIAL/collection/topselling_free

4. URL: <http://store.apple.com>

ЭКОНОМИКО-ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ МЕРЫ ЗАЩИТЫ ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА ОТ НЕЗАКОННОГО ТИРАЖИРОВАНИЯ И РАСПРОСТРАНЕНИЯ

Организационные и экономические меры, принимаемые разработчиками для защиты программных продуктов от массового незаконного тиражирования и распространения, ориентированы на стимулирование пользования легальными экземплярами программных продуктов, а не на запрещении пользования контрафактными экземплярами. При этом самыми либеральными являются экономические меры, в то время как организационные ближе к мерам принуждения [1,2].

К организационным мерам относятся: использование особых режимов распространения; «индивидуализация» программного продукта; использование «водяных знаков»; адресная работа с легальными пользователями; быстрая смена версий продукта и системы его технической защиты; борьба с источниками распространения контрафакта; выявление фактов незаконного использования программных продуктов; распространение продуктов по подписке.

Под «особыми режимами распространения» понимается заказная почтовая рассылка носителей с программным продуктом, розничная торговля «коробочными» продуктами разбиение продукта на функциональные блоки и продажа их по отдельности. Эта мера направлена на то, чтобы затруднить доступ «пиратов» к полнофункциональным экземплярам программных продуктов. С другой стороны, подобные действия, как правило, замедляют легальное распространение программного продукта, увеличивая срок окупаемости разработки.

«Индивидуализация» программных продуктов подразумевает «ручную сборку» под конкретные нужды каждого отдельного пользователя. Установленный продукт «привязывается» к бизнес-процессам пользователя, например, путем жесткого занесения в него форм внутрифирменных документов, персональных настроек, ша-

блонов индивидуального пользователя. Принято считать, что такие организационные меры позволяют избежать дальнейшего незаконного распространения продукта или ограничить его рамками достаточно узкой группы пользователей со схожими предпочтениями. Впрочем, данные меры не могут обеспечить высокой скорости продаж.

Подобных недостатков лишена «пометка» программных продуктов с помощью так называемых «водяных знаков». На техническом уровне это реализуется путем стенографического внедрения электронной цифровой подписи, соответствующей определенному легальному пользователю, в продаваемый экземпляр программного продукта, что позволяет избавиться от идентичности копий. В результате становится возможным установить легального пользователя, через которого произошла «утечка» экземпляра программного продукта к «пиратам», что значительно снижает риск преднамеренной передачи злоумышленникам экземпляра программного продукта со стороны легального пользователя. Однако эта мера затрудняет продажу программных продуктов через Интернет, где ее можно обойти, удалив «водяные знаки» или купив программный продукт на подставное лицо.

Адресная работа с легальными пользователями может обеспечиваться ведением базы данных с соответствующей информацией о продажах. В дальнейшем наличие такой базы позволит не только получать подробную статистику спроса, точно определять объем рынка реализуемых продуктов, собирать данные для расчета окупаемости финансовых вложений и прогноза рыночных цен, но и составлять списки недобросовестных пользователей, осуществлять адресную техническую поддержку и информирование пользователей об обновлении программного продукта. Считается, что при индивидуальной работе с пользователями значительно снижается привлекательность «пиратских копий» программного продукта, так как нелегальный пользователь не сможет получить поддержку или даже обновить продукт. Отметим однако, что применение такой организационной меры связано с рядом затрат на создание соответствующей инфраструктуры и что фактически сродни внедрению CRM-решений. Кроме того, данную меру необходимо будет в дальнейшем дополнять другими мерами, чтобы избежать распро-

странения «пиратами» технической и пользовательской документации и новых версий программного продукта.

Быстрая смена версий программного продукта и системы его защиты направлена на затруднение «взлома» средств защиты программного продукта от копирования. Выпуск разных версий продукта с несовпадающими смещениями процедур системы защиты в файлах способен сделать большую часть «кренов» неприменимыми, замена или существенная модификация системы защиты в этом плане более эффективна. С другой стороны, быстрая смена версий продукта не всегда нравится пользователям, а изменение системы защиты вынуждает пользователей повторно проходить процедуру регистрации.

Меры по борьбе с источниками распространения контрафакта заключаются в отслеживании и пресечении незаконного распространения программных продуктов. Возможен мониторинг как глобальных сетевых ресурсов, так и места распространения физических носителей с программными продуктами. Борьба с распространением оптических дисков с нелегальными экземплярами программного продукта является вторичной, но, тем не менее, также оказывает влияние на общую ситуацию с пиратским распространением продукта. Вместе с тем необходимо учитывать, что полного успеха эта мера дать не может, а может предоставить разработчику лишь некоторую отсрочку, но не предотвратить потери от «пиратства».

Сбор информации о фактах незаконного использования программных продуктов позволяет, как определить недобросовестных легальных пользователей, нарушающих права разработчика, так и нелегальных пользователей, приобретающих продукт на «пиратском» рынке. С этой целью многие крупные фирмы – производители программного обеспечения проводят кампании по выявлению незаконно установленных программ, организуют специальные «горячие линии», приглашают платных информаторов. Однако в российских условиях данная мера непопулярна.

Возможно распространение продуктов по предварительной подписке, что позволит не только максимально снизить возможность «утечки» программного продукта на «пиратский» рынок, но и уменьшит потери за счет точного определения цены продукта и срока окупаемости процесса разработки. Таким образом, даже если

продукт выйдет за пределы круга подписавшихся на него пользователей, разработчики понесут убытки, связанные лишь с упущенной прибылью, но окупят его разработку.

