

Раздел I. ФИНАНСОВАЯ СИСТЕМА: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Бардакова С.В., Климова Я.С.
Научн. рук.: ст.пр. Балашев Н.Б.
Тулский филиал Финуниверситета

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Впервые в нашей стране выдача образовательных кредитов, т.е. кредитов для оплаты учебы, началась в июле 2000 года. Самым первым банком, начавшим осуществлять данную деятельность, стал Сбербанк. В первое время данный кредитный продукт не получил широкого распространения из-за плохих условий кредитования. Процентная ставка по данному кредиту была 19% годовых, максимальный срок кредитования – 11 лет.

В 2004 году впервые начала действовать программа под названием «Кредо», осуществляемая организацией «Крэйн» вместе с банком «Союз». Организация «Крейн» проводила свою деятельность по образовательному кредитованию с определенными русскими вузами. 359 студентов воспользовались данным банковским продуктом в первый год своей деятельности [4]. В программе «Кредо» были следующие условия: срок кредитования до 16 лет под 10% годовых, самая большая сумма, которую могли взять потребители, составляла 45 тысяч долларов, в данных условиях залог и поручительство по кредиту не требовался [5]. В период финансового кризиса 2008 года предоставление кредитов было приостановлено.

В таблице 1 представлены этапы формирования и развития системы образовательного кредитования в нашей стране [1, с.140].

Таблица 1.

Этапы формирования и развития системы образовательного кредитования

| Этап | Характерные черты |
|--|---|
| 1 этап: 2000-2004 Образовательный кредит как разновидность потребительского кредита. | - высокие процентные ставки; - отсутствие государственных гарантий; - образовательный кредит выдается в безналичном порядке и другие. |
| 2 этап: 2004-2009 Увеличение количества банков, предоставляющих образовательный кредит. | - снижение процентных ставок по кредиту; - увеличивается количество банков, предоставляющих образовательный кредит. |
| 3 этап: 2009-2013 Диверсификация услуги образовательного кредитования. | - снижение процентных ставок по кредиту; - государственное субсидирование и др. |
| 4 этап: 2013-2016 Активное участие государства в образовательном кредитовании. | - снижение процентных ставок; - государственные гарантии; - государственное субсидирование и др. |

В 2013 году произошли серьезные изменения условий программы образовательного кредитования, которую предлагал Сбербанк. Процентная ставка по кредиту была приравнена ставке рефинансирования Банка России, которая действовала на дату заключения кредитного договора, причем $\frac{1}{4}$ ставки рефинансирования Банка России, увеличенная на 3 пункта, уплачивалась заемщиков, а $\frac{3}{4}$ ставки рефинансирования Банка России субсидировалась государством.

В прошлом 2016 году ПАО «Сбербанк» реализовал новейшую программу образовательного кредитования с государственным субсидированием. Условия данной программы предполагают, что сумма кредита – до ста процентов стоимости обучения, процентная ставка, уплачиваемая заемщиком, – 7,63% в рублях, при ключевой ставке Банка России, равной - 10,6%.

В связи с указанием Банка России от 11 декабря 2015 г. N 3894-У "О ставке рефинансирования Банка России и ключевой ставке Банка России" «С 1 января 2016 года Банком России не устанавливается самостоятельное значение ставки рефинансирования Банка России». При изменении ставки рефинансирования Банка России, процент по кредиту, рассчитывается как $\frac{1}{4}$ ставки рефинансирования Банка России плюс 5 пунктов, срок кредита равен сроку обучения, который увеличивается на 10 лет [6].

Условия образовательных кредитов, предлагаемые российскими банками, тождественны условиям потребительского кредитования, что является результатом отсутствия государственной поддержки образовательного кредитования.

Таким образом, кредиты на образование в современных условиях считаются недостаточно доступными для самих учащихся, поэтому ответственность за кредит лежит на плечах у родителей. Единственным выходом для самостоятельных студентов считается одновременное совмещение работы с учебой, а также кредит без обеспечения. В современных условиях образовательные кредиты плохо отвечают потребностям людей, исключением стал образовательный кредит с государственным субсидированием.

Ускоренный рост платного образования в нашей стране, а также сокращение возможностей людей платить за учебу за счет своих собственных средств постепенно приводит к тому, что российские семьи вынуждены воспользоваться данным видом кредитования. Ожидается, что в 2017 году кредитом для оплаты

обучения воспользуются до 10% студентов, а уже через 6 лет – 26% студентов. На ближайшую к мировым показателям ступень по образовательному кредиту наша страна может выйти лишь к 2040 году [6].

Таким образом, кредитные программы, несомненно, будут развиваться. На сайтах престижных ВУЗов в разделе «Образовательные кредиты» размещена информация по основным банкам: ПАО «Сбербанк», АО КБ «РосинтерБанк», ПАО «Почта Банк», АКИБ «Образование».

Объем российского рынка образовательных кредитов представлен в таблице 2 [3, с.19].

Таблица 2.

Общий объем образовательных кредитов в рублях с 2014-2016 гг.

| Год | 2014 г. | 2015 г. | 2016 г. |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|
| Объём выданных кредитов, млрд. руб. | 9,6 | 9,7 | 10 |
| Темп роста | - | 1,01 | 1,03 |

Как видно из таблицы 2, с каждым годом объем образовательных кредитов увеличивается [4]. В таблице 3 приведена характеристика образовательных кредитов в зарубежных странах [3, с.20].

Таблица 3.

Сравнительная характеристика образовательных кредитов в зарубежных странах

| Страна | Критерии оценки | | | |
|--------|--|--------------------------------|-------------------|------------------------------------|
| | Кредитор | Заемщик | Процентная ставка | Ответственный за невозврат кредита |
| США | Коммерческие банки, университеты, аккредитованные финансовые институты | Родители абитуриента, студент, | До 5% | Правительство |
| Китай | 15 крупнейших банков | Студенты | 4% | Государство |
| Япония | Японский стипендиальный фонд | Студенты | не более 3% | Государство |
| Россия | ПАО «Сбербанк» и другие | Студент, родители | 7,5% | |

Как видно из таблицы 3, в списке данных стран, Россия занимает последнее место, так как процентная ставка по кредиту гораздо больше, чем в других странах.

Образовательный кредит в основном предлагает не большое количество ведущих банков, поэтому объем информации, которую они доносят для своих клиентов пока нельзя сравнить с другими кредитными продуктами.

В будущем, спрос на образовательные кредиты будет постепенно расти по мере повышения престижности и необходимости получения любого образования.

Проведя анализ программ образовательного кредитования, можно сделать вывод, что необходимо направить значительные усилия на развитие и формирование взаимодействия органов законодательной власти, государственного управления, бизнеса и образовательных структур для формирования благоприятных, доступных условий предоставления этого вида кредитования для формирования образованного молодого поколения в нашей стране.

Список литературы

1. Валиев Ш.З., Шайхутдинова Г.Ф., Талипова А.Х. Становление и развитие программ образовательного кредитования в России // *Фундаментальные исследования*. – 2016. – № 11-1. – С. 139-143
2. Косенко С.Т. Трансформация экономических основ высшего образования в России // *Вестник ИНЖЭКОНа*. Серия: Экономика, выпуск 5(64), 2013, с. 93-98.
3. Рогалева А.В. Перспективы развития образовательного кредитования // *Современные проблемы науки и образования*. Материалы V Международной научно-практической конференции. Научный ред. Ю. В. Мамченко. - М: Издательство «Перо», 2015. – С.19-21.
4. Баирампас Т. Образовательный кредит в России: быть или не быть? [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.edu-quality.ru/files/obr_kredit_ko%201_end.pdf.
5. Линьков А.Я. Роль программ образовательного кредитования в обеспечении доступности высшего образования России / А.Я. Линьков, В.Л. Сиваков. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://elibrary.ru/download/69721352.pdf>.
6. Рузманова Ю., Чувиляев П. Российский студент может получить образование в кредит в любом университете мира // *Финансовая газета* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://fingazeta.ru/how-much/zaygydevyat-rublej-179126/>.

Бугаков Н.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Балашова О.Б.

Тулский филиал Финуниверситета

РОЛЬ АГРЕГИРОВАНИЯ В МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

На данный момент, существует множество различных путей и методологических подходов в макроэкономических исследованиях. Но представление субъектов и их действий как единого целого можно

осуществить лишь с помощью одного из основных методологических подходов – агрегирования. Данный метод подразумевает под собой сведения отдельных, частных показателей различных экономических явлений и процессов в обобщающий показатель, который отражает всю совокупность экономических субъектов, единиц.

Благодаря агрегированию, можно сформировать систему общих показателей, известных в экономике как общий индекс цен и совокупный объем производства, именно поэтому макроэкономика открывается перед нами совокупностью агрегированных (укрупненных) экономических показателей и категорий. Но для того чтобы данная совокупность сформировалась в систему, необходимо выявить зависимости между ними. Именно зависимости между категориями макроэкономики и показателями и составляет предмет макроэкономического анализа.

Согласно мнению, известного финансиста А.М. Бабича, если рассматривать ситуацию со стороны макроэкономического подхода, то экономика всего государства будет представлять собой один общий рынок (макрорынок), на котором взаимодействуют один макропроизводитель, объединяющий в себе всех одиночных производителей, и один макропотребитель. [1, с. 187]

Из выше сказанного следует, что макроэкономическая теория пользуется агрегированными экономическими величинами, устанавливая уровень взаимоотношений между ними. Для перехода на макроэкономический уровень анализа обычно применяют термин «совокупный», например: совокупное производство, совокупный продукт, совокупный доход, совокупный расход и т.д.

Макроэкономическое агрегирование распространяется, прежде всего, на субъекты экономики, которые в свою очередь сгруппированы в четыре сектора: 1) сектор домохозяйств; 2) предпринимательский сектор; 3) государственный сектор; 4) иностранный сектор (рис. 1).

В некоторых источниках [2, с.23] указанные сектора экономики определяются как «макроэкономические агенты», что, однако не приводит к существенным различиям в их описании.



Рисунок 1. Субъекты экономики в макроэкономическом агрегировании

Сектор домашних хозяйств – это совокупность множества частных хозяйств внутри государства, чья деятельность направлена на удовлетворение своих собственных потребностей. Важно подчеркнуть, что домохозяйства являются собственниками факторов производства, и, благодаря их продажи, а также предоставления в аренду домашние хозяйства приобретают доход, распределяющийся между текущим потреблением и сбережением.

Что же касается предпринимательского сектора, то он представляет собой совокупность всех фирм, которые зарегистрированы внутри государства «Они выступают основными производителями товаров, работ, услуг, потребителями экономических ресурсов, покупателями инвестиционных товаров (оборудования), основными заемщиками (спрос на кредитные средства). Агрегирование дает возможность выявить специфику экономического поведения фирм». [2, с.25]

Под государственным сектором подразумевается государство, обладающее политическим и юридическим правом регулирования экономики через государственные институты. «Основная цель государства - устранение дефолтов, возникающих на рынке, и максимизация общественного благосостояния. Государство может быть представлено: покупателем товаров и услуг, перераспределителем национального дохода, производителем общественных благ, кредитором или заемщиком на финансовом рынке (в зависимости от состояния бюджета), регулятором функционирования экономики страны». [2, с.26]

Иностранный сектор – это экономические субъекты, местонахождение которых постоянно находится за пределами данного государства. Взаимодействие с зарубежными странами по экспортным, импортным поставкам, а также по движению капитала может оказывать существенное влияние на национальную экономику.

Макроэкономическое агрегирование распространяется и на рынки. Рынки на уровне государства (страны в целом) подразделяются на три типа рынков: 1) товаров и услуг (рынок благ); 2) финансовый; 3) факторов производства (рис. 2).



Рисунок 2. Типы рынков на макроуровне

На уровне отдельного сектора экономики могут быть выделены характерные именно для этой сферы хозяйствования агрегированные рынки.

Например, в рамках макроэкономического анализа банковской сферы выделяют четыре агрегированных рынка, которые авторы называют:

- «1) рынок отдельного сегмента банковской сферы;
- 2) региональный рынок - региональная банковская система;
- 3) федеральный рынок - национальная банковская система;
- 4) международный (мировой) рынок - зарубежные банковские системы». [2, с. 27]

К явным недостаткам метода агрегирования можно отнести фрагментарную потерю данных, вследствие явной необходимости упростить реальную действительность и повысить уровень абстрактности экономических исследований.

Но, в тоже время, благодаря агрегированию, процесс выявления сущности сложных общеэкономических явлений становится проще. Кроме того, в основе агрегирования также лежит один из основных методов макроэкономического анализа – моделирование, позволяющее определять степень влияния факторов и прогнозировать направления и уровень изменения показателей.

В модели всегда присутствуют определенные допущения, которые обеспечивают приближенное отражение реального процесса, преследующие цель исследовать отдельные его закономерности. Например: допущение «при прочих равных условиях» (упрощение), которое применяется лишь в случаях невозможности выявления действия всех факторов, но в тоже время позволяющее выявить влияние определенной группы факторов или одного из них на результирующий показатель модели. В основе всех макроэкономических моделей стоит цель упростить экономическую действительность до допустимого числа наиболее существенных взаимосвязей.

Таким образом, метод агрегирования и лежащий в его основе метод моделирования, позволяют не только дать теоретическое описание фундаментальных принципов функционирования национальной экономики, но и прогнозировать возможные тенденции в развитии производства, изменения конъюнктуры рынка, а также позволяет выявить возможности и степень влияния различных макроэкономических субъектов на ход событий.

Список литературы

1. Бабич А.М. Финансы: Учебник / А.М. Бабич, Л.Н. Павлова. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2016. 760 с.
2. Макроэкономический анализ банковской сферы: учебник / коллектив авторов; под ред. О.Н. Афанасьевой, С.Е. Дубовой. – М.: КНОРУС, 2016. 460с. – (Бакалавриат). <http://www.book.ru>

Ильина Ю. А.

Научн. рук.: канд. экон. наук Булдыгин П. А.
Тульский филиала Финуниверситета

ПОДДЕРЖКА МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Многие люди, желающие открыть свой бизнес, чувствуют себя неуверенно, опасаясь финансовых трудностей. Мало кто знает о том, что в России действует государственная поддержка малого и среднего бизнеса, которая включает программы помощи молодым предпринимателям.

Каждый субъект Российской Федерации в рамках реализации программы государственной поддержки малого предпринимательства организывает собственные мероприятия для предпринимателей.

В рамках государственной программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в Тульской области», утвержденной Постановлением правительства Тульской области от 30.10.2013 № 602, предприниматели области могут бесплатно получить государственную поддержку.

Данная статья посвящена тому, какие виды государственной поддержки малого предпринимательства существуют в Туле и как их можно получить.

Инфраструктура поддержки



Тулский региональный фонд «**Центр поддержки предпринимательства**» - организация инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса региона, учредителем которой является правительство Тульской области. В Центре поддержки предпринимательства руководители и специалисты малых и средних предприятий могут пройти бесплатное обучение по различным тематикам.

Меры государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Тульской области в 2017 году:

1. Финансовая поддержка

Выдача кредита на развитие бизнеса: сумма – до 3 млн. руб., ставка – от 7% годовых, срок – до 3 лет.

2. Поручительство

Предоставление гарантий по кредитным обязательствам бизнеса: сумма – 50% от общей суммы обязательств, ставка – от 1% годовых, срок – не ограничен.

Чтобы получить поручительство необходимо обратиться в финансовую организацию, которая рассмотрит и примет решение о кредитовании банком. Затем банковскую заявку направляют на поручительство в Фонд, которые её рассматривает. После этого заключается договор, и Вы получаете кредит.

3. «Программа 6,5» - программа стимулирования кредитования субъектов малого и среднего бизнеса.

Приоритетные отрасли программы:

- Сельское хозяйство – предоставление услуг в этой области
- Обрабатывающее производство
- Производство и распределение электроэнергии, газа и воды
- Строительство, транспорт, связь
- Внутренний туризм
- Высокотехнологичные проекты
- Здравоохранение
- Сбор, обработка и утилизация отходов, переработка во вторичные сырье

Процентная ставка – 10,6% для субъектов малого предпринимательства, 9,6% для субъектов среднего предпринимательства или лизинговых компаний.

Срок фондирования до 3 лет.

4. Поддержка в моногородах (Алексин, Белев, Ефремов, Суворов, поселок Первомайский)

- Микрозаймы до 3 млн. рублей под 7% годовых для субъектов малого и среднего бизнеса, зарегистрированных и осуществляющих свою деятельность на территории Тульской области
- Субсидия на компенсацию затрат, связанных с приобретением оборудования, транспортных средств по договорам лизинга.

5. Субсидии на организацию и осуществление деятельности Центров молодежного инновационного творчества (далее - ЦМИТ)

- 500 000 рублей в год на одного получателя поддержки на возмещение затрат, связанных с организацией ЦМИТ
- 500 000 рублей в год на одного получателя поддержки на возмещение затрат, связанных с осуществлением деятельности ЦМИТ.

6. Снижение налоговой нагрузки для начинающих

До 1.01.2021 на два налоговых периода для впервые зарегистрированных индивидуальных предпринимателей (далее – ИП) в производственной, социальной, научной сферах и сфере бытовых услуг население, если средняя численность работников не более 15 человек за налоговый период.

- Снижение налоговых ставок до 5% и 10% (для торговли) для впервые зарегистрированных в 2015-2017 годах организаций и ИП, применяющих упрощенную систему налогообложения (далее – УСН) по схеме «доходы минус расходы».
- Снижение налоговых ставок до 1% и 3% (для торговли) для впервые зарегистрированных в 2015-2017 годах организаций и ИП, применяющих УСН по схеме «доходы минус расходы».

7. Снижение налоговой нагрузки для действующих предпринимателей и организаций

- Понижение налоговой ставки до 3% и 7% для плательщиков УСН по схеме «доходы минус расходы» и «доходы» для 22 видов предпринимательской деятельности.
- Двукратное снижение размеров потенциально возможного годового дохода при применении патентной системы с 1.01.2017 по 31.12.2018
- Вычет в размере от 100 кв. м до 500 кв. м площади объектов, в отношении которых налог исчисляется от кадастровой стоимости, для налогоплательщиков, применяющих УСН и единый налог на вмененный доход (далее – ЕНВД), осуществляющих свою деятельности не менее 3-х лет, при наличии в штате от 5 до 25 человек, соблюдения условия касающегося размера средней заработной платы работников организации.
- Пониженная налоговая ставка по налогу на имущество организаций от кадастровой стоимости для организаций потребительской кооперации Тульской области на 2015-2019 годы в размере 0,4%

8. Имущественная поддержка

Для субъектов малого и среднего предпринимательства органами исполнительной власти регионального и местного уровня выделяются объекты государственного и муниципального имущества.

9. Бизнес-инкубатор

В бизнес-инкубаторе для предпринимателей предоставляются в субаренду (это переуступка на время прав на взятое в аренду имущество или его доли) офисные площади с возможностью оборудования их необходимым для предпринимательской деятельности: компьютер с лицензионным программным обеспечением и подключением к интернету, оргтехника, телефон и т.д.

Так же доступна субаренда производственных помещений и помещений под пищевое производство.

- Офисные помещения – 250 руб. за 1 кв. метр в месяц
- Производственные помещения – 245 руб. за 1 кв. метр в месяц

10. Доступ к госзакупкам

11. Консультационная поддержка

• Консультации бухгалтера – финансовое планирование, учет, налоги

• Консультации юриста – правовое сопровождение, защита прав и интересов, экспертиза документов

• Консультации по мерам господдержки – консультации по видам господдержки и условиям ее получения, «горячая линия»

А также консультации по бизнес-планированию, маркетинговое сопровождение.

12. Обучение

Тульским региональным фондом «Центр поддержки предпринимательства» реализуются программы обучения для субъектов малого и среднего предпринимательства Тульской области для повышения их квалификации по вопросам осуществления предпринимательской деятельности.

Обучение проводится на бесплатной основе образовательными организациями – партнерами Центра поддержки предпринимательства.

По итогам прохождения программ обучения слушателям выдается документ об образовании.

Программы обучения:

- «Охрана труда»
- «Пожарная безопасность»
- «Основы предпринимательской деятельности»
- «1С: Бухгалтерия»

Обучение по программам Корпорации МСП:

- Азбука предпринимателя
- Школа предпринимательства
- Мама- предприниматель

13. Центр поддержки экспорта

• консультации по внешнеэкономической деятельности;

• участие в международных и межрегиональных мероприятиях по поиску партнеров;

• организация участия в выставках и ярмарках как на территории Российской Федерации, так и за рубежом;

• проведение маркетинговых исследований по выводу конкретного продукта на зарубежный рынок.

С 2017 года предприниматели также смогут получить дополнительные виды поддержки: создание сайта на иностранном языке или модернизация уже существующего; содействие в формировании и продвижении экспортного и соответствующего инвестиционного предложения, в т.ч в подготовке, переводе на иностранные языки презентаций и других материалов в электронном и печатном виде; оплата затрат на международную сертификацию продукции.

14. Инжиниринговый центр

- Экспресс оценка
- Антикризисный консалтинг
- Технический аудит
- Программа модернизации
- Маркетинговые, патентные и инженерно-исследовательские услуги

15. Популяризация бизнеса – проведение различных мероприятий, таких как: Празднование дня предпринимательства, конкурс молодежных бизнес-проектов и т.д.