Однако ряд возникающих при реализации данной меры проблем: необходимость заключать сделку под отлагательным условием согласно ст. 157 ГК РФ между разработчиком и будущими пользователями; психологическая сложность, заключающаяся в том, что пользователь должен согласиться купить еще несуществующий продукт; невозможность определить конкурентов, представив на рынке продукт с ранее неизвестными функциями, делает ее применение сложным и трудоемким процессом.

К экономическим мерам распространения нового программного продукта относятся ценовые и неценовые меры.

К ценовым мерам относятся: снижение цен, предоставление скидок, особые условия при переходе с «пиратской версии» на легальную, льготный режим обновления программных продуктов.

Все ценовые меры, так или иначе, сводятся к созданию условий, при которых пользователю будет выгоднее приобрести легальный экземпляр программного продукта по сравнению с «пиратским».

К неценовым мерам относятся: реклама, продвижение, предоставление дополнительных услуг, обеспечение гарантийных обязательств, выпуск более дешевых версий продукта с урезанным набором функций.

Активный маркетинг путем рекламы и продвижения продукта ориентирован на привлечение максимального числа пользователей, что позволяет окупить затраты на разработку продукта.

Предоставление расширенного набора услуг пользователям программного продукта направлено на создание дополнительных преимуществ легальных продуктов перед продуктами конкурентов. В дальнейшем возможно включать в обучение пользователей такие услуги, как предоставление доступа к специализированной базе знаний, настройка продукта, проведение сертификации специалистов. Данная мера считается результативной в области специализированного программного обеспечения.

Хотя обеспечение гарантийных обязательств является непопулярной мерой среди разработчиков программного обеспечения, считаем, что на этапе вывода продукта на рынок в период его выбора

и покупки гарантийные обязательства и системная поддержка станут весомым аргументом при выборе пользователем конкретного программного продукта.

Выпуск «упрощенных» версий продукта с сокращенным набором функций позволит более полно охватить рынок за счет своеобразной ценовой дискриминации пользователей. Исследования рынка показали, что часто пользователю требуется только небольшое число функций, реализованных в продукте, и он не готов оплатить полную стоимость продукта за возможность ими пользоваться. Если выделить эти нужные функции в отдельный продукт и предложить его по более низкой цене, чем исходная, то часть пользователей предпочтет работать с продуктом легально.

Перечисленные выше экономико-организационные меры помимо своей прямой функции, направленной на защиту программного продукта от незаконного тиражирования и распространения, несут и коммуникационную составляющую, которая отразится в конечном итоге на эффективной коммерциализации конкретного программного продукта.

Список использованных источников:

1. *Благодатских В.А.* Экономико-правовые основы рынка программного обеспечения. – М.: Финансы и статистика, 2007.
2. *Стерхова С.А.* Инновационный продукт: инструменты маркетинга. – М.: Дело, 2009.

А.А. Налитова

*Финансовый университет
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:
Н.Г. Пьянкова, д-р пед. наук*

О ПРОБЛЕМАХ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Конец XX – начало XXI века навсегда войдет в историю созданием и внедрением новых технологий в повседневную жизнь общества, в том числе и в образование. На сегодняшний день практически любому желающему доступно огромное количество образовательных ресурсов. Почти во всех образовательных учреждениях мира установлены и активно эксплуатируются различные мультимедийные и коммуникационные технологии, которые делают процесс образования гораздо проще, доступнее и быстрее.

Сегодня день нет стабильного определения для понятия «информатизация образования», тем не менее можно выделить две основные формулировки. В широком понимании информатизация образования – это процесс внедрения и обеспечения сферы образования разнообразными методиками, практическими техниками и рационального эксплуатирования современных информационных технологий, направленных на реализацию психолого-педагогических целей обучения и воспитания.

В узкой трактовке информатизация образования – это внедрение в образовательные учреждения системы учебных информационных средств, которые базируются на микропроцессорной технологии, а также информационной продукции и педагогических методик, основанных на этих средствах. Этот термин можно соотнести с компьютеризацией обучения, то есть многоцелевым использованием компьютерных технологий в процессе обучения.

Можно выделить ряд достоинств, которые дает внедрение информационных технологий в современный образовательный процесс. Одним из преимуществ информатизации образования явля-

ется появление новых способов обучения, направленных на развитие интеллектуальных возможностей личности, а также на развитие навыка самостоятельно добывать знания и осуществлять учебную деятельность. Нельзя не выделить в качестве достоинства создание способов и методов контроля, а также оценки знаний учащихся (например, онлайн-тестирование).

Благодаря современным технологиям общество стало значительно экономить свое время; появилась возможность дистанционного образования. Процесс самообразования стал намного проще и доступнее практически для любого желающего. Следует обратить внимание на наличие большого количества и разнообразия электронных книг, аудиокниг и других современных электронных источников, дающих возможность получить информацию в любое время и в любом месте. Внедрение информационных технологий способствует учебному процессу стать более индивидуализированным, а, следовательно, более эффективным.

Процесс информатизации позволяет значительно сократить издержки на образование. Вместо затрат на учебные пособия, канцелярию и другие необходимые ресурсы обучающемуся необходимо приобрести носитель информации с доступом в Интернет и использовать его на протяжении всего периода обучения. Преподавателю также предоставляются необходимые электронные информационные ресурсы, с помощью которых он передает необходимую информацию и оповещает учащихся о ней, сокращая свои физические, материальные и временные затраты.

Информатизация образования имеет и свои минусы: мультимедийные и коммуникативные технологии в учебных заведениях должны быть подкреплены определенной материальной базой. Помимо их закупки, необходима установка и дальнейшее их обслуживание. В то же время ряд преподавателей не принимают внедрение системы информационных технологий, так как не доверяют такому подходу к образованию, желая работать «проверенными» методами. Существует две основные проблемы, тормозящие информатизацию: неготовность педагогов к работе с использованием средств информатизации и низкое качество содержательного наполнения, несвязность, несоответствие методическим системам обучения образовательных информационных ресурсов

Другим недостатком является сокращение личных контактов между субъектами образовательного процесса, то есть во время дистанционного обучения обучающийся лишается прямого контакта с преподавателем. Это значит, что главный аспект коммуникации – речь – выключен. В процессе обучения индивид не получает достаточной практики диалогического общения для формирования мыслей и речи на профессиональном языке. Учащиеся теряют способность правильно формулировать свои мысли, аргументировать их, отстаивать свою точку зрения. Также отметим, что для усвоения всей информации необходима жесткая самодисциплина, потому что отсутствует постоянный контроль со стороны преподавателя, который, на наш взгляд, является сильным стимулом для обучения.

Помимо вышеобозначенных минусов следует отметить, что развитие мультимедийных технологий породило множество программ, содержащих одновременно разнообразные виды информации. Избыток информации, получаемый в процессе обучения, негативно влияет на ее освоение, в результате чего могут быть упущены важные учебные сведения.

Стоит отметить, что современная молодежь не умеет пользоваться предоставленными им информационными ресурсами, такими как сеть Интернет. Например, по результатам социального опроса в 2013 г. выяснилось, что около 75% студентов не сомневаются в достоверности информации, находящейся в общедоступном пользовании интернет-пространства (т.е. его пользователи не анализируют и не проверяют полученную информацию).

В связи с развитием информационных ресурсов встал вопрос об использовании информационных технологий во всех сферах профессионального образования. Традиционная платформа образования (т.е. чтение книг в библиотеках, рукописные работы и долгий поиск информации) пошатнулась перед современными образовательными методиками. Вследствие этого ставится задача о внедрении информационных технологий как способа обслуживания образовательного процесса и создания информационной базы для управления образовательной системой.

В процессе роста интереса к исследованиям информатизации образования выдвигается проблема разработки информационных

ресурсов и технологий для современного образования. Появление сетевой информационной базы, типовых платформ контроля образования, способов снабжения образовательных ресурсов и внедрение информационных ресурсов, а также методов дистанционного образования привело к потребности в кадрах, чья специфика деятельности связана с информатизацией образования. Специалисты, занимающиеся разработкой этой темы, предлагают новые платформы для контроля учебных учреждений и системой образования, тем самым способствуя формированию информационной среды всей системы образования.

Но все же главной проблемой остается создание действенного информационного ресурса. На данный момент нельзя сказать, что информатизация учебных учреждений проходит достаточно качественно. Это обусловлено наличием множества экономических, педагогических и психологических факторов. По этой причине качество современного информационного ресурса не реализовано в полном объеме. Связано это с тем, что современные образовательные программы не проходят должной проверки и аттестации, критерии которых должны удовлетворять педагогическим, экономическим и психологическим требованиям.

В нынешней ситуации основная деятельность по организации и созданию электронных ресурсов для образования сводится к удовлетворению потребностей дистанционного образования, которые в свою очередь не обладают должным количеством информационных ресурсов. При этом образовательные учреждения остаются не обеспеченными в полной мере электронными ресурсами. Вопрос о том, как сделать так, чтобы электронные программы и информационные ресурсы вовремя обновлялись в связи с прогрессом технологических средств информатизации, остается открытым.

Для решения этой проблемы, на наш взгляд, необходима активная работа самих образовательных учреждений и эффективная деятельность специалистов сферы образовательных и информационных технологий. Решению этой проблемы будет способствовать и формирование центров обучения информационным технологиям и компьютерному моделированию, где могут быть определены научные направления для информатизации знаний с учетом современного прогресса.

Список использованных источников:

1. Сайт Министерства образования и науки. URL: <http://www.dagminobr.ru>
2. Всероссийский портал информатизации образования. URL: <http://www.rpio.ru>
3. Вопросы информатизации образования: альманах. URL: <http://npstoik.ru/vio>

С.В. Павелко

Краснодарский университет МВД России

Научный руководитель:

Ю.А. Абросимова

ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В ЭКОНОМИКЕ

Социально-экономический строй, существовавший в России в XX веке, претерпел существенные изменения, важнейшим из которых является переход к постиндустриальному (информационному) обществу и привел к появлению совершенно нового вида общественных отношений – отношений в области информационного обмена, где применение информационных технологий в различных сферах общественной жизни, например, в промышленности, торговле, в сфере обслуживания приобрело осознанную необходимость, а информация стала одним из неотъемлемых элементов общественной жизни.

Условиями, упрощающими совершение преступлений, касающихся компьютерной информации, и способствующими их увеличению не только в России, но и в зарубежных странах, являются создание и разработка усовершенствованных технических устройств, информационно-телекоммуникационных сетей и различных информационных систем.

Информационная безопасность является относительно новым направлением и является самостоятельной дисциплиной. В основе экономики информационной безопасности как и любой другой дисциплины лежат экономические законы, методы анализа, позволяющие сформировать точное понятие данного направления, элементы и факторы, оказывающие влияние на функционирование информационной системы.

Основные факторы экономических моделей не подлежат объективной оценке, так как носят весьма расплывчатый характер. Сам процесс анализа во многом является трудоемким, зачастую требуется привлечение дополнительных специалистов для получения консультаций, это требует сверхзатрат.