Условия оказания поддержки

(ст. 14 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 26.07.2017) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»)

Субъекты малого и среднего предпринимательства, которым не может оказываться поддержка:

• Являющимся кредитными организациями, страховыми организациями (за исключением потребительских кооперативов), инвестиционными фондами, негосударственными пенсионными фондами, профессиональными участниками рынка ценных бумаг, ломбардами

- Являющимися участниками соглашений о разделе продукции (Соглашение о разделе продукции - договор, в соответствии с которым Россия предоставляет субъекту предпринимательской деятельности (инвестору) на возмездной основе и на определенный срок исключительные права на поиски, разведку, добычу минерального сырья на участке недр, указанном в соглашении, и на ведение связанных с этим работ, а инвестор обязуется осуществить проведение указанных работ за свой счет и на свой риск. Там же предусмотрено, что соглашение о разделе продукции определяет все необходимые условия, связанные с использованием недр, в т.ч. условия и порядок раздела произведенной продукции между сторонами соглашения)

- Осуществляющим предпринимательскую деятельность в сфере игорного бизнеса
- Являющихся в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о валютном регулировании и валютном контроле, нерезидентами Российской Федерации, за исключением случаев, предусмотренных международными договорами Российской Федерации

- Финансовая поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства, предусмотренная статьей 17 настоящего Федерального закона, не может оказываться субъектам малого и среднего предпринимательства, осуществляющим производство и (или) реализацию подакцизных товаров, а также добычу и (или) реализацию полезных ископаемых, за исключением общераспространенных полезных ископаемых.

В каких случаях должно быть отказано в оказании поддержки:

- Не представлены документы, определенные нормативными правовыми актами Российской Федерации, нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации, муниципальными правовыми актами, принимаемыми в целях реализации государственных программ (подпрограмм) Российской Федерации, государственных программ (подпрограмм) субъектов Российской Федерации, муниципальных программ (подпрограмм), или представлены недостоверные сведения и документы

- Не выполнены условия оказания поддержки
- Ранее в отношении заявителя - субъекта малого и среднего предпринимательства было принято решение об оказании аналогичной поддержки (поддержки, условия оказания которой совпадают, включая форму, вид поддержки и цели ее оказания) и сроки ее оказания не истекли

- С момента признания субъекта малого и среднего предпринимательства допустившим нарушение порядка и условий оказания поддержки, в том числе не обеспечившим целевого использования средств поддержки, прошло менее чем три года.

Малое и среднее предпринимательство — это сектор экономики, представляющий интересы почти половины занятых в экономике города Тулы. Его развитие является эффективным средством роста доходов населения. Рассмотрев все виды поддержки малого и среднего бизнеса в Туле и Тульской области, можно с уверенностью сказать — поддержка существует, нужно только знать, где и на каких условиях её получить.

Список литературы:

1. Вестник «Государственного университета управления» [Электронный ресурс] <http://vestnik.guu.ru> (дата обращения: 26.10.2017)
2. Улицкий М.П., Холодова А.О. Меры государственной поддержки малого и среднего предпринимательства // Развитие отраслевого и регионального управления. №10. 2015. С. 52.
3. «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [Электронный ресурс] федер. закон от 24.07.2007 №209-ФЗ (ред. от 01.08.2016) <http://www.garant.ru>. (дата обращения: 26.10.2017).
4. Комитет Тульской области по предпринимательству и потребительскому рынку [Электронный ресурс] <https://business.tularegion.ru/> (дата обращения: 27.10.2017).
5. Портал правительства Тульской области [Электронный ресурс] <https://www.tularegion.ru/>(дата обращения: 27.10.2017).
6. Центр поддержки предпринимательства [Электронный ресурс] <http://hub71.ru/> (дата обращения: 27.10.2017).

Кальтюгина П.С., Тулаева О.О.

Научн. рук.: канд. истор. наук, доцент, Соломатин Е.Н.

Тульский Государственный Университет

МАТЕРИНСКИЙ КАПИТАЛ КАК СПОСОБ ПОДДЕРЖКИ СЕМЕЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В последнее время отмечается повышенный интерес к вопросам управления социальными проектами в различных сферах жизнедеятельности государства и общества. Этот интерес обуславливается рядом факторов: декларациями органов государственной власти и управления о социальной ориентированности государственной политики, растущим количеством и масштабностью нерешенных социальных проблем в обществе, повышением интереса к знаниям по управлению проектами в социальной сфере, необходимых им для успешной реализации. С каждым годом социальные программы становятся все более доступными и

актуальными, и принять участие в их осуществлении стремятся как можно больше граждан. Российская Федерация сделала определенный акцент на социальную политику, что мы и рассмотрим далее.

Одним из наглядных примеров развития социальных программ в России является осуществление материнского капитала. Проблема социальной поддержки семьи сейчас является, на наш взгляд, основной проблемой социальной политики в России. Здесь стоит выделить три аспекта.

Во-первых, это демографическая катастрофа, которая наблюдается в России уже достаточно долгий период. Только по официальным данным, Россия ежегодно теряет около 800.000 человек.

Во-вторых, что особо важно в рамках исследования, в России достаточно низкий уровень жизни населения. И хотя практика показывает, что в странах с низким уровнем жизни рождаемость выше, но Россия в этом отношении является исключением. Возможно причина в том, что, несмотря на невысокие доходы, уровень образования в России выше, чем в странах Африки, Азии, Латинской Америки.

В-третьих, важно, чтобы ребенок воспитывался в полной семье.

Одной из наиболее известных социальных программ является «Материнский капитал».

1 января 2017 года федеральной программе по выдаче государственного сертификата на материнский капитал, инициированной президентом Владимиром Путиным и установленной впервые законом от 29.12.2006 № 256-ФЗ в отношении семей, родивших или усыновивших второго ребенка (или любого последующего), исполнилось уже 10 лет.

Материнский (семейный) капитал — форма государственной поддержки российских семей, воспитывающих детей. Эта поддержка оказывается с 1 января 2007 года при рождении или усыновлении второго, третьего или последующего ребёнка, имеющего российское гражданство, при условии, что родители не воспользовались правом на дополнительные меры государственной поддержки. В 2017 году размер материнского капитала составил 453 026 рублей [1].

Материнский капитал может быть потрачен на следующие цели: улучшение жилищных условий, получение образования, пенсионные накопления матери.

Государственная социальная программа «Материнский капитал» была введена в первую очередь для поддержки семей с детьми, основной целью введения программы является повышение уровня рождаемости в стране. Размер материнского капитала внушителен – в 2007 году на момент принятия федерального закона субсидия составляла 250 000 рублей, а уже к 2014 году капитал предоставлялся семьям в сумме 429 408 рублей, так как размер субсидии ежегодно меняется. Планируется, что к окончанию действия государственной социальной программы материнский капитал составит 500 000 рублей, то есть его размер увеличится почти в 2 раза по сравнению с базовой ставкой. Но на практике оказалось все немного по-другому — на 2017 год не будет индексации материнского капитала, он остался прежним 453 026 рублей.

Получение материнского капитала строго регламентировано, чтобы не допустить спекуляций и получения денежных сумм мошенниками или недобросовестными гражданами, использующими материнский капитал не по назначению. Поэтому по закону к претендентам, желающим получить государственную субсидию, предъявляются особые требования, основное из которых – появление в семье второго или последующего ребенка на момент действия программы.

После введения социальной программы «Материнский капитал» наметились положительные тенденции в повышении рождаемости не только на федеральном, но и на региональном уровне. Для примера рассмотрим Тульскую область.

Государственные программы, действующие в Тульской области и направленные на улучшение демографических показателей, привели в последние годы к увеличению рождаемости в регионе. При этом отличным финансовым подспорьем для многих жителей области стало участие в федеральной программе материнского капитала. Как уже указывалось ранее, семьи имеют право использовать средства пособия на улучшение условий проживания, образование детей и пенсию матери. Во всех российских регионах предпочтение отдается первому направлению. Не стала исключением и Тульская область: более 16 000 человек с помощью государственной субсидии сделали вклад в решение жилищного вопроса. Около 2 500 жителей области предпочли вложить средства в оплату образования для детей, 6 человек направили субсидию на накопительную часть пенсии.

Начало действия областной программы мат. капитала относится к 2012 году, с вступлением в силу областного закона от 18.10.2011 № 1650-ЗТО, впервые установившего институт областного материнского (семейного) капитала в действовавшем ранее законе «О реализации государственной семейной и демографической политики в Тульской области» от 7 марта 2002 года № 285-ЗТО.

Предоставление права на региональный материнский капитал и процедура осуществления выплат населению регламентируются также Постановлением правительства Тульской области от 5 апреля 2012 года № 134, утвердившим соответствующие правила и порядок.

Наблюдается тенденция к повышению количества детей в семье. С 2000 года количество детей, рождённых вторыми, увеличилось в 2,1 раза, третьими – в 3,3 раза, четвёртыми и более – в 2,5 раза. В общей численности новорождённых 2015 года повторные рождения (родившиеся по порядку вторыми, третьими и т.д.) составили 8961 человек, или 57%. В то же время уменьшилось количество первенцев.

В 2015 году наибольшее число всех родившихся детей сложилось у матерей в возрасте 25-29 лет – 35% и 30-34 лет – 26%. Наибольшее число первенцев родилось у матерей в возрасте 20-24 лет – 34% и 25-29 лет – 38%, вторых и третьих - в возрасте 25-34 лет – 68%.

По рождаемости в Тульской области третий год наблюдается позитивная динамика. С одной стороны, увеличилось количество потенциальных матерей, с другой – оказывают свое влияние поощрительные меры властей (материнский капитал, земля под дома для многодетных семей и др.). Эти же тенденции по росту числа рождаемости могут проявить себя и в ближайшие годы (если, конечно, экономический кризис не окажется слишком сильным). Однако, превзойти уровень смертности в ближайшие 10 лет они вряд ли смогут. Регион, начиная с 1980 года, продолжает снижать численность местного населения. Выйти на «нулевое» соотношение смертности и рождаемости тулякам, возможно, удастся к 2030 году.

Число родившихся в значительной мере зависит от экстенсивного фактора – числа женщин активного репродуктивного возраста (20-34 лет). Увеличению числа рождений на протяжении последнего десятилетия способствовала благоприятная возрастная структура населения – число женщин возраста 25-34 лет находилось в фазе роста. Ещё продолжают рожать детей женщины из многочисленных поколений, появившихся на свет в 1980-е годы, но начинают уже обзаводиться детьми малочисленные поколения, родившиеся в 1990-е годы [3].

Областная семейная субсидия была установлена впервые в 2012 году в размере 50 000 рублей. При этом она ежегодно индексируется в соответствии с прогнозируемым уровнем инфляции (динамика роста представлена в таблице ниже).

Исключение составил только 2016 год — тогда размер регионального материнского капитала не изменился и остался на уровне 2015 года (58433,81 рублей). В 2017 году размер областного материнского капитала в Тульской области составляет 60771,16 руб. Он был проиндексирован с 1 января 2017 года на 4% [3].

Таб.№1 Тенденции развития материнского капитала в Тульской области

| ГОД | СУММА МАТ. КАПИТАЛА , РУБ. | ЧИСЛО РОЖДЕННЫХ ДЕТЕЙ |
|------|----------------------------|-----------------------|
| 2012 | 50000,00 | 15517 |
| 2013 | 52750,00 | 15051 |
| 2014 | 55387,50 | 15172 |
| 2015 | 58433,81 | 15817 |
| 2016 | 58433,81 | 15295 |

Из вышеуказанной таблицы и всего вышеизложенного следует вывод, что показатели рождаемости в Тульской области существенно увеличились после утверждения госпрограммы по предоставлению семейного капитала.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 19 декабря 2016 г. N 415-ФЗ "О федеральном бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов"
2. Постановление Правительства Тульской области от 17.03.2017 № 103 "Об индексации в 2017 году мер социальной поддержки семьям, имеющим детей"
URL: <http://www://publication.pravo.gov.ru> (дата обращения 20.11.2017)
- 3.URL: <http://www://publication.pravo.gov.ru> (дата обращения 20.11.2017)
4. URL: <http://www://tulastat.gks.ru> (дата обращения 20.11.2017)
- 5.URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 21.11.2017)

Новиков К.О.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Балашова О.Б.
Тульский филиал Финуниверситета

ЗНАЧЕНИЕ БАНКА РОССИИ

Центральный банк Российской Федерации (Банк России) — особый публично-правовой институт, главный банк банковской системы России. Главный эмиссионный и денежно-кредитный регулятор страны, разрабатывающий и реализующий во взаимодействии с Правительством Российской Федерации единую государственную денежно-кредитную политику [2, ст.4, п.1] и наделённый особыми полномочиями.

Банк России контролирует деятельность кредитных организаций, выдаёт и отзывает у них лицензии на осуществление банковских операций, а уже кредитные организации работают с экономикой, то есть с юридическими и физическими лицами.

Банком России руководит Совет директоров – орган, который определяет направления развития, также он реализует оперативное управление Банком [2, ст.15].

В состав Совета директоров Банка России входит пятнадцать членов, включая Председателя Банка России, которого на этот пост утверждает Государственная Дума.

Кандидатуру на пост руководителя Банка России выдвигает Президент РФ в срок не позднее девяноста дней до окончания исполнения полномочий действующего Председателя.

Последние годы деятельность Банка России стала приобретать все большее значение. От эффективности работы этого финансового органа во многом зависит:

- как развитие экономики России в целом, так и отдельных отраслей народного хозяйства;
- укрепление положения страны на международной арене.

Любая организация не может существовать без четкой структуры, которая обеспечивает оперативные способы управления, назначение исполнительных органов, определение системы надзора и проверки, без которых невозможно достичь поставленных задач.

Банк России имеет жесткую вертикальную структуру руководства. Число департаментов, которые имеются в Банке, время от времени видоизменяется в соответствии с задачами, которые необходимо на данный момент решать.

Банк России – это в первую очередь структура, которая имеет только ей принадлежащее право на денежную эмиссию [1, ст.75, п.1], формирует денежное обращение в пределах страны. Его права, определены в Конституции РФ [1] и Федеральным законом «О Центральном банке Российской Федерации» [2].

Банк России в качестве юридического лица обладает уставным капиталом, являющимся федеральной собственностью [2, ст.2]. Банк имеет определенную денежную независимость, реализуя свои расходы за счет средств, полученных в форме собственных доходов. Может также отстаивать свои права в судебных инстанциях, включая международные юридические организации и суды других держав. [2, ст.6]

Банк обладает начальным капиталом в три миллиарда рублей [2, ст.10] и обязан обеспечивать:

- защиту и устойчивость национальной валюты;
- развитие и укрепление банковской системы Российской Федерации
- стабильности и развитие национальной платежной системы;
- обеспечение эффективного и бесперебойного функционирования платежной системы.
- развитие и обеспечение стабильности финансового рынка Российской Федерации.[2, ст.3]

Банк России не имеет полномочий принимать участие как соучредитель каких-либо структур коммерческого или некоммерческого характера, если они не имеют отношение к работе самого Банка или особо не оговорены в законодательстве.

Тем не менее полномочия Банка России, установленные законодательством обширны и чрезвычайно важны: Банк России является эмиссионным центром страны; организацией, осуществляющий надзор в банковском и финансовом секторе; кредитной организацией, клиентами которой выступают другие банки, государственные структуры и международные финансовые организации.

Таким образом, можно сказать, что Банк России является очень мощным регулирующим центром - мегарегулятором, деятельность которого направлена на обеспечение надежности банковской и платежной систем, стабильности финансового рынка, сдерживание инфляции, а также осуществление иных функций, необходимых для должного функционирования и развития экономики РФ в целом.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных к Конституции Российской Федерации от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ)
2. Федеральный закон от 10.07.2002 №86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» (ред. от 05.12.2017)
3. Банковское дело: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. / Под ред. О.И. Лаврушина – М.: Финансы и статистика, 2016. 228с.
4. Братко А.Г. Центральный банк в банковской системе России. – М.: Спарк, 2015. 322с.

Рябинкина К.М.

Научн. рук.: канд. техн. наук, ст. пр. Балашев Н.Б.
Тульский филиал Финуниверситета

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ВНЕШНИЙ ДОЛГ РФ

Современная мировая экономика находится в условиях финансовой глобализации. Это приводит к тому, что отмечается рост перемещения кредитных ресурсов между государствами, осуществляемое в форме внешних заимствований.

На современном этапе развития экономики отмечается рост объема заимствований. На сегодняшний день актуальной проблемой в данной области является не столько рост объема заимствований, сколько процесс управления ими, то есть направление данных средств на развитие экономики той или иной страны, осуществление преобразований.[3, с. 146-151]

Сейчас Россия идет по пути интеграции в мировую экономику. Страна, как и любая другая имеет как внутренний, так и внешний долг. Для того, чтобы снизить уровень воздействия глобализации на экономику страны, Правительство России предпринимает меры, направленные на перенос «центра тяжести» от внешних заимствований к внутренним.

Это проявляется в том, что Россия осуществляет внешние заимствования у определённого количества зарубежных банков. Кроме того, делается акцент на внутренние заимствования, что приводит к росту их объемов, как на уровне регионов, так и на уровне муниципальных образований.

Проанализируем показатели внешнего долга России в настоящее время.

Государственный долг подразделяется на внутренний и внешний. Внутренний долг в отличие от внешнего не оказывает сильного влияния на международные интересы страны. Объем внешних заимствований учитывается при составлении плана бюджета на следующий год.

Анализируя изменение объема внешних заимствований в период 2013-2016 годы можно отметить, что объем долга увеличился с 7,5 (10,6% ВВП) до 11,1 трлн. рублей (13,2% ВВП), то есть можно заметить, что прирост составлял в среднем около 1,0% ВВП в год. Также стоит отметить, что темпы роста долга были выше темпов роста ВВП. [5]

Начатый в 2015 году процесс перестройки российской экономики на сегодняшний день завершился, по мнению многих экспертов. Если сравнивать результаты России в данном вопросе и результаты других сырьевых стран, то можно сделать вывод о том, что для России данный процесс прошел относительно безболезненно.

На это повлияло то, что в стране было накоплено достаточное количество резервов, а также была своевременно проведена антикризисная политика в денежно-кредитной и бюджетной сфере. Это позволило стабилизировать внутренний рынок, укрепить доверие населения к кредитной системе, стабилизировать инфляционные ожидания агентов, а также создать предпосылки для активации экономического роста в стране и повышения деловой активности.

В 2016 году продолжилась работа, направленная на стимулирование органов власти вести продуманную и эффективную долговую политику. Обеспечения эффективности данной политики можно добиться за счет направления бюджетных кредитов на финансирование его дефицита, покрытия обязательств по бюджетным кредитам, кредитам иностранных организаций и банков.

В 2017 году отмечался безопасный уровень долговой нагрузки. В числовом выражении она составила менее 15% ВВП.

Рассмотрим объем государственного долга в % к ВВП. Данные представлены на рисунке 1.



Рис. 1. Объем государственного долга Российской Федерации (по состоянию на конец года), % ВВП
Источник: Минфин России

Показатель долговой нагрузки является очень важным и является индикатором, по которому можно отличить экономику Российской Федерации от стран, как развивающихся, так и развитых.

Политика по регулированию объемов государственного долга дала положительные результаты и способствовала стабилизации расходов на содержание долга и его обслуживание.

Рассмотрим динамику и прогноз расходов на обслуживание государственного долга. Данные представлены на рисунке 2.

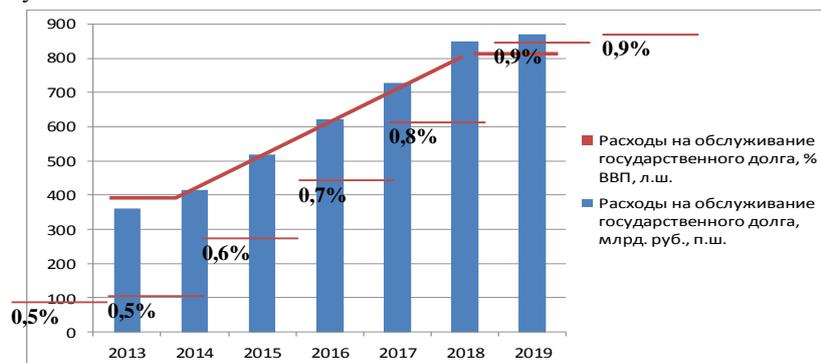


Рис. 2. Динамика расходов на обслуживание государственного долга Российской Федерации
Источник: Минфин России.

По данным рисунка 2 видно, что в перспективе отмечается рост расходов, тем не менее в % от ВВП их объем будет менее 1% при ожидаемых темпах прироста объема государственного долга 0,6% ВВП.

На сегодняшний день сложился приемлемый уровень риска в системе государственного долга. В структуре государственного долга наибольший удельный вес занимают среднесрочные ценные бумаги – 46% и долгосрочные облигации – 26%. Доля краткосрочными облигаций (до 3 лет) составляет 28%, в т.ч. обязательства, погашаемые в течение 2017 г. – 9,2% или 707,3 млрд. рублей.

Долговая политика России на протяжении 2013-2016 годов была ориентирована на решение следующих задач:

1. Обеспечение приемлемого уровня долговой нагрузки.
2. Сдерживание в определенных границах расходов на содержание государственного долга.
3. Достижение намеченных в соответствии с программой «Управление государственными финансами и регулирование финансовых рынков» показателей. [6]

На развитие экономики России в 2018-2019 годы будут воздействовать следующие факторы:

1. Снижение темпов экономического роста.
2. Наличие слабого спроса на внешних рынках.
3. Подавленность сырьевых рынков.