Особая сложность экономического анализа в сфере информационной безопасности (ИБ) обуславливается:

- стремительным развитием информационных технологий (ИТ), методов и методик, используемых при защите и для атак;
- отсутствием возможности предугадать все положительные и отрицательные моменты атак на информационные системы (ИС), а также модели поведения атакующих;
- невозможностью дать достоверную, достаточно точную оценку стоимости информационных ресурсов, оценить последствия различных нарушений в денежном выражении.

При осуществлении своей деятельности предприятиям постоянно приходится сталкиваться с теми или иными изменениями: уточняются бизнес-процессы, меняется конъюнктура рынков сбыта и рынков потребляемых материальных ресурсов и услуг, возникают новые технологии и т.д. Все эти и другие происходящие изменения управленцам приходится постоянно анализировать, делать выводы и приспособлять свою работу к постоянно меняющейся ситуации. Однако при всех имеющихся моделях поведения в динамичной среде почти всех их объединяет один важный общий методологический элемент: в большинстве случаев реакция бизнеса на новые угрозы и новые возможности предполагает осуществление новых инвестиций в определенные организационные или технические мероприятия.

В рамках законодательства в сфере компьютерной информации должно уделяться внимание развитию межгосударственного и внутригосударственного законодательства, регулирующего вопросы обмена информацией. В содержании межгосударственного и информационного законодательства лежат двусторонние и многосторонние соглашения с государствами ближнего и дальнего зарубежья. Данные соглашения обеспечивают безопасность процесса интеграции России в мировое информационное пространство. Внутригосударственное законодательство, отвечающее за создание информационного законодательства, должно учитывать нормы современного международного права. Важную роль в защите от компьютерных преступлений играет законодательская работа, направленная на создание нормативных актов, регулирующих

формирование, использование и защиту информации конфиденциального характера. Суть заключается в регулировании при помощи законов деятельности субъектов информационных носителей, непосредственно связанных с персональными данными. При отсутствии данных норм невозможно было бы применить законодательство, более того, многие статьи и диспозиции статей были бы бесполезны. Следует отметить, что форма законодательной охраны не определена и самим законодателем. А так как данный признак является обязательным, то можно говорить о слабой эффективности данных норм.

Глава 28 УК РФ посвящена общественно опасным деяниям в сфере компьютерной информации. Однако определения сферы компьютерной информации нет ни в одном нормативном акте Российской Федерации. В частности, в Федеральный закон от 20 февраля 1995 г. № 24-ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации», на наш взгляд, необходимо добавить нормы, осуществляющие регулирование общественных отношений в сфере компьютерной информации. В определенных случаях санкции правообладателя на ознакомление с охраняемой законом компьютерной информацией не являются обязательными (например, при проведении следственных действий). При этом проведение следственных действий с нарушением указанных норм считается фактом нарушения законодательства. Действия, нарушающие нормы законодательства, могут повлечь за собой уничтожение информации, ее блокирование, модификацию.

Распространение получили и иные действия, влекущие указанные последствия и нарушающие нормы закона. Необходимо учитывать такое понятие, как координация деятельности субъектов в сфере борьбы с преступностью, правосстановительном аспекте. Данное взаимодействие должно учитывать границы распределения межведомственных и внутриведомственных полномочий субъектов при организации борьбы с преступностью.

Примером могут служить подразделения ФСБ и МВД. Подразделения ФСБ обеспечивают информационную безопасность, наблюдение за контрразведывательными объектами. К компетенции МВД можно отнести хищения посредством совершения преступлений в сфере компьютерной информации. Межведомственная и внутриве-

домственная координация деятельности подразделений, осуществляющих борьбу с компьютерной преступностью, и их компетенция должна быть определена как на уровне закона, так и ведомственными и межведомственными документами.

Неотъемлемой частью устойчивого сотрудничества подразделений по борьбе с компьютерной преступностью и подразделений ЭБиПК является усиление обмена информацией и опытом. Противодействие преступлениям в сфере компьютерной безопасности будет достигнуто только на основе профессионализма подразделений по борьбе с организованной преступностью и подразделений ЭБиПК. Деятельность соответствующих подразделений следует обеспечить правовой, кадровой и материальной поддержкой государства.

В настоящее время компьютеризация различных сфер жизни общества находится на достаточно высоком уровне и продолжает развиваться. Особую ценность применение компьютерной техники приобретает при объединении компьютеров в различные сети или системы, что позволяет ускорить процесс обмена информацией в тысячи раз. Быстрота развития информационных технологий требует динамичности уголовного законодательства.

Основными целями изучения составов преступлений в сфере компьютерной информации являются:

- умение применения правовых норм современного уголовного законодательства, регламентирующих ответственность за компьютерные преступления, а также законодательства иных отраслей права, обращение к которому необходимо для правильной квалификации указанных преступлений;
- возможность владеть методами определения признаков составов преступлений в сфере компьютерной информации;
- умение правильно квалифицировать компьютерные преступления, отграничивать их от иных преступлений и правонарушений, приводить примеры судебной практики, использовать соответствующие разъяснения Пленума Верховного Суда РФ, излагать юридически грамотно выводы по изученным вопросам, высказывать собственную точку зрения.

Особую актуальность и значимость проблема борьбы с преступностью в сфере компьютерной информации приобрела в последние

годы, впервые «заявив» о себе в нашей стране на рубеже 70–80-х гг., а в развитых странах Запада еще во второй половине 60-х гг. Преступления, совершаемые в сфере компьютерной информации, – распространенное противоправное явление. Связанно это, прежде всего, с развитием компьютерной техники и программного обеспечения. У компьютерных преступлений большой потенциал ввиду того, что информация растущими темпами приобретает характер основного ресурса человеческой деятельности и опасность неправомерного доступа к ней трудно переоценить.

Список использованных источников:

1. *Аксенов И.Н.* Права граждан на забастовку. – Ростов-на-Дону, 2009.
2. *Вайнштейн Г.И.* Массовое сознание и социальный протест в условиях современного капитализма – М.: Наука, 1990.
3. *Галкин А.А.* О сенсации, которая не состоялась // Политические исследования. 2014. № 1.
4. Социально-экономическое положение Краснодарского края в 2012 г. / стат. сборник. – Краснодар, 2013.
5. *Авксентьев В.А., Гриценко Г.Д.* Региональная конфликтология: концепты и российская практика. – М., 2008.

Р.К. Тонян

Кубанский государственный университет

Научный руководитель:

Е.А. Авдеева, к.э.н.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ИТ-УСЛУГ

Комплексное исследование состояния рынка ИТ-услуг в России на сегодняшний день дает основание говорить о динамичном темпе роста и позитивных тенденциях на дальнейшую перспективу, но, безусловно, нужно констатировать наличие ряда факторов, сдерживающих возможность реализации участниками рынка своего потенциала.

Доля ИТ-услуг в структуре национального ИТ-рынка – важный показатель его зрелости. В развитых странах доля аппаратного обеспечения в общей структуре ИТ-рынка меньше по сравнению с ИТ-услугами, тогда как в развивающихся странах преобладают готовые технологии и оборудование.

Результаты анализа рынка информационно-коммуникационных услуг, проведенного такими крупными компаниями, как IDC, *Gartner*, рейтингового агентства «Эксперт РА» и многих других, а также данные, полученные в ходе изучения ИТ-сферы ведущими провайдерами ИТ-услуг, важны не только ИТ-компаниям, функционирующим на данном рынке, но и самим потребителям [1].

Данный системный подход учитывает целый ряд показателей и характеристик: темпы и объемы роста рынка, его отраслей и сегментов; определяет долю ИТ-услуг в структуре национального ИТ-рынка, а также состояние рыночных цен и характеристики трудовых ресурсов; оценивает базу нормативно-правового регулирования.

Так, согласно отчету компании IDC «*Russia IT Services 2011–2015 Forecast and 2010 Analysis*», объем российского рынка ИТ-услуг в 2013 г. составил 297 млрд руб., что на 14% больше данного показателя предыдущего года [4]. Причем отмечено, что отдельные сегменты данного рынка имеют разные темпы развития. Например, облачные сервисы показывают высокие темпы роста, хотя занима-

ют небольшую долю данного рынка. Отметим, что в ходе исследования компания IDC выделяет следующие основные направления:

- установка и поддержка оборудования и программного обеспечения;
- системная интеграция;
- консалтинг и разработка заказного ПО;
- ИТ-консалтинг;
- ИТ-аутсорсинг;
- ИТ-обучение.

На сегодняшний день ИТ-услуги в России составляют только третью часть от общего объема национального ИТ-рынка, что свидетельствует о необходимости дальнейшего развития и совершенствования в данном направлении, так как мировые показатели доли услуг составляют более 50%. Причем подавляющим большинством аналитиков прогнозируется рост этого показателя.

Показатели российской информационно-технологической индустрии различных международных рейтингов свидетельствуют о серьезной стагнации отдельных направлений траекторий развития. Так, в рейтинге по уровню информатизации и готовности к сетевому миру наша страна занимает только 70–80-е места. С 56-го на 92-е место Россия переместилась в рейтинге по уровню электронного правительства.

В докладе «О стратегических направлениях развития индустрии информационных технологий (ИТ) в России» АПКИТ (Ассоциация предприятий компьютерных и информационных технологий) определены основные факторы развития рынка информационных технологий и информационно-коммуникационных услуг (рисунок 1). Одним из наиболее основополагающих условий является поддержка государства, предусматривается отмена бюрократического вмешательства в инвестиции ИТ и, безусловно, совершенствование и модернизация законодательства (в том числе таможенного и налогового регулирования). Предполагается усиление кооперации как на внутреннем, так и на внешнем уровне при использовании мировых стандартов. Также в докладе говорится о развитии практики ИТ-аутсорсинга как одного из наиболее перспективных направлений спектра информационных услуг, подчеркивается необходимость создания национальной системы информационно-технологического образования [2].