Дисбалансы, которые были накоплены в стране, могут привести к замедлению темпов роста ВВП.

Размер верхнего предела государственного долга России установлен с 1 января 2019 года на отметке \$76.1 млрд., 2020 года – \$73.2 млрд, 2021 года – \$71,9 млрд

Размер внутреннего долга установлен на отметке 10,5 трлн. рублей на 1 января 2019 года (верхний предел), на 1 января 2020 года – 11,4 трлн. руб., на 1 января 2021 года – 12,7 трлн. руб.

Можно отметить тенденцию снижения размера внешнего долга России и роста внутреннего долга.

В экономике России существует ряд проблем, которые на сегодняшний день не решены.

Среди данных проблем можно отметить следующие:

1. Низкий уровень диверсификации экономики страны.
2. Усложнение демографической ситуации в стране.
3. Снижение количества трудоспособного населения.
4. Снижение инвестиционной активности.
5. Дефицит федерального бюджета РФ.
6. Неэффективность расходов бюджета.
7. Низкая эффективность работы государственных компаний.
8. Высокие тарифы для монополий. [1]

Наличие данных проблем существенно тормозит экономический рост в стране. Для того, чтобы минимизировать данные проблемы необходимо осуществлять структурные преобразования в экономике страны.

Рисковые ситуации в экономике России на сегодняшний день обусловлены в большей степени изменением цен на нефть.

По прогнозам аналитиков цены на нефть будут находиться в диапазоне в пределах 40-60 долл. США/барр. На это повлияют тенденции, протекающие на данном рынке.

Также на цену на нефть влияет и геополитическая ситуация в мире, отмечаются кризисные явления. В связи с этим доступ к капиталу у России ограничен. Угроза эскалации этой напряженности негативно влияет на деловую и потребительскую активность.

Также существенное влияние на спрос на долговом рынке оказало то, что была заморожена накопительная часть пенсии в России до 2019 года.

Данный ресурс служил так называемым источником длинных денег. Их наличие является важнейшим фактором, влияющим на стабильность финансовой системы страны.

Для того, чтобы обеспечить устойчивость бюджетной системы и федерального бюджета в частности было принято решение производить уменьшение дефицита федерального бюджета на 1 п.п. в год. Также было принято решение возвратиться к «бюджетному правилу», которое устанавливает порядок осуществления распределения нефтегазовых доходов. Данный порядок нацелен на уменьшение негативного воздействия на экономику страны волатильности «конъюнктурных» доходов.

Данное правило перестало действовать в 2016 г. поскольку существовала необходимость приспособления федерального бюджета к факторам изменяющейся среды. [2, с. 10-12]

При увеличении цен на нефть будет вводиться ограничение на расходы бюджета. Данное положение закреплено в новой редакции бюджетного правила.

Центральным банком России на протяжении последних лет проводится жесткая политика в денежно-кредитной сфере. Это привело к тому, что уровень инфляции снизился с 17% в начале 2015 г. до 5,4% к концу 2016 г.

Реализация данной политики привела к достижению поставленных целей в области инфляции, а именно доведение ее к концу 2017 года к уровню 4%.

В прогнозном периоде ожидается улучшение работы банковской системы, которое будет обусловлено переходом от структурного дефицита ликвидности к ее структурному профициту, который будет связан с отсутствием задолженности банков перед кредиторами «последней инстанции»).

Рост объема свободных денежных средств будет способствовать росту спроса на высококачественные финансовые активы, имеющих низкий уровень риска.

Благодаря этому будет формироваться спрос на государственные ценные бумаги и как следствие позволит привлечь инвестиции в экономику страны.

Государственная долговая политика в России будет направлена на увеличение заимствований внутри страны с целью решения поставленных социально-экономических задач.

При этом не будет учитываться геополитическая и макроэкономическая ситуации, а также состояние рынков, как внешних, так и внутренних.

Однако интересы России будут обеспечены в точки зрения установленной цены заимствований.

Решение поставленной задачи приведет к тому, что будет отмечаться постоянное присутствие России на рынке капитала, как внутреннем, так и внешнем.

Данное присутствие предполагает осуществление прозрачной аукционной политики, осуществление взаимодействия с участниками инвестиционного рынка, рост количества инвесторов, проведение мер, направленных на активацию инвестирования в государственные ценные бумаги. [4, с. 118-123]

Таким образом, оптимизация долговой политики позволит улучшить показатели развития экономики, а также исключит вероятность кризисных явлений в данной области, поскольку объемы заимствований будут находиться в безопасных пределах и не повлияют на устойчивость рынка.

Список литературы

1. Домашенко А.А. Внешний государственный долг Российской Федерации в условиях кризиса: анализ структуры и динамики, перспективы управления // Электронный научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://web.snauka.ru/issues/2017/02/78879>
2. Ильина Н. О. Анализ динамики и структуры государственного внешнего и внутреннего долга Российской Федерации за период 2012-2015 гг. // Политика, экономика и инновации. - 2016. - №1. – С. 10-12.
3. Карандин Д. Ю., Ревзон О. А. Роль государственного внешнего долга в формировании бюджета Российской Федерации // Вестник ГУУ. - 2016. - №7-8. - С.146-151.
4. Карандин Д. Ю. Государственный внешний долг как источник покрытия дефицита бюджета Российской Федерации // Вестник ГУУ. - 2017. - №1. - С.118-123.
5. Официальный сайт Министерства финансов РФ [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://minfin.ru>.
6. Пахомова Е. Н. Управление государственным долгом РФ // Молодой ученый. — 2016. — №25. — С. 334-339. — URL <https://moluch.ru/archive/129/35850/>

Рябинкина К.М.

Научн. рук.: ст. пр. Костяев С.Е.

Тульский филиал Финуниверситета

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В современных кризисных условиях, сложившихся в экономике России возникает необходимость в расширении прав, имеющихся у Центрального Банка России. Осуществление преобразований в области банковского надзора, а также использование опыта зарубежных стран позволяют избежать возникновения кризисных явлений в банковском секторе, а также не допускают потери финансовых рынков в вопросах ликвидности [4].

Для банковской системы на сегодняшний момент характерно изменение существующих условий ведения деятельности кредитных организаций и масштабные институциональные преобразования. Многие ученые на протяжении последних десяти лет активно изучают проблемы, существующие в банковском секторе и приводящие к снижению уровня устойчивости кредитно-финансовых институтов. На первый план в современных условиях выходит проблема управления ликвидностью коммерческих банков.

Развитие банковской системы происходит под воздействием факторов среды. Сильное влияние на данный процесс оказывает внешняя экономическая ситуация, а также тенденции в политической сфере.

Банки имеют особую значимость в финансовой системе страны, что является основой, определяющей важность контроля и надзора в данной области.

Таким образом, учитывая вышеизложенное можно сделать вывод о том, что государственное регулирование банковской деятельности является значимым элементом, влияющим на развитие не только финансово кредитных организаций, но и экономики страны в целом.

Государственное регулирование – это деятельность, осуществляемая уполномоченными государственными органами, связанная с регулированием создания, организацией работы, лицензированием деятельности организаций, которые входят в банковскую систему страны.

Государственное регулирование заключается в установлении единого государственного механизма правового регулирования, а также подразумевает мониторинг эффективности деятельности кредитных

организаций со стороны Центрального Банка России, который выступает центральным звеном банковской системы.

Банк России при осуществлении регулирования:

1. Разрабатывает определенные требования для кредитных организаций, выполнение которых позволяет обеспечить определенный уровень надежности банков.

2. Осуществляет контроль за соблюдением данных требований, тем самым минимизирует банковские риски. Это позволяет снизить вероятность возникновения проблем и тем самым положительно сказывается на функционировании банков.

3. Проводит проверки путем осуществления документального анализа.

Развитие банковской системы с момента ее зарождения шло достаточно быстрыми темпами ввиду доходности данного направления деятельности. По темпам роста данный сегмент опережал развитие предпринимательства, промышленности, сельского хозяйства.

Данная диспропорция привела к тому, что банковская система потеряла устойчивость. Это наглядно можно было наблюдать в период введения санкций со стороны западных стран в отношении Российской Федерации.

О неадекватности банковского сектора как финансового агента страны говорит тот факт, что отмечался рост численности банков и объемов денежных средств, проводимых по операциям банков, однако данные операции не были связаны с реальным сектором экономики. В результате не сработал закон перехода количества в качество, поэтому накопление количественных изменений не привели к выходу за пределы меры и переходу к новому качеству.

Сложившиеся на сегодняшний день проблемы в банковском секторе могут привести его к очередному кризису. В частности, наиболее ожидаемыми проблемами называют следующие: отток капитала из страны за рубеж, ухудшение качественных характеристик кредитных портфелей банков, уменьшение объема внешних заимствований [5, с. 66-68].

Также для многих коммерческих банков недоступен ряд услуг в виде их высокой стоимости. Это служит показателем, отражающим недостаточную заинтересованность кредитных институтов в развитии информационных технологий, которые могут сделать их услуги более привлекательными для клиентов.

Как считает Центральный Банк, кредитные учреждения, которые не соответствуют предъявляемым требованиям не могут заниматься обслуживанием клиентов. Это служит основанием для отзыва лицензии и как следствие закрытию банков [3, с. 26-34].

Данные меры были реализованы в России. Они были реализованы в виду необходимости оздоровления банковской системы российской экономики, которая приближалась к кризису. Однако стоит отметить, что в некоторых случаях причина закрытия банков заключалась в том, что они обанкротились.

Отзыв лицензии у банка – особая мера юридической ответственности, установленная федеральным законодательством и заключающаяся в запрете совершения определенного круга банковских операций. Ее нормативное регулирование прописано в Федеральном Законе от 02.12.1990 № 395-1 «О банках и банковской деятельности» [1].

Анализируя статистические данные можно сделать вывод о том, что с 1991 по 2015 год были отозваны лицензии у 2336 банков. Наибольшее количество лицензий было отозвано в 2014 году. В данный период было закрыто 100 банков. Если сравнить с 2013 годом, то это больше на 40 банков [5, с. 66-68].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на банковский сектор сильное влияние оказал мировой экономический кризис и многие банковские институты не в состоянии были с ним справиться, что привело в конечном итоге к их закрытию.

На территории Российской Федерации только за 2016 год около сотни банков, лишились лицензии ЦБ необходимой для работы на банковском рынке, подобный тренд продолжается и в 2017 году (рис. 1).

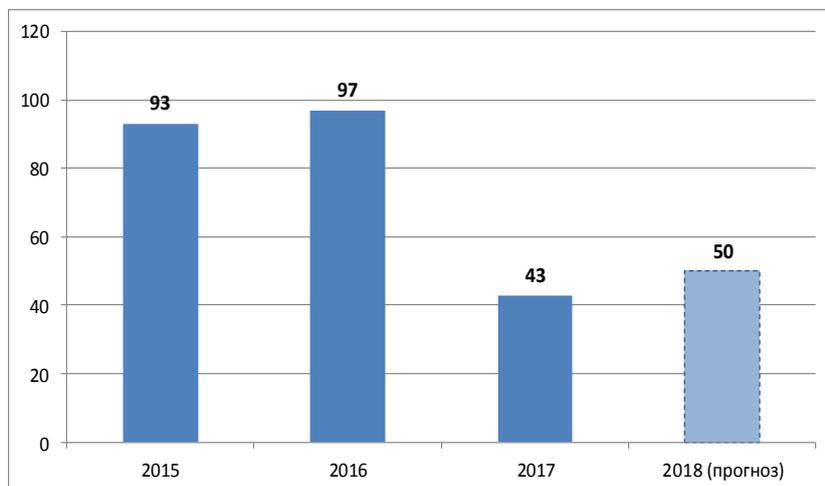


Рис. 1. Динамика отзыва лицензий у банков 2015-2017 гг.

Центральный Банк России лишает лицензии те банки, которые не осуществляют выполнение своих обязательств, а также игнорируют существующие нормы.

Данная мера приводит к оздоровлению экономики страны в целом, а также снижает возможные риски потерь у клиентов данных финансовых институтов.

По мнению ряда экспертов, для нормального функционирования банковской системы сегодня достаточно 500 банков, а существует фактически около 900 банков.

Эффективность функционирования банковской деятельности глубоко влияет на стабильность всей российской экономики, поэтому Центральный Банк выдаёт лицензии коммерческим банкам с особой строгостью [9].

Сегодня в век развития информационных технологий, можно свободно найти информацию о проблемных банках, в частности в Интернете появляются так называемый «черный список» банков, у которых отозвана лицензия.

Однако Центральный банк не подтверждает данные списки. Это обусловлено следующим:

- многие банки испытывают временные трудности, которые они в состоянии решить, поэтому однозначного ответа об отзыве у них лицензии пока нет.

- в стране не планируется доведение количества банков до количества 500 кредитных организаций.

При эффективном функционировании необходимости в отзыве лицензии нет.

- ЦФ РФ не планирует публикацию в открытом доступе информации по банкам, которые испытывают некие трудности при осуществлении своей деятельности. Это обусловлено тем, что данная информация может плохо сказаться на работе данных банков, поскольку вызовет отток капитала.

Центральный банк России прежде чем отозвать лицензию уведомляет банк об этом и дает ему время на исправление ошибок и минимизации имеющихся проблем.

Вкладчики должны принимать решения об осуществлении переводов, не обращая внимание на сомнительные сайты, на которых довольно часто даются заведомо ложные сведения.

Так как нет официальных списков проблемных банков, то при принятии решения об инвестировании своих средств вкладчики могут ориентироваться на следующие документы и показатели, отраженные в них:

- сводки ЦБ РФ – по ним можно узнать информацию об имеющихся правонарушениях того или иного банка;

- изучить имеются ли сомнительные операции у того или иного банка;

- проанализировать объем собственных средств банка.

- найти и проверить квартальную отчетность кредитного учреждения.

При проверке следует обращать внимание на резкий скачок показателей за короткий период [8, с. 4-12].

Это может говорить о том, что банк занимается переливом финансовых активов между банками, вследствие чего осуществляется сокрытие доходов для минимизации налоговой нагрузки.

Центральный банк при обнаружении данного факта сразу лишает лицензии кредитное учреждение.

Те кредитные институты, которые имеют хорошую историю и показатели деятельности могут не беспокоиться, что у них отзовут лицензию даже в период кризиса.

Среди стабильных и хорошо работающих финансовых институтов можно выделить следующие: ЮниКредитБанк, Райффайзенбанк, Россельхозбанк, Газпромбанк, Альфа-банк, ВТБ 24, Сбербанк России и прочие банковские учреждения, описание которых можно найти в банковских рейтингах.

Завершающий этап оздоровления финансовой системы страны Центральный банк планирует на 2018 год [9].

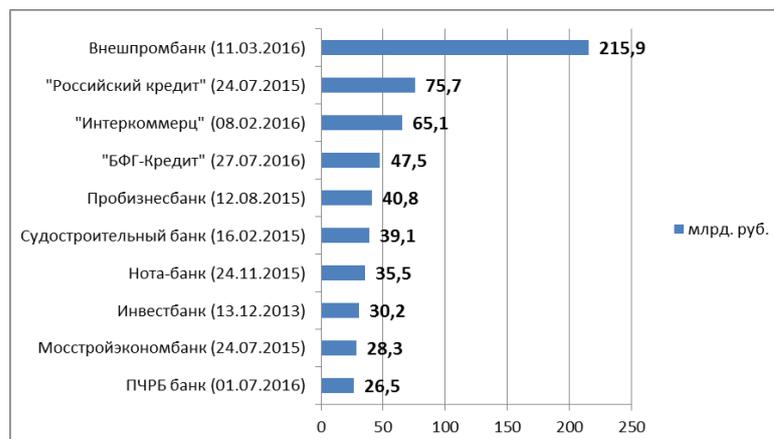


Рис. 2. Крупнейшие банки с отрицательным капиталом на момент отзыва лицензии

Последние новости банковского сектора показывают, что в скором времени лицензии могут лишиться следующие банки:

- «Лето-Банк»;
- «Авангард»;

- Евроинвест;
- Генбанк;
- «Веста»;
- «ОНБ»;
- «Русский Стандарт»;
- «Совинком» [7, с. 38-43].

Также в сложной ситуации находятся следующие банки:

- Банк «Анкорбанк» — имеет низкое качество активов, нарушает принятые обязательства перед клиентами
- «Татфондбанк» — в данном банке произошло резкое снижение капитала.
- «Межрегиональный почтовый банк» — учредители банка сами подали заявление на отзыв лицензии в связи с нерентабельностью своей деятельности.
- «Интехбанк» — в данном банке отмечается значительные потери финансовых средств в связи с ведением рискованных сделок.

Таким образом, по результатам проведенного анализа можно сделать вывод о том, что государственное регулирование банковского сектора необходимо, поскольку оно позволяет контролировать работу кредитных учреждений и принимать меры по оздоровлению данной системы.

Рассматривая особенности такой меры ответственности банка, как отзыв лицензии, можно сказать, что данный процесс является важным и необходимым в вопросах оздоровления банковского сектора, движения денежных средств на территории страны, а также в плане развития банковской системы в целом.

Список литературы

1. Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от от 02.12.1990 № 395-1, в ред. от 26.07.2017 // Российская газета. - № 27. - 10.02.1996.
2. Распоряжение Правительства РФ «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года» от 17.11.2008 № 1662-р, в ред. от 10.02.2017 // Собрание законодательства РФ. - 24.11.2008. - № 47. - ст. 5489.
3. Аминова Э.М. Современные тенденции регулирования и надзора в сфере финансовых рынков // Банковское право. - 2015. - № 4. - С. 26 - 34.
4. Деньги, кредит, банки. / Под ред. Е.Ф. Жукова. - М.: ЮНИТИ, 2016. – 542 с.
5. Зинковский М.А. Кодификация банковского законодательства России в условиях национального экономического кризиса // Современное право. - 2016. - № 2. - С. 66 - 68.
6. Мамонов М. Е. «Дыры» в капитале обанкротившихся российских банков: старые факторы и новые гипотезы // Экономическая политика. - 2017. - №1. - С.166-199.
7. Махова А.В., Низамутдинова О.Н. Анализ динамики основных показателей деятельности банковской системы России в период 2005 - 2015 гг. // Инновационная наука. - 2016. - №2-2 (14). - С.38-43.
8. Мухамадиева Ю. Р., Цацулин А. Н. Коррекция деятельности российского банковского сектора как способ преодоления последствий кризиса финансовой ликвидности // Общество. Среда. Развитие (Тerra Humana). - 2015. - №2 (35). - С.4-12.
9. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>.

Рябинкина К.М.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Сергеева А.В.

Тульский филиал Финуниверситета

АЛГОРИТМ УПРАВЛЕНИЯ ОСНОВНЫМ КАПИТАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

В современных условиях, в которых функционирует хозяйствующий субъект, особое значение приобретает проблема обеспечения устойчивости функционирования субъекта. Экономическая устойчивость заключается в том, что предприятие обеспечивает такое состояние своего капитала, при котором, при условии эффективного его применения, в хозяйственной деятельности можно добиться стабильности функционирования и постоянного притока денежных средств. Обеспечение устойчивости организации во многом обусловлено грамотным управлением основным капиталом.

В соответствии с определением, данным К. Марксом, основной капитал представляет собой определенную долю производительного капитала, которая полностью принимает участие в производственном процессе и осуществляет перенос своей стоимости на продукцию долями по мере износа[5, с. 257].

А. Смит дает следующую трактовку данного понятия: «Основной капитал представляет собой капитал, который направлен на приобретение машин и оборудования, улучшение показателей земельных участков, а также приобретение иных предметов, которые могут привести к получению дохода хозяйствующим субъектом[7, с. 463].

Основные средства составляют основу функционирования организации, поскольку участвуют в основной деятельности и включают в себя следующие объекты: здания, сооружения, машины и оборудования, инвентарь, транспортные средства и др.

С точки зрения Джамай Е. В., Зинченко А. С., Боброва М. Б. под основным капиталом хозяйствующего субъекта понимается «некая часть производственного капитала, принимающая участие в процессе производства продукции или оказания услуг и переносящая свою стоимость в течение определенного промежутка времени» [2, с. 113-115].

Основные фонды хозяйствующего субъекта включают в себя следующие основные элементы:

1. Нематериальные активы.
2. Основные средства.
3. Финансовые вложения (долгосрочные).
4. Незавершенные капитальные вложения.
5. Прочие активы.

Среди достоинств присущих основному капиталу можно выделить следующие:

- 1) на данные активы не влияет уровень инфляции;
- 2) при осуществлении деятельности субъектов риск потери данных активов минимален;
- 3) их использование обеспечивает непрерывное поступление денежных потоков на предприятие;
- 4) при наращивании масштабов деятельности существует возможность расширения технической базы [6, с. 38-43].

К недостаткам основных средств можно отнести следующие:

- 1) данный вид активов подвержен не только физическому, но и моральному износу, вследствие устаревания и развития научно технического прогресса.
- 2) активы сложно подвергаются оперативному управлению в виду постоянства их структуры;
- 3) активы не являются средством обеспечения потока платежей от операционной деятельности [2, с. 113-115].

Грамотная организация процесса управления имеющимся основным капиталом позволит использовать его по максимуму и, следовательно, обеспечит приток средств в компанию. Управление основным капиталом может рассматриваться в следующих аспектах:

1. Информационный аспект. Он означает то, что для осуществления качественного процесса управления необходимо наличие полной и достоверной информации об объектах основных средств. Также при проведении анализа необходимо изучать дополнительную информацию, а именно результаты финансовой, хозяйственной и видов деятельности; стратегические целевые и планируемые показатели; финансовое состояние субъекта, динамику спроса на продукцию.

2. Экономический аспект. Характеризует эффективность использования основного капитала и управления им. При осуществлении управления капиталом важно максимизировать отдачу вложений в них.

3. Организационный аспект управления основным капиталом. Данный аспект предполагает установление определенной структуры основного капитала, организационной структуры, разработка правил их взаимодействия, определение зоны ответственности.

4. Технологический аспект управления включает в себя контроль технического оборудования (диагностирование), его технического обслуживания и ремонт, прогноз его состояния в ближайшее время и вообще в перспективе [1, с. 20-22].

Рассмотрим этапы процесса управления капиталом хозяйствующего субъекта. Среди них:

1. Проведение анализа состояния и структуры основных фондов предприятия.
2. Анализ показателей основного капитала в динамике, выявление тенденций и причин изменения.
3. Определение ответственных лиц, на которых будут возложены функции управления капиталом.
4. Сравнительный анализ плановых и фактических показателей.
5. Оптимизация и состава основного исходя из целей» предприятия, выбытие и ввод, и приобретения основного капитала.
6. Обеспечение использования имеющегося капитала.
7. Оптимизация финансирования изменения и структуры основного капитала [4, с. 130-132].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что система управления основным капиталом представляет собой комплекс действий, имеющих определенную последовательность реализации.

Процесс управления основным капиталом включает в себя определенные структурные элементы, в частности:

1. Амортизационная политика.
2. Применяемые методы переоценки объектов основных средств.
3. Инвестиционная политика в отношении объектов основных средств.
4. Система показателей для оценки эффективности системы управления основным капиталом хозяйствующего субъекта.

Одним из правильных решений в современных экономических условиях является трактовка управления капиталом предприятий как системы изучения управленческих действий в использовании финансовых ресурсов фондового и нефондового характера. Тем самым, можно его разделить на три этапа. Во-первых, имеющаяся информация позволяет определить проблемные места в системе управления и определить

направленность действий, которые позволят решить данные проблемы. Во-вторых, принятие правильного решения по вопросу применения основного капитала в производственном процессе. В-третьих, по итогам реализации намеченных мер необходимо оценить их эффективность и выявить какие тенденции сложились в результате [3, с. 7].

Таким образом, одним из условий успешности работы хозяйствующего субъекта на рынке является эффективное управление имеющимися ресурсами, в частности основным капиталом.

Хорошо организованное управление основным капиталом способствует для его успешной работы в условиях жесткой деловой конкуренции в современных условиях и кризиса.

В качестве показателей, характеризующих эффективность использования основных средств выступают фондоотдача, фондоёмкость, объем производства, производительность труда и др.

От того насколько эффективно используется капитал зависит финансовое состояние субъекта, а именно финансовая устойчивость, рентабельность и деловая активность.

В перспективе развития экономики организации во многом определяется состоянием основных средств и возможностями их обновления. Организации не занимаются обновлением материально-технической базы вследствие недостаточности финансовых ресурсов.

Сегодня на многих предприятиях остро стоит проблема, связанная с износом основных средств. Высокий уровень износа приводит к тому, что оборудование выходит из строя, ломается, происходят аварии, а это может повлечь необратимые последствия и привести к серьезным потерям.

В качестве основной причины высокого уровня износа можно назвать неэффективное управление основными фондами.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сделать вывод о том, что авансирование денежных средств в основной капитал является важным направлением деятельности организации. Для роста эффективности его использования необходим его тщательный анализ, планирование и обновление.

Список литературы

1. Демин С. С. Проблемы формирования и оптимизации ресурсного обеспечения на предприятиях промышленности в условиях финансовых ограничений // Вестник Государственного университета управления. 2016. №3. С. 20-22.
2. Джамай Е. В., Зинченко А. С., Боброва М. Б. Методы управления финансированием в основной капитал предприятия // Вестник ГУУ. 2017. №3. С.113-115.
3. Дятлов А.В. Оценка эффективности управления основным капиталом на примере ОАО «Калининградский Морской Торговый порт» // Вестник молодежной науки. 2016. №2 (4). С.17.
4. Зинченко А. С. Особенности финансового планирования производственных процессов на предприятиях машиностроения // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2016. № 5. С. 130-132.
5. Маркс К. Капитал. М.: Книга по требованию, 2016. 635 с.
6. Пионткевич Н. С. Теория и методология управления основным капиталом организации // Известия УрГЭУ. 2015. №5 (61). С.38-43.
7. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2016. 1056 с.

Стрельникова Е.С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Егорушкина Т.Н.
Тульский филиал ФГ БОУ ВО «РЭУ им.Г.В. Плеханова»

ВЛИЯНИЕ УРОВНЯ ТОВАРНЫХ ЗАПАСОВ НА ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ КОМПАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «МЕТРО КЭШ ЭНД КЕРРИ»)

Товарные запасы составляют существенную долю всех активов предприятия, являются наиболее мобильной частью капитала предприятия, от состояния и рационального использования которого во многом зависят результаты хозяйственной деятельности и финансовое состояние предприятия. В современных условиях рыночной экономики любое торговое предприятие/ компания заинтересовано (-а) в эффективном и стабильном функционировании. Направление деятельности каждой организации определяет особенности ее функционирования, содержание и структуру товарных запасов, формирует значительную часть конечного финансового результата [3].

Управление товарными запасами имеет важнейшее значение в системе управления коммерческой деятельностью предприятия и является постоянным, ежедневным и непрерывным процессом. Это система мероприятий, направленных на приобретение товара с целью удовлетворения потребительского спроса, являющегося фундаментальным направлением хозяйственной деятельности любого предприятия. Суть процесса управления товарными запасами заключается в выборе наилучшего в сложившихся рыночных условиях уровня запасов, т.е. в решении задач оптимизации. Любая задача оптимизации предполагает формулирование критерия оптимальности – принципа, на основе которого осуществляется принятие решения о необходимости закупки товара для поддержания необходимого уровня запасов [6].

Холдинг METRO GROUP – это третья по величине торговая сеть в Европе и пятая – в мире, одна из ведущих международных торговых компаний, работающая по принципу самообслуживания в сфере оптовой торговли. Поэтому для компании ООО «Метро Кэш энд Керри», имеющей многотысячный ассортимент, нормирование, регулирование и контроль товарных запасов – это одно из приоритетных направлений управления активами. В связи с этим в центральный отдел закупок Метро ежемесячно подается централизованный отчет о поступлении, продажах и остатках товаров всех торговых центров Метро, расположенных на территории РФ, для того чтобы специалисты данного профиля смогли своевременно оценить состояние товарных запасов и принять, при необходимости, соответствующие действия по их нормализации.

На сегодняшний день компания METRO Cash&Carry представлена более 750 торговыми центрами в 30 странах мира. Году объем продаж сети составил около €14,4 млрд, из них €4,23 млрд приходится на российские торговые точки, выручка - €67,26 млрд, чистая прибыль - €1 млрд. В таблице 1 представлены данные о доходах предприятия за последние 8 лет.

Таблица 1 – Динамика изменения дохода предприятия ООО «Метро Кэш энд Керри» в России 2009-2016 гг.

| Год | Выручка, тыс. руб. | Валовая прибыль, тыс. руб. | Прибыль от продаж, тыс. руб. | Чистая прибыль, тыс. руб. |
|------|-----------------------|-------------------------------|---------------------------------|------------------------------|
| 2009 | 12 193 253 | 19 515 923 | 4 084 430 | 8 032 183 |
| 2010 | 127 543 028 | 20 126 417 | 3 516 063 | 7 874 850 |
| 2011 | 132 484 441 | 21 429 953 | 4 316 367 | 9 188 913 |
| 2012 | 158 371 261 | 24 983 235 | 3 625 477 | 8 625 225 |
| 2013 | 186 232 666 | 29 835 340 | 4 888 699 | 13 214 030 |
| 2014 | 208 235 250 | 31 370 908 | 4 491 277 | 12 967 010 |
| 2015 | 240 400 336 | 34 794 220 | 4 493 737 | 14 721 572 |
| 2016 | 261 449 987 | 36 388 124 | 3 359 467 | 13 338 570 |

Рассмотрев представленную таблицу, можно сделать вывод, что выручка и валовая прибыль предприятия ежегодно увеличиваются, в 2016 г. Данные показатели составили 261 449 987 рублей и 36 388 124 рубля соответственно. Однако прибыль от продаж и чистая прибыль, по сравнению с 2015 г. Упали на 25% и 9,5%. Уменьшение прибыли от продаж может быть связано с тем, что в Метро продажи товаров стали занимать меньшую долю в структуре общих доходов, большую прибыль приносят иные направления коммерческой деятельности. Причиной снижения чистой прибыли могло стать увеличение издержек предприятия, например, рост расходов на маркетинг, налоговые отчисления, инновационные разработки и другое.

В новых экономических условиях финансовый анализ, осуществляемый на предприятиях, являясь составной частью финансового менеджмента и аудита, приобретает первостепенное значение для широкого круга пользователей-собственников, менеджеров, инвесторов, аналитиков и кредиторов [4]

Для объективной оценки финансового положения предприятия необходимо перейти от отдельных учетных данных к анализу финансовых показателей. Они позволяют пользователям финансовой отчетности получить необходимые сведения с точки зрения принятия решений, а также дают возможность глубже оценить положение данной отчетной единицы в системе хозяйствования и тенденции его изменения [1]. Расчет таких показателей позволяет выявить прямую взаимосвязь между величиной товарных запасов и текущим финансовым состоянием компании.

Коэффициент финансовой устойчивости предприятия показывает зависимость компании от внешних источников финансирования и определяется по формуле:

$$K_{\text{фy}} = \frac{СК + ДО}{ВБ} \quad (1)$$

где

$K_{\text{фy}}$ – коэффициент финансовой устойчивости;

СК – собственный капитал;

ДО – долгосрочные обязательства;

ВБ – валюта баланса.

Применительно к Метро Кэш энд Керри данный показатель равен 0,4 (нормальное значение: $0,7 \leq K_{\text{фy}} \leq 0,8$). Для компании такая величина данного показателя должна стать тревожным сигналом. Сложившаяся ситуация свидетельствует об отсутствии финансовой автономности и устойчивости предприятия, может предвещать риск хронической неплатежеспособности компании, а также ее попадания в финансовую зависимость от кредиторов.

Показатели ликвидности позволяют оценить платежеспособность и финансовое состояние предприятия, т.е. достаточность оборотных средств для погашения своих краткосрочных обязательств [5]:

$$K_{CR} = \frac{CA}{CL} \quad (2)$$

$$K_{QR} = \frac{CA - S}{CL} \quad (3)$$

где

K_{CR} – коэффициент текущей ликвидности (покрытия);

K_{QR} – коэффициент быстрой ликвидности;

CA – текущие активы предприятия;

CL – текущие (краткосрочные) пассивы;

S – товарные запасы.

Коэффициенты ликвидности Метро равны 0,75 и 0,39 соответственно, в то время как нормальным считается значение $1,5 \leq K_{CR} \leq 2,5$. Однако расчёт данного коэффициента не даёт полной информации о финансовом состоянии предприятия, так как в структуре текущих активов компании значительную долю могут составлять наименее ликвидные товарные запасы. Именно поэтому для обеспечения финансовой устойчивости предприятия необходимо выполнения условия: $K_{QR} > 1$. Из формулы (3) становится очевидным, что величина запасов напрямую влияет на значение коэффициента быстрой ликвидности и, соответственно, на его платежеспособность, то есть способность предприятия погашать свои текущие обязательства за счёт наиболее ликвидных активов: дебиторской задолженности, краткосрочных вложений и денежных средств [2].

Рентабельность оборотных активов оценить характер выполнения хозяйственных и финансовых планов: увеличение объемов продаж, освоение новых рынков сбыта постоянно должно обеспечиваться оборотными средствами.

$$ROA_{об} = \text{Чистая прибыль} / \text{Стоимость оборотных активов} \quad (5)$$

где

ROA – рентабельность оборотных активов;

R – чистая прибыль;

A – стоимость оборотных активов.

Расчитанный показатель рентабельности оборотных активов для «Метро» равен 25%. Это свидетельствует о том, что компания способна добиваться положительного финансового результата и расширять направления своей деятельности.

Изучив структуру оборотных средств компании Метро, представленную в таблице 2, можно заметить, что значительную их долю занимают запасы – практически половину – 49%, оказывая прямое негативное влияние на показатели ликвидности и рентабельности предприятия и его финансовое состояние, а также на уровень его конкурентоспособности на рынке.

Таблица 2 - Структура оборотных средств организации ООО «Метро Кэш энд Керри»

| Наименование показателя | Величина показателя, рубли | Доля показателя в структуре оборотных средств |
|--|----------------------------|---|
| Запасы | 25 480 573 | 0,49 |
| Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям | 3 009 876 | 0,06 |
| Дебиторская задолженность | 11 491 229 | 0,22 |
| Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов) | 7 574 070 | 0,14 |
| Денежные средства и денежные эквиваленты | 4 639 383 | 0,09 |
| Прочие оборотные активы | 266 422 | 0,01 |
| Итого по разделу | 52 461 553 | 1,00 |

Таким образом, расчет показателей показал, что крупным компаниям, как ООО «Метро Кэш энд Керри» следует систематически отслеживать уровень товарных запасов, т.к. их величина негативным образом сказывается на финансовых показателях компании. Оптовым и розничным гигантам следует использовать эффективные методы и внедрять функциональные системы управления товарными запасами, которые позволят предприятию установить оптимальную норму запасов и вести их оперативный учет и контроль. Это приведет к повышению финансовой устойчивости, а также даст возможность предприятию своевременно реагировать на изменение рыночных условий, максимально удовлетворять потребности покупателей и уменьшить расходы, связанные с закупкой, хранением и утилизацией товаров.

Список литературы

1. Аникина Б. А. Логистика. – М.: ИНФРА – М, 2012. – 368с.;
2. Антонов Г. Д. Стратегическое управление организацией: Учебное пособие / Г.Д. Антонов, В.М. Тумин, О.П. Иванова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 239 с.;
3. Волгин В. В. Склад: логистика, управление, анализ - 11-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013 – 365с.
4. Егорушкина Т. Н. Применение методов и инструментария финансового анализа в условиях неопределенности и риска // Концепт. – 2015. – Современные научные исследования. Выпуск 3. – ART 85360. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/85360.htm>. – ISSN 2304-120X.
5. Магомедов Ш. Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами: Учебник для бакалавров - М.: Дашков и К, 2016. - 176 с.;
6. Политический журнал научных публикаций «ДИСКУССИЯ» [Электронный ресурс] / Оптимизация методов управления товарными запасами – Электронные данные – Режим доступа: <http://journal-discussion.ru/publication.php?id=73> (дата обращения: 10.10.2017 г.);

Раздел II. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА, АУДИТА И АНАЛИЗА

Домкин А.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Шелобаева И.С.
Тулский филиал Финуниверситета

АУТСОРСИНГ В БУХГАЛТЕРСКОМ ДЕЛЕ

Одним из наиболее актуальных направлений аутсорсинга является аутсорсинг бухгалтерских услуг. Аутсорсинг – передача организацией, на основании договора, определённых видов или функций производственной предпринимательской деятельности другой компании, действующей в нужной области. В России данный способ становится все более популярным для малых и средних компаний. Однако под аутсорсингом в России чаще всего подразумевается «аренда» персонала. Передача кадров является выгодным процессом для всех заинтересованных сторон, ведь это упрощает контролирование рабочей силы и уменьшает налоговые выплаты. Однако передача персонала согласно определению является аутстаффингом [2].

Аутстаффинг – это услуга в области кадрового менеджмента, которая предполагает предоставлением фирмой-провайдером персонала фирме-заказчику на определенный срок.

Аутсорсинг бухгалтерии имеет следующие преимущества:

- материальную ответственность за допущенные ошибки в бухгалтерских операциях несёт аутсорсинговая компания;
- многочисленный штат бухгалтеров компании, позволяет рассчитывать на скоординированное и незамедлительное урегулирование сложных ситуаций;
- минимизация расходов на ведение бухгалтерского учёта;
- компания, предоставляющая бухгалтерские услуги, несёт ответственность за качество выполняемой работы;
- отсутствие личностного фактора;
- аутсорсинг-компания ведёт бесперебойную работу без больничных и отпусков.

Недостатками аутсорсинга бухгалтерии являются:

- некоторые виды деятельности компаний заказчиков требуют моментальной реакции на предотвращение проблем, связанных со сбоем работы оборудования и в таких случаях присутствие штатного бухгалтера целесообразно;
- возможна частая смена обслуживающего бухгалтера, общение только по телефону;
- бухгалтер-аутсорсинг делает только то, что прописано в договоре предоставления услуг.

Преимуществами при выборе в пользу аутсорсинга является:

- сокращение налогов, большинство аутсорсинговых компаний предоставляет такую услугу как оптимизации налогов;
- бухгалтерия без ошибок, в аутсорсинговых компаниях данная проблема решается с помощью системы внутреннего контроля;
- при передаче свой бухгалтерии на аутсорсинг заказчик получает и специалиста по бухгалтерии, и специалиста по законодательству.

С 2017 года произошло четкое разграничение понятий аутстаффинга, когда персонал передается в своеобразную аренду, от аутсорсинга, когда производится какая-либо нужная деятельность по заданию временного заказчика (ЮЛ или ИП). В ТК РФ теперь есть глава 56.1, содержащая понятие заемного труда [1]. Это труд, исполняемый сотрудником по распоряжению нанимателя в интересах и под контролем учреждения или физлица, не являющихся нанимателями этого сотрудника. Итак, заемный труд предполагает передачу сотрудников в подчинение индивидуальным предпринимателям или фирмам. Однако как отмечалось выше, передача персонала является аутстаффингом, а аутсорсинг – это передача организацией, определённых видов производственной предпринимательской деятельности. Из этого следует, что правовое регулирование аутсорсинга в 2017 году не потерпело изменений.

Список литературы

1. Трудовой кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 29.07.2017) СПС Консультант Плюс.
2. Трердохлеб А.Н. Аутсорсинг бухгалтерских услуг // Научный альманах. 2016. № 2-1 (16). С. 349-354.

Кирюхина А. С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Яровава В.В.
Тулский филиал Финуниверситета

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ОПЕРАЦИЙ ПРИ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ

В настоящее время интернет-торговля дает возможность оптимизировать расходы путем экономии на численности персонала, аренде складов или торговых площадей. Собственный интернет-сайт помогает любой

организации заявить о себе: представить наиболее полную информацию о продаваемых ею товарах, выполняемых работах или оказываемых услугах.

Технология интернет-торговли отличается от традиционных способов продаж, поэтому бухгалтерский и налоговый учет имеет некоторые особенности, связанные с получением исключительных или неисключительных прав, соответствия критериям НМА и т. д. [7]

Интернет-торговля в России активно развивается. Согласно данным аналитического исследования объемы рынка растут и в будущем ожидается еще больший рост, в основном, за счет увеличения частоты покупок. У людей появляется опыт работы с магазинами и онлайн-платежами, у них всегда есть доступ в Интернет, курьерские доставки расширяют географию и улучшают качество услуг (рисунок 1).

Ключевое наблюдение, на котором говорят специалисты по аналитике интернет-магазинов, звучит так: с каждым годом изменения на рынке электронной коммерции происходят все быстрее. Поэтому важно следить за трендами, продумывать свои действия на пять шагов вперед и учитывать глобальные тенденции роста, который еще не скоро остановится.



Рисунок 1 - Объем рынка интернет-торговли 2014-2020 (прогноз) [6]

По данным за 2015-2016 годы лучше всего в интернете продавались бытовая техника (43% заказов), одежда и обувь (17% заказов), автозапчасти (10% заказов).

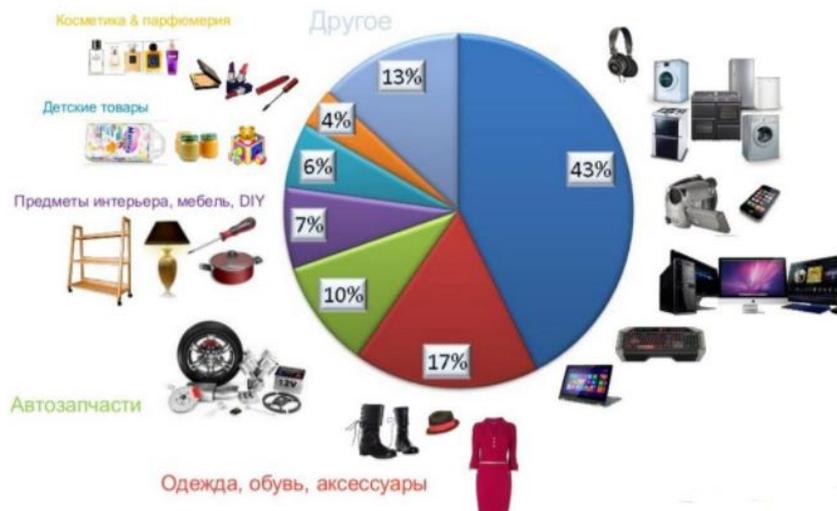


Рисунок 2 – Товарная структура Российской интернет-торговли [6]

Бухгалтерский учет для интернет-магазина начинается с момента создания сайта. Стоимость сайта складывается из затрат на:

- разработку сайта (оплата программистам, верстальщикам, дизайнерам);
- регистрацию доменного имени;
- размещение в интернете (хостинг, сервер). [5, с. 151]

От того, кому принадлежит исключительное право на полученный программный продукт, и зависит порядок учета данной хозяйственной ситуации. Если в договоре с разработчиком не сказано, что он осуществляет передачу исключительного права собственности на созданную программу, то учитывать затраты на проектирование сайта нужно на счете 97 «Расходы будущих периодов». При этом руководитель фирмы

должен своим приказом определить срок, в течение которого фирма будет использовать сайт. Затраты на разработку сайта нужно будет равномерно списывать в течение этого периода.