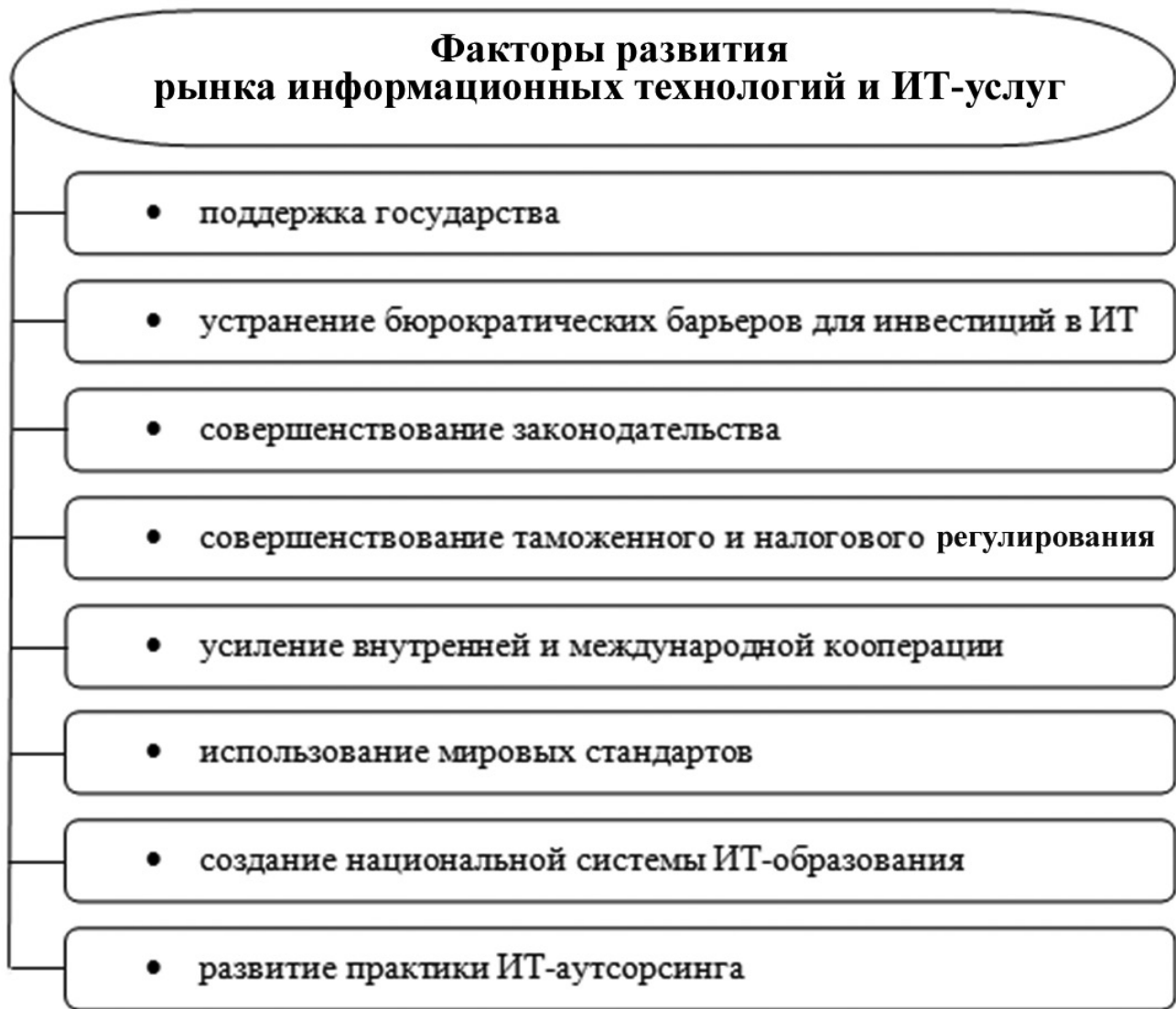


Рисунок 1 – Факторы развития рынка ИТ-услуг (разработано автором)

Необходимо отметить, что развитие различных сегментов данной отрасли нужно рассматривать комплексно, применяя системный подход ввиду взаимосвязанного характера сегментов ИТ-услуг. Кроме того, формальное деление информационных технологий на сегменты может трансформироваться в связи с тесным сближением и даже слиянием отдельных направлений и, естественно, появлением новых.

На основе доклада «О стратегических направлениях развития индустрии информационных технологий (ИТ) в России», а также Стратегии развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014–2020 гг. и на перспективу до 2025 г. можно выделить ряд перспективных направлений развития отечественных информационных технологий (рисунок 2).

Перспективные направления развития ИТ-технологий:

- интернет-программирование и разработка интернет-сервисов
- облачные вычисления (*cloud computing*)
- системы автоматизации бизнеса
- технологии распознавания речи и изображений
- электронная коммерция
- электронное правительство
- дистанционное обучение
- технологии беспроводного доступа в интернет через спутники нового поколения
- аутсорсинг – от создания ИТ-инфраструктуры – к сервисной
- информационная безопасность

Рисунок 2 – Перспективные направления развития ИТ-технологий [3]

Важно отметить, что результаты последних маркетинговых исследований рынка показывают, что отношение заказчиков к ИТ-проектам меняется в нужную сторону: в структуре ИТ-затрат предприятий значительно возрастает процент расходов по эксплуатации и снижается уровень новых закупок. Управленческий консалтинг в области использования ИТ развивается все более динамично, доля заказных разработок в ИТ-услугах стремительно воз-

растает. Наиболее важным и значимым для России в общей системе ИТ-рынка определенно становится сегмент ИТ-услуг. Вместе с тем данный сегмент характеризуется добавочной стоимостью и, учитывая его высокую положительную динамику, сможет стать довольно прибыльным для российских компаний [3].

Отечественный рынок ИТ-услуг, по нашему мнению, в ближайшие несколько лет будет иметь возможность развиваться по двум альтернативным траекториям:

- 1) длительное пребывание в состоянии насыщения;
- 2) новый виток роста.

Самоинформатизация как одна из явно наметившихся на современном этапе стратегий государства предоставит возможность и станет неким стимулом для многих предприятий заказывать ИТ-услуги, что впоследствии станет позитивным фактором, заметно сказывающимся на динамике роста рынка информационных технологий и услуг в долгосрочном периоде.

Таким образом, наиболее динамично развивающимися направлениями отечественного рынка ИТ-услуг в ближайшие годы будут ИТ-аутсорсинг и консалтинг (причем существенный вклад в этот рост будут вносить региональные заказчики). Ожидаются хорошие перспективы и сектора ИТ-обучения.

Список использованных источников:

1. Васильев Р.Б., Левочкина Г.А. Оценка степени зрелости российского рынка ИТ-услуг // Бизнес-информатика. 2012. № 2. С. 56–64.
2. О стратегических направлениях развития индустрии информационных технологий (ИТ) в России: доклад АПКИТ. URL: <http://www.apkit.ru/committees/investment/projects/strategy>
3. Информационные системы в экономике: учебное пособие / под ред. проф. Д.В. Чистова. – М.: ИНФРА-М, 2013.
4. ИТ в российских компаниях 2010–2011. Выход из кризиса?: отчет об исследовании / Аналитический центр GlobalCIO. URL: <http://www.globalcio.ru/analytics/699/>
5. Стратегия развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014–2020 гг. и на перспективу до 2025 г. URL: <http://government.ru/docs/8024>

А. Ткаченко

Финансовый университет
(Краснодарский филиал)

Научный руководитель:
Н.В. Тимошенко, к.э.н., доцент

ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ В РОССИИ: ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Интернет все увереннее проникает в нашу жизнь. Сеть используют и в коммерческих целях, и это направление развивается быстрыми темпами. В настоящее время любая уважающая себя компания для обеспечения своей конкурентоспособности обязана как минимум иметь собственный сайт, как максимум использовать все преимущества *e-commerce* (электронная коммерция). Е-коммерция – сфера экономики, связанная с реализацией товаров и услуг с использованием электронных систем, в том числе сетей связи и Интернета [5].

По результатам совместного исследования *Google* и *Nielsen* три поисковых запроса из четырех заканчиваются конверсионным действием пользователя: 25% переходят на сайт интернет-магазина, 17% совершают покупку онлайн, а 7% делают звонок.

Электронная коммерция, в частности электронная торговля, представленная преимущественно интернет-магазинами, переживает стремительный рост. По данным исследовательского агентства *DataInsight*, рынок электронной коммерции в России в 2013 г. вырос на 28% и составил 520 млрд руб. Количество покупателей в сети по сравнению с 2012 г. увеличилось на 30% и составило 30 млн чел.

По данным исследований фонда «Общественное Мнение», в 2014 г. показатель проникновения Интернета среди взрослого населения России составил 59%, или 68,7 млн чел., причем 51% из них совершали покупки в интернет-магазинах хотя бы раз, 22% пользователей совершают покупки в интернет-магазинах постоянно. Эти цифры постоянно растут, что позволяет говорить об имеющихся перспективах расширения электронной торговли в России. Исходя из этого, можно говорить об актуальности темы исследования.

Е-коммерция возникла в США в 1960 г., когда компании *American Airlines* и IBM приступили к разработке систем электронного бронирования авиабилетов, которые позволяли оперативно изменять цены на билеты с учетом наличия свободных мест. Следующий шаг в своем развитии электронный бизнес сделал с появлением электронных банковских карт, число которых значительно выросло в 60-х годах за счет рассылки их по почте. Вслед за этим стремительно увеличилось и число торговых точек, работающих с картами, а банки были вынуждены присоединяться к основным платежным системам.

В России электронная коммерция активно развивается с 1998 г. В 1999 г. Московская межбанковская валютная биржа начала прием электронных заявок на покупку и продажу валюты с помощью открытого мощного Интернет-шлюза, и электронный бизнес в России пополнился системой Интернет-трейдинга.

Основной и самой сильной тенденцией в е-коммерции является конвергенция электронной и традиционной торговли, т.е. наряду с традиционной торговлей предприятия начинают активно использовать инструменты электронной коммерции, а интернет-магазины переносят часть бизнеса в «реальный мир». Данная тенденция обусловлена тем, что несмотря на неоспоримые преимущества е-коммерции, зачастую они влекут за собой неудобства или даже риски как для продавца, так и для покупателя. Так, например, отсутствие офлайн-представительств сказывается на доверии покупателей, которые не знают к кому обратиться в случае возникновения претензий. Отсутствие продающего персонала влечет за собой невозможность для покупателя получить консультацию продавца, а для магазина – невозможность путем личного общения убедить потребителя совершить покупку. Эти и другие проблемы решаются благодаря симбиозу двух форм ведения торговли. Например, в интернет-магазине *Ozon.ru* в ключевых регионах имеются пункты выдачи заказов.

Многие компании не отказываются от персонала, потому как автоматические системы не могут обработать и ответить на часто нечеткие запросы клиентов.

Следующей тенденцией является появление специализированных сервисных интеграторов, которые обеспечивают достав-

ку, проведение платежей и взаимодействие с зарубежными покупателями для интернет-магазинов [1]. Примером может служить электронная площадка *Buy.ru*, которая обеспечивает взаимодействие таких интернет-магазинов, как *eBay* и *Amazon* с российскими потребителями.

Повышение качества обслуживания клиентов – еще одна тенденция в e-коммерции. Одна из важнейших проблем, с которыми сталкиваются как продавцы, так и потребители – получение заказов, т.е. доставка. Основные предлагаемые способы доставки сопряжены со значительными неудобствами для покупателей. Почта России не способна оперативно доставить заказ в любую точку страны. К тому же заказ, отправляемый по почте, не доставляется на дом покупателю, а остается в почтовом отделении. Из-за этого покупатель должен в рабочие часы посещать почтовое отделение, тратить время в очереди, что неудобно. При доставке курьером не всегда удается согласовать удобное и для получателя, и для курьера время, что влечет за собой задержку получения заказа. При доставке товара в пункт выдачи заказов (если такой имеется) клиент вынужден много времени тратить на их посещение, так как часто для минимизации издержек на аренду помещений, эти пункты располагаются в неудобных с точки зрения транспортной доступности местах. Как итог, появляются автоматизированные точки выдачи заказов (почтоматы), расположенные в удобных местах с высокой проходимостью [2].