К примеру, если организация «Альфа» заключила с ООО «Сайт-Дизайн» договор о разработке сайта (срок использования – 2 года) общей стоимостью 24 000 руб. (в том числе НДС), при условии, что в договоре ничего не сказано о переходе исключительных прав на разработку фирме-заказчику, то бухгалтер «Альфа» сделает следующие проводки:

1. Дт 60 Кт 51 (24 000 руб.) - перечислены деньги за разработку сайта;
2. Дт 97 Кт 60 (24 000 руб.) - получены компьютерные файлы, содержащие материалы сайта.
3. Дт 44 Кт 97 (1 000 руб.) - списана часть расходов на создание сайта.

В случае, если разработчик передает исключительные права собственности на разработанный сайт, то расходы на разработку сайта учитываются на счете 04 «Нематериальные активы».

Таким же образом учитываются расходы, когда фирма создает сайт собственными силами. Ведь исключительные права на программы для ЭВМ изначально принадлежат создавшим их фирмам. Специальная регистрация этих прав необязательна.

Начислять амортизацию сайта нужно в течение срока его полезного использования. Этот срок определяет руководитель фирмы при вводе сайта в эксплуатацию. Существует три метода амортизации нематериальных активов (линейный, метод уменьшаемого остатка, метод списания пропорционально выпуску продукции). Выбранный метод фиксируется в учетной политике фирмы.

Аналогично предыдущему примеру, в случае передачи исключительных прав на созданный сайт, в бухгалтерском учете будут сделаны следующие записи:

1. Дт 60 Кт 51 (24 000 руб.) - перечислены деньги за разработку сайта;
2. Дт 08-5 Кт 60 (24 000 руб.) - получены материалы сайта.
3. Дт 04 Кт 08-5 (24 000 руб.) – сайт введен в эксплуатацию.
4. Дт 44 Кт 05 (1 000 руб.) – начислена амортизация по сайту.

При Интернет-торговле оплата может осуществляться несколькими способами: наличными, банковской картой, электронными деньгами или наложенным платежом. Способ оплаты оказывает прямое влияние на бухгалтерский учет процесса купли-продажи.

Оплата наличными – это самый популярный способ оплаты в российских интернет-магазинах. Схема оплаты наличными простая. Вначале покупатель выбирает и заказывает товар на сайте. Затем менеджер интернет-магазина подтверждает заказ и уточняет удобное время доставки. Курьер привозит товар покупателю и после проверки качества товара покупатель отдает деньги курьеру и получает товар и кассовый чек.

В данном случае в бухгалтерском учете будут сделаны следующие записи:

1. Дт 45 Кт 41 – передан товар курьеру;
2. Дт 50 субсчет «Операционная касса» Кт 62 – оприходованы наличные деньги, полученные от покупателя;
3. Дт 62 Кт 90-1 – отражена выручка от реализации;
4. Дт 90-2 Кт 45 – списана покупная стоимость проданного товара;
5. Дт 50 субсчет «Касса организации» Кт 50 субсчет «Операционная касса» – сданы курьером наличные деньги в кассу организации.

Для получения оплаты через банковские карты интернет-магазин должен зарегистрироваться в системе электронных платежей (например, Visa или MasterCard) и получить личный код системы. После регистрации в платежной системе Интернет-магазин заключает с обслуживающим банком договор интернет-эквайринга. [4, с. 18]

По этому договору для фирмы будет открыт банковский счет, куда будут приходиться денежные переводы с банковских карт покупателей. Также можно воспользоваться услугами посредника, имеющего собственный счет в системе электронных платежей.

Ежедневно банк или посредник по электронной почте направляют продавцу выписку о проведенных за день операциях. На основании данных такой выписки, подтверждающих, что покупатель оплатил товар, интернет-магазин отгружает заказы покупателям. За денежные переводы банк взимает комиссию.

Затраты на подключение к платежной системе в бухгалтерском учете отражаются на счете 97 «Расходы будущих периодов». В течение всего срока действия договора интернет-эквайринга сумма этих расходов списывается равномерно на счет 26 «Общехозяйственные расходы». [5, с. 145]

Бухгалтер делает в учете проводки:

В день оплаты товара:

1. Дт 57 Кт 62 субсчет «Расчеты по авансам» – покупатель оплатил товар банковской картой;
2. Дт 51 Кт 57 – зачислены денежные средства покупателя в качестве предоплаты;
3. Дт 91-2 Кт 76 – отражена стоимость услуг банка;
4. Дт 76 Кт 51 – сумма комиссии банка списана с расчетного счета продавца.

В день получения товара покупателем:

5. Дт 45 Кт 41 – передан товар курьеру;
6. Дт 62 Кт 90-1 – отражена выручка от продажи;
7. Дт 90-2 Кт 45 – списана стоимость проданного товара;

8. Дт 62 субсчет «Расчеты по авансам» Кт 62 субсчет «Расчеты с покупателями» – зачтена предварительная оплата товара.

При использовании такого способа оплаты, как электронные деньги, интернет-магазину необходимо пройти регистрацию в электронной платежной системе, чтобы создать «электронный кошелек». Для снижения рисков, рекомендуется выбирать платежную систему, работающую в соответствии с нормами Федерального закона от 27 июня 2011 года № 161-ФЗ «О национальной платежной системе». К таким платежным системам относят, к примеру, WebMoney, QIWI кошелек, Яндекс Деньги, Рурал, Liqpay и др. [2]

Регистрация электронного кошелька осуществляется посредством заполнения специальной заявки и заключения посреднического договора с оператором-агентом, обеспечивающим перевод электронных денег. Затем продавцом размещается информация о системе оплаты на сайте.

Покупатель, желающий приобрести товар и зарегистрировавшийся в платежной системе, которая указана на сайте продавца, вносит деньги в банк. Банк перечисляет их на счет оператора. За перевод средств банк взимает комиссию с интернет-магазина (продавца). Оператор переводит денежные средства покупателя в его электронный кошелек.

Бухгалтерский учет расчетов с оператором-агентом ведется на счете 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами». Как правило, в расчетах с использованием электронного кошелька предусматривается 100%-ная предоплата товаров покупателями. [3, с. 42]

Сумма электронных денег, поступивших в качестве предоплаты, не является доходом организации и отражается обособленно на счете 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» как кредиторская задолженность перед покупателем и на счете 76 как дебиторская задолженность оператора.

На дату утверждения отчета оператора сумма причитающегося ему агентского вознаграждения (в том числе НДС) признается расходом по обычным видам деятельности. В учете это отражается записью по дебету счета 44 «Расходы на продажу» и кредиту счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами».

Выручка от продажи товара признается доходом от обычных видов деятельности на дату перехода права собственности на товар и отражается в бухгалтерском учете записью по кредиту счета 90 «Продажи» субсчет «Выручка» в корреспонденции с дебетом счета 62.

При передаче товара на почту для его отправки покупателю наложенным платежом право собственности на товар сохраняется за продавцом. Деньги, которые покупатель вносит в кассу почтового отделения при получении товара, оформляются как платеж в адрес продавца товаров.

За прием и перевод наложенного платежа с покупателя дополнительно взимается комиссия почты. Эта комиссия представляет собой выручку (доход) почтовой службы и не имеет отношения к продавцу товара – ее оплачивает исключительно покупатель.

Выручкой продавца является полная стоимость товара, которую оплачивает покупатель на почте. После того, как покупатель выкупает заказанный товар на почте, на расчетный счет продавца поступают деньги за реализованный товар. [7]

С момента передачи товара на почту и до момента получения товара покупателем и внесения им наложенного платежа высланные покупателю товары числятся в учете продавца на счете 45 «Товары отгруженные».

Выручка от продажи товаров признается в бухгалтерском учете доходом от обычных видов деятельности на дату перехода права собственности на товар. В данном случае это дата получения покупателем почтового отправления, которая подтверждается почтовым уведомлением о его вручении.

Наложный платеж, который покупатель вносит в кассу почтовой службы, фактически является деньгами продавца и подлежит отражению на счете 57 «Переводы в пути».

Расчеты с почтой по оплате услуг, связанных с пересылкой товаров (в случае если стоимость доставки включена в цену товара), отражаются по дебету счета 44 «Расходы на продажу» в составе издержек обращения. Порядок расчетов с почтой зависит от конкретных обстоятельств. Например, если посылки отправляют через подотчетных лиц, нужно использовать счет 71 «Расчеты с подотчетными лицами». [7]

Таким образом, учет операций при интернет-торговле является актуальным для современной России. В законодательстве РФ правила бухгалтерского учета электронной торговли систематизированы и от их правильного применения на практике зависит конкурентоспособность интернет-магазинов, а также возможность избежать штрафов при налоговых проверках. Поэтому желающим заниматься этим видом деятельности необходимо знать о особенностях бухгалтерского учета данной области.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч.2 [Электронный ресурс]: федер. закон от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 13.04.2016). СПС КонсультантПлюс.
2. О национальной платежной системе [Электронный ресурс]: федер. закон от 27.06.2011 N 161-ФЗ (ред. от 18.07.2017). СПС КонсультантПлюс.
3. Елина Л.А. Интернет-сайт: бухгалтерские и налоговые вопросы // Бухгалтерия.ру. 2015. № 1. С. 32-46.
4. Лесина Т.А. Интернет-торговля для бухгалтера // Практическая бухгалтерия. 2016. № 7. С. 12-23.
5. Скорохватова Р.М. Бухгалтерский и налоговый учет интернет-сайта // Главная книга. 2016. № 17. С. 143-158.

6. Интернет-продажи в России: статистика, аналитика, конверсия, прогноз [Электронный ресурс] <https://shopconstructor.ru/internet-prodazhi-v-rossii-statistika-analitika-konversiya>. (дата обращения: 14.11.2017).

7. Особенности бухгалтерского учета в интернет-магазине [Электронный ресурс] http://nalog.ru/buhgalterskij_uchet/vedenie_buhgalterskogo_ucheta/osobennosti_buhgalterskogo_ucheta_v_internetmagazine/. (дата обращения: 14.11.2017).

Орос К.Е.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.
Тульский филиал Финуниверситета

УБЫТКИ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ И ОТЧЕТНОСТИ ОБЩЕСТВА С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ

Длительное отсутствие прибыли у коммерческой организации – повод задуматься о целесообразности ее дальнейшего существования. Между тем в период экономического кризиса проблема прибыльности бизнеса стала массовой. Эта проблема особенно актуальна в преддверии составления годовой бухгалтерской отчетности.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики, доля убыточных организаций в России в январе—августе 2017 года увеличилась на 0,2 процентного пункта в годовом выражении и достигла 29,7% [5]. Наименьшая величина этого показателя была зафиксирована в 2016 году (26%). Увеличение доли убыточных организаций свидетельствует о кризисных явлениях в экономике, ожидаемых в ближайшем будущем.

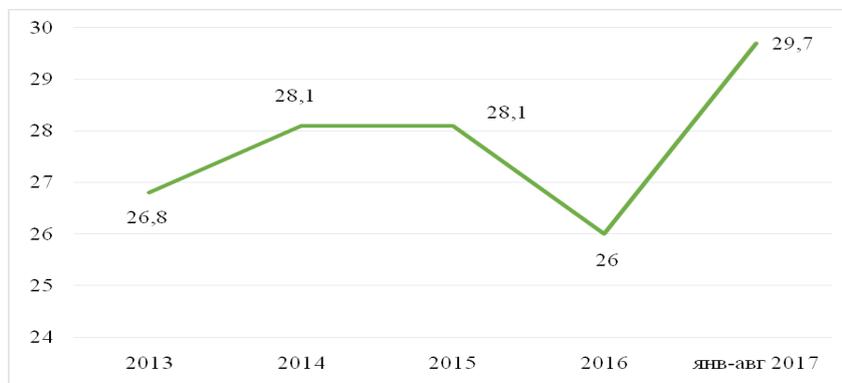


Рисунок 1 – Доля убыточных компаний в России, % [7]

В бухгалтерском учете общества с ограниченной ответственностью (ООО), убыток отчетного года формируется в виде дебетового сальдо по счету 99 «Прибыли и убытки» и отражается в отчете о финансовых результатах по строке «Чистая прибыль (убыток)».

При реформации баланса (31 декабря) счет 99 закрывается на счет 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)», который отражается в бухгалтерском балансе по одноименной строке. Таким образом, на счете 84 нарастающим итогом формируется финансовый результат общества за весь период его деятельности. Нераспределенную прибыль уменьшают дивиденды, начисленные участникам общества (Дт 84 Кт 75).

К примеру, если за отчетный период выручка ООО «Икс» (без НДС) составила 3 746 221 руб. Себестоимость проданной продукции – 3 594 016 руб. Коммерческие расходы – 39 000 руб. Прочие расходы – 126 000 руб. В конце года отчет о финансовых результатах ООО «Икс» будет выглядеть следующим образом (таблица 1).

Решение о погашении полученного убытка собственниками компании не было принято. При реформации баланса будет сделана запись:

1. Дт 84 Кт 99 — 13 000 руб. – списание непокрытого убытка отчетного года.

Налог на прибыль начислен не будет согласно п. 8 ст. 274 НК РФ т.к. в этом случае налоговая база равняется 0.

Делать вывод об убыточности бизнеса в целом на основании убытка за последний отчетный год преждевременно, даже в случае наличия непокрытого убытка в составе капитала.

Законодательно успешность предпринимательской деятельности ООО оценивается исходя из величины чистых активов. Этот показатель определяется в порядке, установленном приказом Минфина России от 28.08.2014 № 84н. А именно: чистые активы рассчитываются как капитал, уменьшенный на величину дебиторской задолженности участников по вкладам в уставный капитал и увеличенный на суммы доходов будущих периодов, признанных в связи с получением государственной помощи, а также в связи с безвозмездным получением имущества. [4]

Стоимость чистых активов на конец финансового года необходимо контролировать начиная со второго финансового года [3, ст. 30]. Если два года подряд стоимость чистых активов окажется меньше уставного капитала, общество не позднее чем через шесть месяцев обязано принять одно из следующих решений:

- об уменьшении уставного капитала общества до размера, не превышающего стоимости его чистых активов;
- о ликвидации общества.

Таблица 1

Отчет о финансовых результатах ООО «Икс», тыс.руб.

| Пояснения ¹ | Наименование показателя ² | За _____ | |
|------------------------|--|-------------------------|-----------------------|
| | | 20_____ г. ³ | _____ г. ³ |
| | Выручка ⁵ | 3746 | |
| | Себестоимость продаж | (3594) | |
| | Валовая прибыль (убыток) | | |
| | Коммерческие расходы | (39) | |
| | Управленческие расходы | () | |
| | Прибыль (убыток) от продаж | | |
| | Доходы от участия в других организациях | | |
| | Проценты к получению | | |
| | Проценты к уплате | () | |
| | Прочие доходы | | |
| | Прочие расходы | (126) | |
| | Прибыль (убыток) до налогообложения | (13) | |
| | Текущий налог на прибыль | 0 | |
| | в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы) | | |
| | Изменение отложенных налоговых обязательств | | |
| | Изменение отложенных налоговых активов | | |
| | Прочее | | |
| | Чистая прибыль (убыток) | (13) | |

Такие решения относятся к исключительной компетенции общего собрания участников ООО. Решение об уменьшении уставного капитала принимается в ситуации, когда участники не полностью оплатили уставный капитал. Но такая ситуация встречается не слишком часто. Решение о ликвидации общества должно быть принято единогласно. [2, ст. 37]

С иском о ликвидации может обратиться учредитель (участник) ООО в случае невозможности достижения целей, ради которых оно создано. А вот государственные органы или органы местного самоуправления не наделены правом на ликвидацию ООО в судебном порядке. Поэтому внешней угрозы существованию ООО с недостаточной величиной чистых активов не возникает. [1]

Сокращение стоимости чистых активов, в том числе их отрицательное значение, не говорит о полной неплатежеспособности общества. Согласно практики функционирования обществ с ограниченной ответственностью в России, предприятие, имеющие на протяжении многих лет отрицательное значение активов, вполне работоспособно, может отвечать по своим платежным обязательствам, а также приносить пользу экономике.

Очевидно, что увеличение уставного капитала не приведет к превышению величины чистых активов над уставным капиталом. Для преодоления проблемы нужно наращивать другие статьи капитала – «Переоценка основных средств» и «Добавочный капитал (без переоценки)».

Улучшить соотношение между чистыми активами и уставным капиталом можно за счет безвозмездной помощи участников общества. Передача финансовой помощи от учредителя — распространенная хозяйственная операция, в ходе которой учредители передают своей компании, как правило безвозмездно, различные вещи. К их числу можно отнести:

- денежные средства;
- работы или услуги;
- недвижимость;
- движимое имущество;
- ценные бумаги;
- интеллектуальную собственность;
- имущественные права.

При этом возможны два варианта. Первый вариант – когда уставом предусмотрены вклады в имущество общества. Такие поступления отражаются по счету 83 «Добавочный капитал» [2, ст. 27]. Данная операция не влияет на размер уставного капитала и доли участников, однако вклады должны быть внесены участниками ООО пропорционально их долям в УК, если иной порядок определения размеров вкладов в имущество общества не предусмотрен уставом.

Проводки при внесении основных средств будут выглядеть следующим образом:

1. Дт 75 (субсчет "Расчеты по вкладам в имущество") Кт 83
2. Дт 08 Кт 75 (субсчет "Расчеты по вкладам в имущество")

Второй вариант – договор дарения между обществом и его участником – физическим лицом. Денежное финансирование – самый простой, но наименее желательный для участников способ улучшения структуры баланса. [1, ст. 572]

Особенность налогообложения денежных поступлений состоит в наличии правила контрольного пакета. Его суть заключается в том, что избежать налога на прибыль можно, если:

- помощь передает компании учредитель, имеющий долю больше 50% в капитале компании;
- помогает организация-учредитель, вложившая в уставный фонд получающей компании больше 50% капитала;
- передающая помощь сторона имеет долю в капитале получателя, превышающую 50%.

Если учредителем, доля которого меньше 50%, оказывается безвозмездная помощь, налогообложение осуществляется в полном размере.

Такая операция должна иметь обязательное отражение в бухучете. Необходимо оформить приход денежных средств, для чего делается проводка: Дт 51 Кт 91, субсчет «Прочие доходы». После этого компания может направлять денежные средства по назначению.

Изыскать неденежные формы помощи не составляет труда. Собственники бизнеса могут передавать объекты основных средств, товары и материалы, нематериальные активы, права требования к другим лицам.

На основании пункта 7 ПБУ 9/99 активы, полученные обществом безвозмездно, следует учитывать как прочие доходы – по счету 91 «Прочие доходы и расходы».

В итоге убыточность ООО можно считать его «имиджевым» дефектом, создающим ООО проблемы в отношениях с контрагентами. Например, такое ООО в глазах банка является ненадежным заемщиком, а у покупателей может порождать сомнения в способности исполнять гарантийные обязательства.

Между тем снижению убытков способствуют некоторые решения учетной политики. С этой целью следует прекратить списание активов – например, посредством уменьшения амортизационных отчислений по объектам основных средств и нематериальных активов, а также определения максимально возможных сроков полезного использования. [6]

Кроме того, необходимо избегать упрощенных способов бухгалтерского учета, допускающих преждевременное списание активов с баланса.

Следует отметить, что признание оценочных обязательств также ухудшит финансовое положение общества. А вот списание обязательств по истечении срока исковой давности благоприятно скажется на финансовом результате. Также не стоит завышать резервы сомнительных долгов.

Годовой отчет ООО должен содержать раздел о состоянии чистых активов, в котором указываются:

- показатели, которые характеризуют динамику изменения стоимости чистых активов и уставного капитала ООО за три предшествующих года;
- результаты анализа причин и факторов, которые привели к тому, что стоимость чистых активов общества оказалась меньше его уставного капитала;
- перечень мер по приведению стоимости чистых активов общества в соответствие с размером его уставного капитала (п. 3 ст. 30 Федерального закона «Об обществах с ограниченной ответственностью»).

Образование отрицательных чистых активов чревато для компании негативными последствиями, вплоть до ликвидации. Если участники игнорируют требования закона о ликвидации, то в перспективе такое ООО ждет банкротство. Дело о банкротстве может быть возбуждено арбитражным судом при условии, что требования к должнику – юридическому лицу в совокупности составляют не менее чем 300 000 рублей. [3, ст.6]

Таким образом, обществу с ограниченной ответственностью необходимо следить за величиной чистых активов и не допускать их снижения по сравнению с величиной уставного капитала. В случае выявления первых признаков банкротства целесообразно принять меры по улучшению финансового положения, чтобы в дальнейшем это не привело к негативным последствиям. В целом, в нестабильных экономических условиях, убыточная деятельность предприятий не является редкостью и борьба с ней является одной из целей государственного регулирования экономики.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации Ч.1 [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 29.07.2017). СПС КонсультантПлюс.
2. Об обществах с ограниченной ответственностью [Электронный ресурс]: федер. закон от 08.02.1998 N 14-ФЗ (ред. от 29.07.2017). СПС КонсультантПлюс.