Отдельно хотелось бы отметить такую тенденцию, как ориентирование на мобильный сегмент. По данным РАЭК каждый третий телефон, проданный в 2012 г., был смартфоном. Люди выходят в Интернет с мобильного устройства не потому, что не имеют других вариантов, а просто потому, что им так удобно. По данным установочного исследования *TNS WebIndex*, в 2014 г. для 18% пользователей мобильный интернет – основной способ выхода в сеть. Более 40% горожан являются пользователями мобильного интернета. Продажи смартфонов растут на 60% в год. В 2012 году в России было продано уже более 13 млн устройств. И вот уже 18% пользователей постоянно используют именно мобильный интернет для выхода в сеть, потому что это удобно.

В своих исследованиях РАЭК отмечает, что 77% поисковых запросов с мобильных устройств совершаются дома или на работе. Следо-

вательно, три четверти посетителей мобильных приложений никуда не торопятся и вполне могут уделить время для знакомства с предложениями и совершения покупки. Действия при помощи мобильных устройств происходят очень быстро: 55% конверсионных действий (посещение интернет-магазина, звонок или покупка) совершаются в течение часа. Это свидетельствует о том, что пользователи, заходящие в Интернет с мобильных устройств, имеют четкое понимание своих целей и менее склонны к длительному бессмысленному серфингу по «просторам Сети».

Доля онлайн-покупок, сделанных с помощью смартфона или по результатам поиска через мобильное устройство, составляет 3,6%. Чаще всего с мобильного устройства покупают цифровой контент – это 76%. По данным исследования РАЭК «Экономика Рунета 2013», рынок *Digital Goods* (видео, музыка, книги) вырос на 28% и составил 6,5 млрд руб., на втором месте одежда – 38%, на третьем – товары для активного отдыха – 34%.

По прогнозам экспертов, объем мирового рынка мобильной коммерции к 2015 г. составит 119 млрд долл. Однако нельзя не учитывать сложности перехода к мобильной версии. Основной проблемой является недостаточность юзабилити. В приложениях для смартфонов не хватает функции одновременного просмотра нескольких вкладок, т.е. пользователь может просматривать один продукт в одно время. Это неудобно, потому что клиенту приходится копировать параметры товара в заметки, а позже доставать оттуда информацию при поиске сопутствующего товара. Все это свидетельствует о том, что компаниям уже сейчас необходимо позаботиться о создании удобной мобильной версии сайта или мобильного приложения для покупателей [3].

Рынок e-коммерции растет очень быстро. Объем рынка электронной коммерции в России в 2012 г. составил 405 млрд руб., в то время как в 2009 г. он составлял 210 млрд руб. Темпы роста этого сектора экономики практически в десять раз больше, чем темпы роста экономики страны, если опираться на данные 2012 года: ВВП России вырос на 3,5%, а рынок e-коммерции – на 28%. Доля электронной коммерции в российской розничной торговле, по прогнозам экспертов, составит в 2015 г. 4,5% (для примера, в 2011 г. она составляла лишь 1,5%).

В последнее время развиваются частные службы доставки товаров, что позволяет прогнозировать рост рынка е-коммерции в регионах. Исходя из того, что рынок е-коммерции показывает прирост порядка 30% в год, объем всего розничного интернет-рынка к 2015 г. может составить 845 млрд руб., а к 2020 г., по умеренным прогнозам, – больше 2 трлн руб. При этом данная цифра не является максимальным показателем. С развитием электронной подписи и системы онлайн-платежей все большую популярность будут набирать такие товары, как страхование и предложение турпакетов. Таким образом, объем электронной коммерции может достичь 150 млрд долл. уже через 15 лет [4].

Итак, электронная коммерция в нашей стране динамично развивается и, как видно, будет развиваться в дальнейшем. Это привлекает все больше игроков на рынок интернет-торговли, делает его инвестиционно привлекательным. А пока мы можем предположить, что развитие электронной торговли будет проходить по идентичному сценарию с развитием розничных торговых сетей: на рынке останутся только крупные и надежные игроки, а небольшие компании потерпят убытки.

Список использованных источников:

1. *Бугорский В.Н.* Особенности использования преимуществ электронной коммерции // Интернет-маркетинг. 2013. № 4. С. 246.
2. *Котляров И.Д.* Тенденции эволюции электронной коммерции // Интернет-маркетинг. 2012. № 4. С. 257.
3. *Кравчук М.Н.* Тренды в электронной коммерции // Интернет-маркетинг. 2014. № 4. С. 245.
4. *Назарова В.В.* Оценка перспектив рынка электронной коммерции в России // Интернет-маркетинг. 2014. № 4. С. 250.
5. *Тимошенко Н.В., Кирпичникова Л.П.* Анализ проблем и тенденций развития розничной торговли Краснодарского края // Теория экономики и управления народным хозяйством: Вестник Института дружбы народов Кавказа. 2014. Т. 2.

Научное электронное издание на диске

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ
И РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Материалы
региональной научно-практической
конференции студентов и молодых ученых
(г. Краснодар, 5 декабря 2014 г.)*

Компьютерная верстка,
оформление титула и обложки: *Т.А. Антоновой*
Редактор: *И.М. Попова*

Подписано в печать 04.08.2015
Объем 4,2 Мб. Тираж 10 экз.

Финансовый университет
125993 (ГСП-3), Москва, Ленинградский проспект, 49