3. О несостоятельности (банкротстве) [Электронный ресурс]: федер. закон от 26.10.2002 N 127-ФЗ (ред. от 29.07.2017). СПС КонсультантПлюс.
4. Об утверждении Порядка определения стоимости чистых активов [Электронный ресурс]: приказ Минфина России от 28.08.2014 N 84н. СПС КонсультантПлюс.
5. Доля убыточных организаций в России подскочила в январе—августе на 30% [Электронный ресурс] <http://www.gosbalt.ru/business/2017/10/24/1655582.html>. (дата обращения: 15.11.2017).
6. Какие последствия отрицательных чистых активов? [Электронный ресурс] http://nalog-nalog.ru/analiz_hozyajstvennoj_deyatelnosti_ahd/kakie_posledstviya_otricatelnyh_chistyh_aktivov1/. (дата обращения: 15.11.2017).
7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] <http://www.gks.ru>. (дата обращения: 15.11.2017).

Репина Н.Д.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Яровава В.В.

Тулский филиал Финуниверситета

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ЭКВАЙРИНГА В СЕГМЕНТЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В современной России львиную долю малого и среднего бизнеса составляет торговля, а в частности розничная. В данном случае право на определение вида товаров для торговли, того или иного экономического субъекта остается за предпринимателями или иными лицами, совершающими сделки по купле-продаже.

Однако чтобы вести разговор об эквайринге, нужно сначала разобраться со некоторыми терминами, присущими этой операции.

Что подразумевает собой эквайринг?

Эквайринг – услуга банка по перечислению с карты потребителя на расчетный счет организации (продавца товара) через терминал (POS-терминал). В случаях с интернет-магазинами это может быть оплата по реквизитам банковских карт с помощью специальных web-интерфейсов.

POS-терминал – это устройство для приема к оплате по банковским картам (они могут быть разных видов: карты с чипом, магнитной полосой и бесконтактные платежные карты), а также другие устройства, имеющие бесконтактный интерфейс. Также под POS-терминалом часто подразумевают весь технический комплекс, который установлен на рабочем месте кассира.

Банк-эквайер – это банк, который осуществляет расчеты с организациями розничной торговли по операциям, совершаемым с использованием банковских карт. Банк-эквайер необходим для осуществления финансовых транзакций путем взаимодействия с платежными системами.

Сейчас каждый потенциальный клиент или покупатель является держателем банковской карты, на которую поступает его заработная плата. Потому как это делает процесс покупки немного легче. А в каком плане легче? Нет нужды носить с собой громоздкий кошелек, если нужно забежать в магазин в соседний дом. Упрощая процесс покупки потребителю, можно увеличить торговую выручку на 20-25%. Поэтому розничная торговля всегда будет заинтересована в увеличении своих доходов. А эквайринг – это один из способов. Но как и любое информационно-техническое обеспечение, эквайринг имеет свои достоинства и недостатки.

Достоинства:

- Процесс покупки становится удобнее для клиентов, которые предпочитают хранить свои денежные средства на банковских картах (что несомненно повлияет на увеличение торговой выручки);
- Снижение риска обнаружения фальшивых купюр;
- Снижается риск ошибки сотрудника (кассира) со сдачей клиенту;
- Организация сможет экономить денежные средства за инкассацию в банк (денежные средства уже будут на расчетном счете через некоторое время);

Недостатки:

- В первую очередь это процент (комиссия) банка по предоставлению данной услуги;
- Как и у любого технического обеспечения, невозможно будет избежать сбоев в работе POS-терминала (сбои на сервере банка, сбои интернета у организации продавца и т.д.), что приведет к недовольствам потребителей розничной организации;
- В современном мире хоть банки и совершенствуют с каждым днем, но систему нельзя назвать безопасной на все 100%. Никто не застрахован от мошенников и хакеров.

Но если сделать вывод, то достоинства превалируют, так как сбои происходят редко, а безопасность банковской карты клиента зависит, прежде всего, от него самого.

В рамках купли-продажи товаров потребительского пользования многие организации все чаще заключают договора эквайринга с банками- эквайерами.

Для начала, любой организации, при вступлении во всяческие взаимодействия с другой организацией (и кредитной в том числе), необходим договор, который заключает с ними на обслуживание, установку оборудования. Впоследствии организация (продавец), принявшая оплату через банковскую карточку, получит эти средства себе на расчетный счет за минусом комиссии, которую удерживает из этой суммы банк-эквайер.

Если говорить о нормативных документах, регулирующих безналичный перевод денежных средств, то в первую очередь, нужно сказать о Федеральном законе от 27.06.2011 № 161-ФЗ «О национальной платежной системе» (ред. от 18.07.2017). В данном законе стоит обратить внимание, что срок зачисления на расчетный счет покупателя, после списания с банковской карты плательщика не должен составлять более трех рабочих дней. [1]

В случае, если по какой то причине, денежные средства по операциям эквайринга не поступают в течение суток, то такие денежные средства относят на бухгалтерский счет 57 «Переводы в пути» (а именно, субсчет 53/3 «Продажи по платежным картам»).

Иногда расчеты с банком-эквайером также можно учитывать на счете 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами». Также в ПБУ 9/99 «Доходы организации» указывается, что торговая выручка от продажи товаров является доход от обычных видов деятельности организации и признается на дату передачи товаров покупателю независимо от даты и порядка оплаты товара. [2]

Фактическая себестоимость реализованного товара признается расходами по обычным видам деятельности и списывается со счета 41 «Товары» в дебет счета 90 субсчет «Себестоимость продаж». [3]

Для того чтобы составить бухгалтерские проводки по операциям эквайринга, необходимо разобраться, как в целом происходит этот процесс.

1. Первоначально кассир с помощью POS-терминала активирует банковскую карточку клиента (вставляет в терминал для считывания карты с чип-модулем, или же прислоняет к экрану терминала, если это бесконтактная карта). Данные по карте передаются в банковский процессинговый центр (посредник между участниками расчетов).

2. Далее после проверки остатка по карте печатаются так называемые слипы (чеки) в двух экземплярах. Продавец (в данном случае сотрудник, совершающий операцию купли-продажи) ставит подпись на экземпляре покупателя, а тот в свою очередь ставит подпись на экземпляре продавца. И продавец должен сверить подписи на чеке и на представленном образце подписи на карте.

3. При данной операции продавец должен не только выдать слип (чек) о списании денежных средств с банковской карты, но и также выдать покупателю кассовый чек.

POS-терминал на протяжении всего рабочего дня формирует электронный журнал, в котором дается отчет о каждой операции списания с банковских карт клиента. После того, как банк сверит представляемые ему документы по отчету, он вправе зачислить торговой организации денежные средства, оплаченные платежными картами за вычетом комиссии (вознаграждения).

Описание операций выше, это только часть нашей цепочки. На самом деле это операция сложнее.

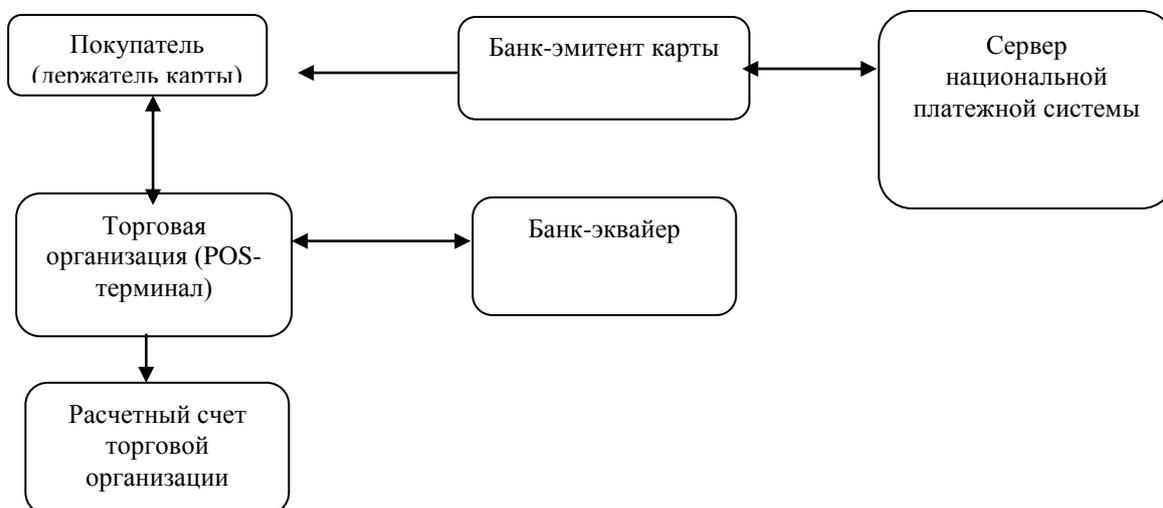


Рис. 1 Алгоритм процесса покупки в торговой организации

На Рис.1 мы видим, что банк-эмитент карты выпускает её для клиента (держателя карты). Далее владелец карты идет в любую торговую организацию, где установлены POS-терминалы и приобретает товар. Терминал делает запрос об одобрении операции в банк-эквайер, а тот в свою очередь делает запрос на сервере национальной платежной системе, который перенаправляет в банк-эмитент. При одобрении операции, разрешение передается в обратном порядке до POS-терминала и уже списывается сумма товара с держателя банковской карты. Покупателю выдается чек об оплате, и списанная сумма перечисляется на расчетный счет торговой организации после закрытия смены.

Для торговой организации применяются следующие бухгалтерские проводки по поступлению выручки и возврату представленные в таблицах:

Таблица 1.

Поступление денежных средств от операций эквайринга

| Дебет | Кредит | Описание операции | Документ-основание |
|-------|--------|--|---------------------------------|
| 57 | 90/1 | Начислена торговая выручка, оплаченная банковской картой | Контрольная лента POS-терминала |
| 90/3 | 68/НДС | По операции купли-продажи начислен НДС | Контрольная лента POS-терминала |
| 51 | 57 | Зачислены денежные средства, полученные через терминал (за вычетом банковского вознаграждения) | Банковская выписка |
| 91 | 57 | Списание комиссии банка за услуги эквайринга | Банковская выписка, договор |

Таблица 2.

Возврат денежных средств по операциям эквайринга

| Дебет | Кредит | Описание операции | Документ-основание |
|-------|--------|---|--|
| 76 | 51 | Сторнируется претензия покупателя | Контрольная лента POS-терминала, бухгалтерская справка |
| 76 | 90/1 | Сторнируется полученная выручка | Контрольная лента POS-терминала, бухгалтерская справка |
| 90/2 | 41 | Сторнируется себестоимость | Бухгалтерская справка |
| 90/2 | 42 | Корректируется торговая наценка | Бухгалтерская справка |
| 90/3 | 68/НДС | Корректируется НДС по проданному товару | Контрольная лента POS-терминала, бухгалтерская справка |

В заключении можно сделать следующий вывод, что подключение такой услуги как эквайринг гарантирует повышение конкурентоспособности и увеличению продаж среди потребителей-держателей банковских карт.

Эквайринг облегчает процесс покупки сотруднику (кассиру) торговой организации, так как исключает вероятность получения фальшивых купюр. Для продавца (владельца торговой организации) несомненный плюс это сокращение расходов на инкассацию.

Недостаток данной системы это отсутствие 100% гарантии работы без сбоев, но это проблема ложится на плечи больше для банков-эквайеров, чем на торговые организации (если дело не касается сбоев в интернет соединении на кассе). Но время не стоит на месте, поэтому постоянно происходит усовершенствование системы, что ведет к минимизации сбоев в работе. Также нельзя обойти стороной проблему неквалифицированных сотрудников, что в данном случае является заботой владельцев организации торговли, но можно отметить, что работодатель старается подбирать сотрудников уже с имеющимся опытом работы с эквайрингом, либо предоставляет человека для обучения.

В целом система эквайринга пользуется спросом и успешно используется на торговых площадях.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 27 июня 2011 г. N 161-ФЗ "О национальной платежной системе" (с изменениями и дополнениями) п. 5 ст. 5 Закона № 161-ФЗ.
2. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99 (утв. Приказом Минфина РФ от 06.05.1999 г. N32н) (п.5 ст. 2) с изменениями и дополнениями от 06.04.2015 г.
3. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 (утв. Приказом Минфина РФ от 06.05.1999 г. N33н) (п. 5, 7, 9, 10) с изменениями и дополнениями от 06.04.2015 г.

Родина А.И.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Нефедова С.В.
Тульский филиал Финуниверситета

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ И ЕГО ОСНОВНЫЕ НАЦИОНАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ

Согласно Федеральному закону от 6 декабря 2011 года № 402-ФЗ (гл.1, ст.3, п.1), бухгалтерская(финансовая) отчетность - это «информация о финансовом положении экономического субъекта

на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, систематизированная в соответствии с требованиями, установленными настоящим федеральным законом» [2].

Также определение бухгалтерскому учету было дано еще в 1966 году Ассоциацией бухгалтеров США. Оно гласит, что «бухгалтерский учёт- это процесс, сочетающий определение, измерение и предоставление экономической информации на предприятии или в организации, целью которого является вынесение обоснованных решений, принимаемых пользователями этих данных» [3].

Начало истории ведения бухгалтерского учёта лежит еще в древности. Согласно историческим документам, на самой первой стадии своего развития учёт решал задачи качественного определения вещей и их подсчета. Это был этап, так называемого, инвентарного счёта: в определенные периоды времени производился пересчёт всех видов имущества и делались соответствующие пометки (записи).

В период Средневековья возникли такие экономические понятия, как счета и регистры, журнал хозяйственных операций. Одним из важнейших достижений считается появление двойной записи, чьим автором является итальянский монах-математик Л. Пачоли. Именно с появлением двойной записи бухгалтерский учет приобрел вид стройной и логичной системы. Сырадов Д.В. в своей «Истории бухгалтерского учёта» указывает: «В Средневековье формируются два основных вида бухгалтерии: 1) камеральная (бюджетная), которая исходила из того, что основным объектом является касса, т.е. учет доходов и расходов, а состояние и движение имущества рассматриваются как следствие выполнения бюджета; 2) простая (коммерческая), которая предполагала учет состояния и движения имущества, а доходы и расходы признавались следствием этого движения» [1, с.32].

Впоследствии появление такой науки, как балансоведение привело к совершенствованию бухгалтерского учёта и управления предприятием.

В процессе исторических и экономических преобразований Российского государства русская бухгалтерская школа развивалась и приобретала свои определенные особенности:

- централизованный и государственный подходы к бухгалтерскому учету;
- усиленная социальная политика с присутствием уравнительных тенденций и круговой поруки;
- полный охват в учете каждого индивидуума как субъекта трудовых отношений и как налогоплательщика;

- высокая точность взаиморасчетов между обособленными хозяйствующими субъектами и объектами;

- приоритет обязательств перед вышестоящими хозяйствующими субъектами и объектами;

- максимальная экономия расходов;

- скрупулезность при оформлении отчетных документов [4].

Основные национальные модели бухгалтерского учета.

В современном мире в странах с разным государственным строем и политическим режимом на систему бухгалтерского учета оказывают влияние особенности ведения хозяйства, национальные и культурные традиции, географическое положение страны, финансовое, налоговое, трудовое и административное законодательства, рынок ценных бумаг, уровень инфляции. Однако, в странах со схожими социально-экономическими условиями развития разные системы учета имеют достаточно много общего. В результате появилось более ста национальных моделей, среди которых нет и двух абсолютно одинаковых систем бухгалтерского учета. Но из них некоторые эксперты выделяют четыре основные модели, по которым можно сгруппировать все страны мира, это англо-американская, континентальная, южноамериканская, исламская [5].

Англо-американская модель учета зародилась в Великобритании, США и Голландии. Она не основывается на жестком государственном регулировании, для нее характерна гибкая регламентация бухгалтерского учета, оформляемая каждым предприятием самостоятельно в виде учетной политики. Единый план счетов отсутствует. Данная модель используется в государствах, где уровень инфляции невелик, развиты финансовый и акционерный рынок, и ориентируется на информационные запросы инвесторов и кредиторов. Они используют финансовую отчетность компаний как источник достоверной и полной информации для эффективного вложения своего капитала, в основном, с помощью ценных бумаг. К странам с англо-американской моделью учета относятся такие, как Австралия, Великобритания, Венесуэла, Гонконг, Индия, Индонезия, Ирландия, Кипр, Мексика, Нигерия.

Континентальная модель зародилась в странах Европы и Японии, где преобладает высокий уровень конфиденциальности финансовой информации бухгалтерского учета [5]. Для неё характерна жесткая регламентация, применение единого национального плана счетов и унифицированных форм финансовой отчетности. Учетная политика предприятий и организаций направлена, прежде всего, на удовлетворение требований контролирующего государственного сектора экономики, особенно в отношении исполнения Налогового законодательства. Финансовая отчетность компаний, в первую очередь, предназначена для банков, непосредственно участвующих в их инвестиционной деятельности. Континентальная модель бухгалтерского учета применяется в Японии, Австралии, Греции, Дании, Египте, Испании, Италии, Норвегии, Португалии, Швеции. Россия также относится к данной модели, определённое влияние на нашу систему бухгалтерского учёта оказали Германия и Франция.

Южноамериканская модель отличается от остальных тем, что перманентная корректировка учетных данных происходит под влиянием уровня инфляции и ориентирована на потребности государственных органов по исполнению доходной части бюджета. Информация, необходимая для жесткого контроля за исполнением налоговых обязательств, подробно отражается в бухгалтерской отчетности, которая должна строго

соответствовать общепринятым международным стандартам. Для реализации этих целей применяется унифицированный единый план счетов [5], обеспечивающий прозрачность и достоверность годовой финансовой отчетности. Южноамериканскую модель используют, в основном, "испано-говорящие" страны, объединенные общностью традиций и исторического развития. Это Аргентина, Боливия, Бразилия, Гайана, Парагвай, Перу, Уругвай, Чили, Эквадор.

Исламская модель сформировалась под влиянием богословских идей мусульманской религии и характеризуется социальной направленностью развития производства, полной открытостью финансовой информации. Теория собственника и этические нормы шариата лежат в основе исламской модели учета. Они устанавливают, что в любой сфере деятельности персональную ответственность за собственные действия несут все индивиды, а не предприятие. Существует запрет на спекулятивный доход, на получение дивидендов, ссудного процента, так как шариат не признает тех сделок, где хотя бы одна из сторон получает прибыль без вложения труда или капитала [7].

При оценке активов и обязательств компаний используются, в основном, рыночные цены. Концепция исламской экономики получила наибольшее распространение в современном мире благодаря успеху исламских финансовых институтов. Важнейшие факторы успеха исламской экономической модели - это её мобильность и гибкость [7]. Она применяется в Судане, Омане, Саудовской Аравии, Арабских Эмиратах. В то же время исламская модель все более будет расширять свою географию, в том числе и за счет немусульманских стран [7].

Потребность в международной согласованности учета и финансовой отчетности, особенно в интересах мировых многонациональных корпораций и иностранных партнеров международных валютных рынков, привела к необходимости формирования и развития интернациональной (межнациональной) модели бухгалтерского учета. В её основе лежат международные стандарты финансовой отчетности (МСФО).

Бухгалтерский учет как информационная система.

Как известно, на долю бухгалтерского учета приходится большая часть всей экономической информации предприятия - около 70% [6]. На её основе принимаются управленческие решения по выявлению и реализации резервов производственного роста, а также улучшению финансовых показателей деятельности предприятия. Информация, отраженная в регистрах бухгалтерского учёта, используется для проведения углубленного экономического анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Бухгалтерский учет как система непрерывного и взаимосвязанного наблюдения, регистрации, измерения, обработки и передачи информации о хозяйствующем субъекте используется для управления и контроля за его деятельностью, принятия руководящих решений. Можно сказать, что система бухгалтерского учета как бы «наблюдает» за хозяйственной деятельностью предприятия, а его сведения измеряются при помощи натуральных, трудовых и денежных эквивалентов, и регистрируются для дальнейшего использования путем документирования.

Целью бухгалтерского учета является обеспечение заинтересованных лиц именно полной и достоверной информацией о финансовом положении и результатах деятельности хозяйствующих субъектов для принятия управленческих решений.

Сегодня, пожалуй, ни для кого не секрет, что бухгалтерский учет является главным связующим звеном в цепи экономического существования любого предприятия. «Современный учет не относится к числу точных наук, в которых всем фактам и событиям можно дать однозначную оценку, однако он занимает одно из главных мест в системе управления предприятием» [1, с.135]. В этих условиях возрастает роль специалистов бухгалтерской службы и повышаются требования к их подготовке. Экономист-бухгалтер должен способствовать эффективному ведению и организации производства, уметь быстро и безошибочно ориентироваться в различных экономических ситуациях и прогнозировать тенденции их развития.

При образовании предприятия его руководство должно выбрать определенную стратегию развития и, исходя из нее, определенную методику бухгалтерского учета.

С каждым годом законодательная основа преобразуется и ведение бухгалтерского учёта модернизируется.

Сегодня современные технологии позволяют оптимизировать ведение бухгалтерского учета на предприятиях и организациях всех форм собственности. Сдача отчетов, расчет заработной платы, поступление, хранение, учет, использование денежных и материальных средств на предприятии стало намного проще и эффективнее благодаря программным обеспечениям и интернету. Модернизация бухгалтерского учета положительно влияет на производственную и внешнюю деятельность предприятия, помогает эффективнее отслеживать движение денежных средств и материальных ценностей, прибыльность их вложений и использования.

Список литературы

1. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: федер. закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 31.12.2017). <http://www.consultant.ru>
2. Беккин Р.И. Исламская экономическая модель и современность. 2-е изд., испр. и доп. М.: Изд. дом Марджани, 2010. 352 с.
3. Бухгалтерская информация [Электронный ресурс] // Предпринимательство и право, <http://lexandbusiness.ru>

4. Международная ассоциация бухгалтеров [Электронный ресурс]. <https://www.tmi1.lt/ru?com=sheets&id=631>
5. Модели бухгалтерского учета [Электронный ресурс]. <http://www.scienceforum.ru/2016/1569/18309>
6. Русская школа бухгалтерского учета [Электронный ресурс]. <https://buh.ru/articles/documents/13360/>
7. Сырадов Д.В. История бухгалтерского учета: учебное пособие для студентов экономического факультета. 2-е изд., пересмотр. Казань: Юниверсум, 2015. 153 с.

Романова Е.М.
 Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Дунаева В.И.
 Тульский филиал Финуниверситета

ПЕРЕДАЧА ДЕЛ НОВОМУ ГЛАВНОМУ БУХГАЛТЕРУ

Рынок труда в современной России активно развивается: возросло количество вакансий и активность соискателей, а срок поиска работы постепенно сокращается. Среди соискателей вакансий большинство составляют люди, желающие сменить работу.

Можно выделить следующие причины смены работы:

1. Недостаточный уровень заработной платы;
2. Отсутствие роста и перспектив;
3. Желание сменить область деятельности;
4. Проблемы во взаимоотношениях с коллективом;
5. Смена начальства;
6. Изменение условий работы;
7. Увольнение. [3, с. 56]

Для предприятия принятие новых сотрудников является сложной задачей, особенно касаясь смены работников бухгалтерии. А смена главного бухгалтера может негативно сказаться как на текущем бухгалтерском и налоговом учете, так и на составлении годовой отчетности.

По результатам опроса, проведенного среди работников бухгалтерии в 2017 году, было выявлено, что второй по значимости проблемой (20%) при подготовке годовой отчетности является смена главного бухгалтера (рисунок 1). Такая проблема возникает в ситуации, когда плохо переданы дела либо передачи дел вообще не было.



Рисунок 1 - Проблемы, возникающие при составлении годовой отчетности [4]

На сегодняшний день процедура передачи дел новому главному бухгалтеру при увольнении прежнего не отражена в действующем законодательстве. Чтобы уменьшить возможные негативные последствия, компания должна максимально четко и прозрачно организовать эту процедуру.

Новому главному бухгалтеру необходимо четко представлять свои должностные обязанности, чтобы организовать работу и понять, на что обратить внимание при приеме дел от уходящего специалиста. Для этого ему следует ознакомиться, в первую очередь, с должностной инструкцией.

К сожалению, во многих компаниях такие документы часто отсутствуют. Именно при передаче дел должностные инструкции – это неотъемлемая часть правильно организованного бизнеса. Без них, кадровые перестановки могут быть очень болезненными для предприятия.

Передача дел осуществляется на основании приказа руководителя организации. В документе должны быть указаны следующие данные:

- ФИО лица, принимающего дела (нового главного бухгалтера);
- ФИО лица, передающего дела (прежний главный бухгалтер);
- имена других сотрудников, участвующих в передаче дел (руководителя, аудитора, секретаря);
- причина проведения приема-передачи дел (увольнение главного бухгалтера);
- сроки проведения приема-передачи дел;
- период, за который будет выполнена данная процедура. [5]

Если главный бухгалтер увольняется по собственному желанию, то на расторжение трудового договора отводится две недели. [2, ст.77, 80]

В средней и крупной организации возможно создание комиссии по передаче дел. Комиссия создается по той причине, что передаче подлежит большой объем документов. В ее состав могут включаться сотрудники бухгалтерии, службы внутреннего контроля, службы безопасности и прочие работники. При создании комиссии ответственность за организацию и проведение передачи дел возлагается на председателя комиссии.

На малых и микропредприятиях, в большинстве случаев, главный бухгалтер является единственным работником бухгалтерии. В данном случае дела должны быть приняты руководителем организации, так как он несет ответственность за организацию бухгалтерского учета.

При отказе руководителя от приемки дел составляется документ об отказе. В дальнейшем главным бухгалтером производится опись дел, подлежащих сдаче, в двух экземплярах. Первый экземпляр остается у бухгалтера, а второй передается им в налоговую инспекцию лично или заказным письмом.

Кроме того, малому предприятию целесообразно рассмотреть привлечение сторонних бухгалтерских или аудиторских организаций, обеспечивающих постановку, восстановление и ведение бухгалтерского учета, составление бухгалтерской (финансовой) отчетности, бухгалтерское консультирование.

Данное привлечение будет эффективным и экономически обоснованным в том случае, если потери от штрафных санкций, которые возможны из-за неудовлетворительного состояния бухгалтерского учета, могут превысить расходы на оплату услуг сторонних организаций.

В любой организации, перед увольнением главного бухгалтера обычно проводят инвентаризацию имущества: товаров, материалов, основных средств, кассы, расчетов с дебиторами и кредиторами. Результаты инвентаризации необходимо приложить к акту приема-передачи дел.

Новый главный бухгалтер должен провести ревизию состояния учета и отчетности. Для этого необходимо проверить наличие документов. К ним относятся:

- учредительные и регистрационные бумаги;
- учетная политика;
- первичные учетные документы (договоры с поставщиками, покупателями и прочими контрагентами, акты, накладные и т. п.);
- регистры бухгалтерского и налогового учета;
- бухгалтерские справки; финансовая и налоговая отчетность;
- отчетность во внебюджетные фонды; акты сверок с ИФНС, акты по проводимым проверкам;
- инвентаризационные описи;
- кассовые документы, выписки банков и платежные поручения;
- кадровые бумаги, документы, подтверждающие задолженность по заработной плате и налоговые вычеты по НДФЛ;
- должностные обязанности сотрудников бухгалтерии; список лиц, имеющих право подписи на первичных документах,
- прочие документы, связанные с организацией и ведением бухгалтерского и налогового учета.

Передаваемые документы должны быть подшиты и подписаны. При отсутствии подписи делается соответствующая запись в акте приема-передачи и составляется опись документов.

После этого новому главному бухгалтеру следует ознакомиться с учетной политикой по бухгалтерскому и налоговому учету за два предшествующих года и текущий период, т. е. тот временной интервал, который может охватить выездная налоговая проверка. [1, ст. 89]

Затем важно оценить соответствие бухгалтерской и налоговой отчетности положениям учетной политики и действующему законодательству. Например, порядок создания резервов, последовательность применения учетной политики, правильность формирования финансового результата и т. д. Также проверяется отчетность на соответствие показателей данным бухгалтерского учета и правильность исчисления налогов и взносов, представления деклараций и расчетов.

Кроме того, следует провести выборочную проверку первичных документов на предмет точности и своевременности отражения данных на счетах бухгалтерского и налогового учета. Критерием такой проверки могут быть большие суммы, на которые проведены хозяйственные операции.

Также новому главному бухгалтеру целесообразно ознакомиться с аудиторскими заключениями, актами и решениями по результатам проведенных проверок. Это позволит составить представление о характерных ошибках прежнего главного бухгалтера, недочетах в его работе, которые выявляли проверяющие органы.

Документом, на основании которого производится передача дел является акт приема-передачи, фиксирующем как состояние компании на момент увольнения прежнего специалиста, так и информацию, собранную в процессе передачи дел. Акт приема-передачи не подлежит нормативному регулированию и может быть составлен в произвольной форме.

В документе нужно отразить множество данных:

- ФИО лиц, сдающих и принимающих дела;
- дату и период, за который осуществлена передача дел;
- дату и номер приказа, на основании которого проведен прием-передача дел;

- название и количество переданных документов (дел, папок, подшивок);
- серии и номера неиспользованных банковских чековых книжек, бланков строгой отчетности;
- список документов, которые отсутствуют (утрачены) на момент передачи дел;
- ошибки, нарушения, недочеты, недостатки, которые были обнаружены в процессе передачи дел, в оформлении первичных документов;
- число переданных печатей, штампов и тому подобное;
- последнее аудиторское заключение о достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности;
- характеристику бухгалтерского и налогового учета.

Акт приема-передачи дел составляется, как правило, в двух экземплярах, один из которых хранится в организации, а второй остается у прежнего главного бухгалтера. Акт подписывается всеми сторонами, принимавшими участие в процедуре приема-передачи дел, и утверждается руководителем организации.

Таким образом, несмотря на отсутствие законодательного регулирования процедуры передачи дел новому главному бухгалтеру, существует множество способов оптимизировать этот процесс. Именно благодаря этому процесс передачи можно сделать прозрачным и понятным, а также избежать штрафных санкций и других финансовых потерь из-за трудностей адаптации нового работника.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч.1 [Электронный ресурс]: федер. закон от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 18.07.2017). СПС КонсультантПлюс.
2. Трудовой кодекс Российской Федерации. [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 29.07.2017). СПС КонсультантПлюс.
3. Фейнберг А.Б. Российский рынок труда стал менее гибким. РБК. 2017. № 5. С. 52-58.
4. Проблемы бухгалтеров при подготовке отчетности [Электронный ресурс] <http://www.buhgalteria.ru/article/n154956>. (дата обращения: 14.11.2017).
5. Порядок приема-передачи дел при смене главного бухгалтера организации [Электронный ресурс] <http://www.mosbuhuslugi.ru/material/priem-peredacha-del-glavbuh>. (дата обращения: 14.11.2017).

Ставцева Е.В.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Ярова В.В.
Тульский филиал Финуниверситета

БУХГАЛТЕРСКАЯ ОТЧЕТНОСТЬ. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Абсолютно все предприятия, не зависимо от организационно-правовой формы, должны составлять на основе учета бухгалтерскую отчетность. Сама отчетность - логическое завершение учетного процесса, который позволяет сформировать полную информацию о финансовом состоянии предприятия, а так же о финансовых результатах деятельности на определенную отчетную дату и за определенный отчетный период.

Итак, что такое бухгалтерская отчетность? На сегодняшний день данное определение юридически закреплено в ст. 3 Федерального закона от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 18.07.2017) "О бухгалтерском учете": «бухгалтерская (финансовая) отчетность - информация о финансовом положении экономического субъекта на отчетную дату, финансовом результате его деятельности и движении денежных средств за отчетный период, систематизированная в соответствии с требованиями, установленными настоящим Федеральным законом.» [1]

В чем же состоит значение отчетности? Информация, содержащаяся в отчетности, применяется для анализа и контроля за выполнением показателей финансово-производственной деятельности. При своевременном выявлении недостатков в работе можно разработать пути улучшения использования производственного потенциала организации.

Бухгалтерская отчетность интересна широкому кругу пользователей. В первую очередь это владельцы организации, которые нуждаются в полной информации о финансовом положении объекта. Обязательными пользователями выступают государственные органы, преследующие цель налогообложения и статистического учета. Так же пользователями могут быть инвесторы, кредиторы, поставщики, партнеры компании и т.д.

Конечно, существуют и сроки сдачи отчетности обязательные для всех организаций. В основном это 3 месяца по окончании отчетного года. В 2017 году были немного изменены сроки сдачи отчетности, а именно было отведено на 5 дней больше.

Необходимо отметить, что задачей бухгалтерской отчетности является формирование полной и достоверной информации о деятельности организации и её имущественном положении. Но это далеко не полные ее функции. На основе бухгалтерской отчетности становится возможным вовремя заметить и предотвратить отрицательные результаты хозяйственной деятельности фирмы, контролировать целесообразность хозяйственных операций, контролировать поток денежных средств, выявлять внутренние резервы для обеспечения финансовой устойчивости предприятия.

Именно поэтому необходимо, чтобы отчетность была понятна пользователям, которые имеют необходимые знания в экономике и финансах. Важно, чтобы в ней содержалась информация, способствующая оценке прошлых лет, анализу будущих событий, а так же принятию управленческих решений.

При составлении бухгалтерской отчетности необходимо выполнение некоторых условий:

- обособленность учета имущества предприятия от имущества других лиц,
- нейтральность информации,
- непрерывность деятельности, отсутствие оснований для прекращения деятельности предприятия,
- полнота отражения всех хозяйствующих операций,
- сопоставимость данных,
- приоритет содержания над формой.

Требования к оформлению бухгалтерской отчетности:

- отчетность необходимо составлять на русском языке в валюте страны,
- отчетность должна быть подписана руководителем предприятия и главным бухгалтером,
- в бухгалтерской отчетности не допустимо использование помарок, и любой другой формы искажения отчетности,
- пустые статьи отчетности прочеркиваются при отсутствии соответствующих значений,
- если показатель вычитается при исчислении промежуточных данных, то он должен быть указан со знаком минус или в круглых скобках. [2]

При составлении финансовой отчетности необходима правильность составления и достоверность бухгалтерского учета, для этих целей используются принципы ведения бухгалтерского учета.

«Принципы бухгалтерского (финансового) учета – универсальные положения, применяемые хозяйствующими субъектами для ведения финансового учета и составления финансовой (бухгалтерской) отчетности. Они носят общий характер и являются основой концепции бухгалтерского учета. Применяемые в международной практике учета принципы были законодательно внесены в отечественную практику учета.» [3]

В последнее время все больше крупных и средних организаций переводят ведение своей бухгалтерской отчетности на международные стандарты. Многие считают, что отчетность, соответствующая Международным Стандартам Финансовой Отчетности, повышает привлекательность бизнеса, способствует привлечению иностранных инвестиций и увеличивает конкурентоспособность организации.

Основные требования национального учета уже были рассмотрены выше. Будет целесообразным провести сравнительный анализ национальных и принятых в мировой практике базовых принципов бухгалтерского учета. (Таблица 1) [4]

Таблица 1

Сравнительный анализ национальных и принятых в мировой практике базовых принципов бухгалтерского учета

| Национальные принципы бухгалтерского учета | Принятые в мировой практике принципы бухгалтерского учета |
|--|---|
| Допущения | Принципы |
| Имущественная обособленность предприятия | - |
| Непрерывность деятельности предприятия | Непрерывность деятельности предприятия |
| Последовательность применения учетной политики | Неизменность или последовательность учетной политики |
| Временная определенность факторов хозяйственной деятельности | Принцип начисления |
| Требования | |
| Осмотрительность | Осмотрительность (осторожность) |
| Приоритет содержания перед формой | Приоритет содержания перед формой |
| Своевременность | Своевременность |
| Непротиворечивость | Непротиворечивость |
| Полнота | - |
| Рациональность | Рациональность |

Исходя из приведенного анализа, можно отметить, что многие принципы являются общими.

На сегодняшний день, Российская система бухгалтерского учета находится в процессе реформирования в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности. Перераспределения принятия экономических решений, передача экономической власти предприятиям порождают неопределенность, риск в предпринимательской деятельности. Но даже в таких условиях предприятиям необходимо принимать различного рода решения, а для этого необходимо иметь надежную информацию. Такую информацию могут дать результаты бухгалтерского учета и финансовая отчетность. Бухгалтерский учет является обязательным видом учета, который ведется на предприятии, базируется на определенных принципах и методах и служит основой для других видов учета и отчетности.

В современных условиях финансовая отчетность является базовым документом предприятия, куда оно систематизирует свои данные о своем состоянии на отчетный период, и предоставляет информацию внешних пользователей, которые не имеют доступа к внутренней информации предприятия. А принципы являются основой для правил бухгалтерского учета.

Список литературы

1. Федеральный закон от 06.12.2011 N 402-ФЗ (ред. от 18.07.2017) "О бухгалтерском учете" [Электронный ресурс]//Консультант Плюс. <http://www.consultant.ru> (Дата обращения: 21.11.2017)

2. Папковская П.Я. Бухгалтерский учет: учебное пособие. Минск: Выш. шк., 2013. 335 с.
3. Воронина Л.И. Бухгалтерский учет: учебник. М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. 480 с.
4. Переверзев М.П. Бухгалтерский учет: учебное пособие. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. 221 с.

Ульяненко Ю.А.
Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Ярова В.В.
Тульский филиал Финуниверситета

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ведение бухгалтерского учета — обязанность любой компании независимо от ее организационно-правовой формы, применяемого налогового режима и иных особенностей деятельности. Успешное развитие предприятия полностью зависит от компетентности и профессионализма работы бухгалтеров. Для того, чтобы не допустить ни малейшей ошибки в финансовых делах предприятия, многие предприятия пользуются услугами бухгалтерского аутсорсинга. Главное преимущество от такого сотрудничества — это отсутствие рисков, которые могут иметь место из-за ошибок в учете.

В законах Российской Федерации и правительственных документах предельно четко сказано, что ведение бухгалтерской отчетности является необходимым условием для деятельности предприятий с любой формой собственности и любым видом деятельности. Успешное развитие предприятия полностью зависит от компетентности и профессионализма работы бухгалтеров.

Предприятия, которые начинают свою деятельность, финансовый учет основывают на создании концепции бухгалтерской работы. Одновременно разрабатывается хозяйственный план деятельности и организовывается учет первичной документации. Если предприятие не новое, а документы были утеряны, тогда задача бухгалтеров состоит в восстановлении такого учета.

Последующие функции финансового отдела предприятия будут направлены на ведение бухгалтерии, которая будет заключаться в правильном и оперативном фиксировании и отражении операций, связанных с хозяйственной деятельностью. В обязанности бухгалтерии входит формирование финансовых и налоговых показателей, а также их отражение в документации согласно нормам настоящего законодательства. Все произведенные на предприятии операции фиксируются в документах. Они должны быть представлены одной унифицированной формой, шаблон которой разрабатывается Госкомстатом. Такие документы считаются обязательными для использования в бухгалтерском учете. Для проведения специфических операций некоторым организациям могут понадобиться документы определенного образца, которые не внесены в официальный перечень. В таких случаях разрешено использование произвольно разработанных формуляров. Ведение бухгалтерской отчетности по таким документам допускается, если в них внесены реквизиты компании согласно общим правилам.

Специфика некоторых предприятий позволяет ведение бухгалтерии с использованием субсчетов. Они могут объединяться или быть включены в дополнительные счета. Такое условие бывает необходимым для аналитических действий или проведения контрольных мероприятий на предприятии. Для точного и правильного учета и контроля деятельности на предприятиях в ведение бухгалтерии компании включена обязанность проведения плановых и внеочередных инвентаризаций. В ходе таких действий проверяется наличие и состояние имущества, а также финансовых обязательств. Под инвентаризацию должно попадать все стоящее на балансе имущество, независимо от того, где оно находится. Такая проверка проводится комиссионно. Состав ведущей инвентаризацию группы определяется приказом руководителя предприятия.

Среди членов комиссии по инвентаризации обязательно должен быть главный бухгалтер. Вместе с ним также включаются в группу начальник подразделения и юрист. Все действия по инвентаризации проводятся с участием материально ответственных лиц. Ведение учета бухгалтерской отчетности допускает проведение плановых или внеплановых инвентаризационных проверок.

Ведение бухгалтерии организации состоит не только из оформления документов и составления отчетов. Жизненно важная роль бухгалтерского отдела на любом предприятии заключается в работе над оптимизацией обложения и уплаты налогов. Успех правильной реализации этого процесса зависит от компетентности главного бухгалтера. Именно от его знания и понимания принципов современного налогообложения зависит количество уплаченных предприятием налогов.

Ведение бухгалтерии организации, направленное на уменьшение налоговых затрат, это не бегство от налогов, а умение воспользоваться тонким инструментарием бухгалтерского мастерства для легального использования преференций и льгот, предоставляемых налоговым законодательством. Жизнеспособность предприятий во многом зависит от профессионализма бухгалтеров.

Среди руководителей бухгалтерская деятельность признана одной из основных. Независимо от формы организации крупного или малого предприятия, финансовая деятельность считается основным аспектом в деле его развития и укрепления. Ведение бухгалтерии общества с ограниченной ответственностью, либо предприятия с другой формой собственности, должно основываться на достоверности и рациональном

соответствии правилам бухгалтерского учета. Точное соблюдение этих принципов положительно скажется на деятельности предприятия.

Ведение бухгалтерии подразумевает следующие функции:

- 1) Обработка данных, поступающих с первичной документацией. Такая деятельность связана с работой в электронной базе «1С-Бухгалтерия»;
- 2) Составление и сдача бухгалтерских отчетов;
- 3) Обслуживание субъектов предпринимательства, работающих по упрощенной системе налогообложения.

Упрощенные способы ведения бухгалтерского учета (упрощенный бухгалтерский учет), включая упрощенную бухгалтерскую (финансовую) отчетность, вправе применять следующие экономические субъекты:

- 1) субъекты малого предпринимательства;
- 2) некоммерческие организации;
- 3) организации, получившие статус участников проекта по осуществлению исследований, разработок и коммерциализации их результатов в соответствии с Федеральным законом от 28.09.2010 N 244-ФЗ "Об инновационном центре "Сколково" [1].

Из указных трех категорий лиц наиболее распространенными являются субъекты малого предпринимательства. К ним относятся организации у которых:

- 1) Среднесписочная численность работников за предыдущий год - не более 100 человек;
- 2) Выручка от реализации за предшествующий календарный год (без НДС) – 800 млн. рублей;
- 3) Доля сторонних организаций в уставном капитале компании – не более 49% [2].

На практике малое предприятие может отвечать критериям, установленным для малых предприятий, но при этом подпадать под обязательный аудит в соответствии с законодательством Российской Федерации. В этом случае, у малого предприятия не будет права на применение упрощенного порядка ведения бухгалтерского учета и сдачи отчетности [3].

Жизнеспособность организаций зависит от главного фактора – квалификации бухгалтера, который должен полностью соблюдать положения Налогового кодекса и законов, регламентирующих его деятельность. И главная особенность бухгалтерской работы состоит именно в грамотном и профессиональном решении непростых задач в финансовых вопросах предприятий. Их деятельность зависит от правильного и своевременного составления отчетов, а также рационального использования и распределения активных средств организации.

Для того, чтобы не допустить ни малейшей ошибки в финансовых делах предприятия, цена которой для него может стать судьбоносной и даже роковой, многие предприятия пользуются услугами бухгалтерского аутсорсинга. Это довольно распространенная услуга, смысл которой состоит в том, что предприятие может приглашать к себе для осуществления бухгалтерской деятельности высокопрофессиональных специалистов другого предприятия.

Главное преимущество от такого сотрудничества – это отсутствие рисков, которые могут иметь место из-за ошибок в учете. Стоимость таких услуг полностью оправдана выгодой и надежностью для заказывающего их предприятия. С каждым годом такая услуга становится более популярной. Ею пользуется большинство современных организаций. Одной из выгод такого сотрудничества считается то, что материальная ответственность ложится на клиентскую организацию. Но не это главное. Главное то, что аутсорсинговая компания оказывает намного более ценную услугу тем, что она полностью и своевременно решает бухгалтерские проблемы с выгодой для предприятия. Особенно в такой помощи нуждаются энергично развивающиеся молодые компании, которые испытывают сложности в общении с налоговой инспекцией и таможенной службой. Передача таких забот опытной аутсорсинговой компании гарантированно освобождает фирмы от проблем с бухгалтерскими ошибками.

Организация, ведущая такое сопровождение, делает это с учетом особенностей, связанных с деятельностью предприятия, включая нюансы бухгалтерского учета совместных организаций, филиалов и т.д. Дополнительно учитываются разные виды систем налогообложения. Исходя из этого, будет определяться и цена на аутсорсинговые услуги. Для индивидуальных предпринимателей она может быть ниже, чем, например, для общества с ограниченной ответственностью. Затраты на оплату бухгалтерских услуг включаются в перечень расходов предприятия, вследствие чего снижается общий размер налогообложения. Такие расходы можно считать естественными и оправданными.

Сотрудничество между предприятиями и аутсорсинговыми организациями определяется договорными отношениями. В таких договорах конкретно описывается перечень передаваемых бухгалтерских обязанностей, порядок их выполнения и уровень ответственности. Организация, выполняющая аутсорсинговые услуги, постоянно мониторит проделанную работу. Это гарантирует высокое качество работы. Одновременно в таких организациях присутствует юридическое сопровождение деятельности бухгалтеров. Это позволяет мгновенно использовать или учитывать в бухучете все новые изменения в законодательстве.

Для организаций, которые пользуются бухгалтерскими услугами, отпадает необходимость оборудования рабочих кабинетов для финансового отдела. Такое преимущество особо ощутимо для индивидуальных предпринимателей и маленьких предприятий. Снижение затрат на содержание бухгалтерии в совокупности с эффективным домоводством делает предприятие мобильным, организованным и оптимизированным. Уровень квалификации персонала аутсорсинговых организаций постоянно растет. Для

этого организовываются общие и специализированные курсы повышения мастерства. Знания таких бухгалтеров на порядок выше, чем у тех, которые загружены работой на предприятиях и имеют меньше возможностей получать актуальное образование. Бывают ситуации, когда предприятие вынужденно остается без бухгалтера. В таких случаях организация-аутсорсер способна предоставить партнеру свое надежное плечо.

Организация бухгалтерского учета на условиях аутсорсинга способна максимально защитить предприятие от любых видов ошибок в документации, связанных с несвоевременным реагированием на изменение законов. Такое бывает нередко, если бухгалтер не имеет возможности получать полную информацию о нововведениях. Процесс осуществления бухгалтерского учета всегда должен находиться под пристальным самоконтролем и перепроверяться опытными специалистами.

Своевременное исправление ошибки предприятию обойдется намного дешевле, чем уплата штрафов вследствие ее выявления проверяющими государственными органами.

Корректное восстановление бухгалтерского учета предприятия может быть особенно актуальным, если аудиторами были выявлены недочеты и неправильная подача информации некомпетентными сотрудниками. Ошибки и просчеты в ведении бухгалтерии способны привести предприятие к рискам различного характера. Последствия от таких ошибок могут стать причиной для наложения серьезных штрафов, блокировки расчетных счетов предприятий, судебных разбирательств. В конечном счете, это может привести к значительным убыткам и даже банкротству организации. Немаловажное значение имеет своевременное восстановление бухгалтерии предприятия. Это позволит избежать обострения отношений с фискальными органами. Только профессионалы могут вывести организацию из самого затруднительного положения, когда были утеряны документы. Право на оказание бухгалтерских услуг лицензируется. Оказание таких услуг должно осуществляться системно. Это значит, что те проблемы индивидуального порядка, существующие на каждом предприятии, будут решаться с помощью привлечения специалистов, которые имеют узконаправленную специализацию. Это поможет выявить и досконально разобраться в причинах ошибки на любом уровне. Также оправдывает свою эффективность подключение специалистов различных профилей.

Кроме бухгалтеров, в штате аутсорсинговой организации всегда есть юристы, а также могут быть программисты. Это позволит автоматизировать бухгалтерскую работу, что обеспечит устойчивое финансовое положение предприятия и уменьшит долю рисков, связанных с человеческим фактором. Также значительная экономия средств может поступить от использования программного обеспечения аутсорсинговой организации. Помощь организациям и индивидуальным предпринимателям от профессионалов бухгалтерского дела бывает постоянной или временной. Иногда она может потребоваться для отстаивания интересов предприятия в государственных органах. Особенно это касается сдачи бухгалтерской отчетности в налоговую инспекцию и внебюджетные фонды. Такая процедура требует повышенной грамотности. Пользование услугами удаленных профессиональных специалистов поможет удачно решать многие проблемы при ограниченных бюджетных возможностях организации.

Список литературы

1. О бухгалтерском учете [Электронный ресурс]: федер. закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 18.07.2017). <http://www.consultant.ru>. (дата обращения 04.11.2017).
2. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (ред. от 26.07.2017) . <http://www.consultant.ru>. (дата обращения 05.11.2017).
3. Романова Е. Упрощенный порядок учета для малых предприятий: выгоды и риски[Электронный ресурс] // Новая бухгалтерия. 2015. № 6. <http://www.base.garant.ru>. (дата обращения 06.11.2017).

Федотов С.Б.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Шелобаева И.С.

Тульский филиал Финуниверситета

РАЗВИТИЕ ИНСТРУМЕНТОВ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА

В условиях современного развития рыночных отношений российские компании активно используют такую информационную систему, как управленческий учет. Информация, получаемая в системе управленческого учета, отражает все особенности работы компании и позволяет оперативно принимать различные управленческие решения в целях оптимизации финансовых результатов деятельности предприятия в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

В современной практике применяется широкий перечень инструментов управленческого учета. В традиционных моделях основными целями и задачами являются обеспечение калькуляции себестоимости продукции и реализация планово-контрольной функции в управленческих целях [1].

Система «стандарт-кост» направлена на регулирование прямых издержек производства путем составления до начала производства стандартных калькуляций и учета фактических затрат с выделением отклонений от стандартов.

Система фактического учета затрат направлена на выявление и отражение в конечном счете фактической себестоимости продукции путем непосредственного учета затрат.

Система «директ-кост» - себестоимость учитывается и планируется только в части переменных затрат, ставшая часть издержек (постоянные расходы) собирают на отдельном счете, в калькуляцию не включают и периодически списываются на финансовые результаты.

Нормативный метод учета производственных затрат и калькулирования себестоимости включает составление нормативных калькуляций по каждому изделию до начала производства продукции, учет фактических затрат с подразделением на расходы в пределах норм и отклонения от норм, учет изменений действующих норм затрат на каждое изделие.

К калькуляционным системам, выделяемым исходя из объектов калькулирования, относятся позаказный и попередельный методы.

Попередельный метод учета затрат и калькулирования применяется в массовых производствах обрабатывающей промышленности, где технологический процесс состоит из нескольких переделов (стадий), перерабатывающих исходный материал от начала его обработки до получения из него готового изделия. При данном методе затраты учитываются по каждому переделу отдельно. Внутри передела учет затрат ведется по отдельным агрегатам и по видам вырабатываемой продукции. При этом основные затраты распределяются по переделам, агрегатам и видам продукции в прямом порядке на основании первичных документов. Общепроизводственные расходы учитываются отдельно по каждому переделу и распределяются по видам продукции в конце месяца косвенным путем, пропорционально установленной базе. Общехозяйственные расходы учитываются отдельно и списываются в затраты последнего передела или на каждый передел и распределяются по видам продукции косвенным путем.

При позаказном методе учета объектом учета производственных затрат и калькулирования в этом случае является заказ, т.е. единичное изделие, серия изделий или отдельные работы. Затраты по каждому заказу учитываются отдельно [2].

Прямые затраты относятся на заказ на основании первичных документов, косвенные расходы по окончании месяца распределяются по заказам пропорционально установленной базе, т.е. сумме основной заработной платы производственных рабочих, отнесенной на соответствующие заказы. Себестоимость каждого заказа определяется путем суммирования всех затрат, учтенных по данному заказу.

Традиционные калькуляционные системы продолжают функционировать без значительных изменений. Перспективы их развития - в рациональном сочетании с другими системами и расширении спектра объектов калькулирования.

К новейшим моделям управленческого учета можно отнести: ABC (Activity-Based Costing — расчет себестоимости по видам деятельности); Life cycle costing (калькуляция на базе жизненного цикла); Target costing (ценообразование по целям) BSC (Balanced Scorecard — сбалансированная система показателей); SWOT-анализ (стратегический анализ сильных и слабых сторон компании, а также вероятных возможностей и угроз), бенчмаркинг (benchmarking — оценка и сопоставление эффективности компании с эффективностью лучших компаний в данном сегменте) и другие модели. Их развитие направлено на обеспечение конкурентной стратегии хозяйствующего субъекта и управления практически всеми аспектами бизнеса [3].

Большинство современных концепций управленческого учета разработаны зарубежными авторами и ориентированы на национальные стандарты учета западных стран или международные стандарты учета. Поэтому все чаще компании внедряют международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) и используют финансовую информацию (частично или в полном объеме) для целей управления.

Список литературы

1. Каверина О.Д. Учет затрат и исчисление себестоимости: прошлое и настоящее. // Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве. 2012. № 7. С. 46-55.
2. Шелобаева И.С. Прогнозирование затрат в условиях позаказного метода // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. Вып. 4 Ч. I. Тула: Изд. ТулГУ. 2015. С.62-70.
3. Золотухина Т.В. Построение управленческого учета на основе отчетности по МСФО [Электронный ресурс]: // Корпоративная финансовая отчетность. Международные стандарты. 2015. № 3. <https://finotchet.ru> (Дата обращения: 11.11.2017).

Черненко Д.О.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Яровава В.В.
Тульский филиал Финуниверситета

ФОРМИРОВАНИЕ РЕЗЕРВА ПО СОМНИТЕЛЬНЫМ ДОЛГАМ В БУХГАЛТЕРСКОМ И НАЛОГОВОМ УЧЕТЕ

К сожалению, на практике предприятия зачастую встречается просроченная дебиторская задолженность от своих контрагентов. Резерв по сомнительным долгам формируется с целью достоверного отражения сведений о дебиторской задолженности в бухгалтерском учете. По этой причине, если в организации есть сомнительная дебиторская задолженность, то формирование резерва по сомнительным долгам является просто необходимостью, даже если предприятие носит статус малого.

Сомнительный долг- это дебиторская задолженность, которая не погашена в установленный соглашением срок или с высокой степенью вероятности не будет погашена, а так же не обеспечена соответствующими гарантиями [1;п.70].

Резерв по сомнительным долгам в балансе не отражается самостоятельной строкой :на его величину уменьшается сумма дебиторской задолженности.

Методика создания резерва по сомнительным долгам во многом отличается в бухгалтерском и налоговом учете[2.ст.266].

- В бухгалтерском учете применяются следующие нормы:
- Создание резерва по сомнительным долгам – это обязанность предприятия.
- Резерв формируется по любой дебиторской задолженности, отнесенной к сомнительной. При этом ,сомнительной можно признать и ту задолженность, по которой срок погашения еще не наступил.
- Сумма создаваемого резерва в бухгалтерском учете не ограничена, в отличие от налогового учета.
- Для налогового учета применяются следующие нормы:
- Формирование резерва по сомнительным долгам не обязанность, а право налогоплательщика, использующего при расчете налога на прибыль метод начисления. Поскольку размер резерва по сомнительным долгам относится к внереализационным расходам, то организации все-таки стремятся использовать это право и тем самым снизить налогооблагаемую прибыль.
- Создание резерва по сомнительным долгам возможно только по задолженности покупателей и заказчиков за выполненные работы, услуги или за реализацию товара.
- В отличие от бухгалтерского учета, для налоговых расходов размер резерва ограничен.

До 2017 года норматив расходов на формирование резерва , создаваемого по итогам отчетного периода, не должен был превышать десять процентов от выручки за текущий отчетный период.

Однако, начиная с 2017 года сумма резерва по сомнительным долгам не должна превышать большую из величин: десять процентов от выручки за предыдущий налоговый период или десять процентов от выручки за текущий отчетный период[3].

Обычно ,за год выручка бывает больше квартальной, поэтому посреди года можно списать больше расходов.

По итогам года лимит остается прежний – десять процентов от годовой выручки.

Приведем пример:

ООО «Свобода» определяет выручку от реализации для целей налогообложения по методу начисления. В учетной политике ООО «Свобода» указано, что предприятие создает резервы по сомнительным долгам в том же порядке, как предписывает Налоговый кодекс. Выручка ООО «Свобода» за январь-июль отчетного года составила 2 000 000 рублей (без учета НДС). Выручка фирмы за прошедший год составила 2 500 000 рублей .

Для определения максимальной суммы резерва ООО «Свобода» должна выбрать максимальную величину : десять процентов от выручки за семь месяцев текущего года в сумме 200 000 рублей или десять процентов от выручки прошедшего года, сумма которой составила 250 000 рублей.

Так ,как 250 000 рублей больше чем 200 000 рублей, то максимальная сумма резерва по сомнительным долгам для ООО «Свобода» не может превышать 250 000 рублей.

Различия между бухгалтерским и налоговым учетом нужно будет иметь в виду когда создается учетная политика, касаемо сомнительных долгов.

В бухгалтерском учете резерв создается в любом случае, а вот конкретную методику и периодичность формирования резерва организация должна разработать самостоятельно и утвердить в учетной политике для целей бухгалтерского учета. Так же можно выбрать методику, предложенную налоговым учетом.

В налоговом учете налогоплательщик методику сам не разрабатывает, а пользуется готовой из Налогового кодекса.

Размер резерва устанавливается в процентах от суммы задолженности и зависит от числа дней просрочки платежа: в размере ста процентов от суммы задолженности при просрочке более 90 дней и пятьдесят процентов в случае просрочки от 45 до 90 дней . Если просрочка менее 45 дней, то в налоговом учете резерв по сомнительным долгам не создается.

Для целей налогообложения в учетную политику важно включить сам пункт о факте создания резерва: создается он или не создается, а прописывать конкретную методику не обязательно, потому что она не допускает вариантов , а применяется согласно Налоговому кодексу.

После того как дебиторская задолженность признана сомнительной , фирма создает резерв. Основанием послужит приказ о создании резерва по сомнительным долгам.

Для учета резерва используется счет 63, который так и называется «Резервы по сомнительным долгам» [4].

Создание резерва в бухгалтерском учете отразится проводкой :

Дебет 91.2 «Прочие расходы»

Кредит 63 . «Резервы по сомнительным долгам»

Как видно, отчисления в резерв в бухгалтерском учете - это прочие расходы, которые относят на финансовый результат.

В случае полной или частичной оплаты долга контрагентом этот резерв корректируется и происходит восстановление резерва в сумме погашенной задолженности, то есть поступила задолженность от контрагента :

Дебет – 50 «Касса» или 51 «Расчетные счета»

Кредит – 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» или 71,73,76 (в зависимости от того, кто погасил)

После восстанавливается сам резерв :

Дебет 63 «Резервы по сомнительным долгам»

Кредит 91.1. При этом возникает прочий доход.

Когда сомнительная задолженность превращается в безнадежную – возникает необходимость ее списывать. Делается это за счет создания резерва.

Дебет 63 «Резервы по сомнительным долгам»

Кредит 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» – списана безнадежная задолженность за счет резерва по сомнительным долгам.

В случае списания дебиторской задолженности по истечению срока ее исковой давности, ее величина учитывается на забалансовом счете в течении пяти лет со дня списания. Для этого используется забалансовый счет 007 «Списанная в убыток задолженность неплатежеспособных дебиторов» и проводится мониторинг возможности взыскания долга в случае изменения финансового положения дебитора.

В налоговом учете безнадежная задолженность не включается в расходы, а списывается за счет формирования резерва. При этом за счет резерва списывается любая задолженность, признанная безнадежной, даже если ранее по ней резерв не создавался.

В случае если величина резерва по сомнительным долгам в налоговом учете меньше суммы безнадежной задолженности, то разница относится на внереализационные расходы.

Приведем пример.

ООО «Фабрика мебели» 15.12.16 реализовала покупателю ООО «Недобросовестный» мебельную продукцию на сумму 590 тыс.руб (в т.ч. НДС 90 тыс.руб). По условиям договора покупатель обязан оплатить товар в течение четырнадцати рабочих дней. Срок оплаты истек 10.01.17 года. Учетная политика ООО «Фабрика мебели» предусматривает ежемесячное создание резерва по сомнительным долгам по каждому активу в зависимости от периода рассрочки, то есть в том же порядке, как и предписывает Налоговый кодекс РФ.

15.12.16 организация отгрузила продукцию и отразила выручку в бухгалтерском учете:

Дебет -62

Кредит – 91 – 590 тыс. руб

Начислен НДС :

Дебет – 90.3

Кредит – 68.

По состоянию на 31 января задолженность еще не имеет периода просрочки более 45 дней, поэтому в январе резерв по этому долгу не создавался.

На конец 28 февраля было установлено что просрочка по платежу уже составляет более 45 дней и попадает в промежуток от 45 до 90 дней. Был создан резерв по сомнительным долгам проводкой :

Дебет - 91.2

Кредит- 63 – 295 тыс.руб (50 % от 590 тыс.руб)

ООО «Недобросовестный» 15.03.17 перечислил на счет ООО «Фабрика мебели» 100 тыс.руб в оплату долга. Но в июне 2017 года в ЕГРЮЛ внесена запись о ликвидации должника и оставшуюся сумму задолженности – 490 тыс.руб. признали безнадежной.

15 марта часть оплаты от поставщика все же поступила :

Дебет - 51

Кредит – 62 – 100 тыс. руб.

Поэтому, по состоянию на конец марта (31.03.17) частично восстановлен резерв по сомнительным долгам на сумму оплаты 100 тыс.руб.

Дебет – 63

Кредит – 91.1.

Поэтому, по состоянию на 1.01.17 года сумма резерва составила 195 тыс.руб. Далее, в конце апреля опять производят оценку сомнительных долгов. Здесь уже установлено что просрочка по данному долгу составила более 90 дней, а следовательно нужно составить резерв уже на полную сумму долга . 195 тыс. руб. у нас уже есть и необходимо дополнить еще в резерв 295 тыс.руб., чтобы в сумме вышла общая величина резерва 490 тыс.руб. (то, что не погашено)

Дебет – 91.2

Кредит – 63 - 295 тыс.руб. Доначислен резерв по сомнительным долгам.

Таким образом, на 01.05.17 величина резерва составляет 100 % от сомнительной задолженности 490 тыс.руб.

Наконец, в июне должник был ликвидирован, поэтому всю сумму задолженности нужно списать за счет резерва. На 30.06.17 делаем проводку:

Дебет – 63

Кредит – 62 – 490 тыс.руб. списана безнадежная задолженность за счет резерва по сомнительным долгам.

Резервы по сомнительным долгам позволяют учитывать возможные убытки от безнадежного долга, помогает отразить достоверную картину финансового результата в бухгалтерской отчетности, а так же понимать реальные обязательства покупателей и заказчиков. Именно поэтому так важно правильное формирование резерва и отражение его в бухгалтерской отчетности.

Список литературы

1. Приказ Минфина России от 06.10.2008 N 106н (ред. от 28.04.2017) "Об утверждении положений по бухгалтерскому учету" (вместе с "Положением по бухгалтерскому учету "Учетная политика организации" (ПБУ 1/2008)", "Положением по бухгалтерскому учету "Изменения оценочных значений" (ПБУ 21/2008)") (Зарегистрировано в Минюсте России 27.10.2008 N 12522)
2. Налоговый кодекс РФ (часть вторая) от 05.08.2000 №117-ФЗ (в ред от 30.10.2017) г
3. Федеральный закон от 30.11.2016 г. № 405-ФЗ «О внесении изменений в статью 266 части второй Налогового кодекса Российской Федерации»
4. Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 N 94н (ред. от 08.11.2010) "Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению".

Раздел III. СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ, МАРКЕТИНГА И МЕНЕДЖМЕНТА

Акимкина Я.М.

Научн. рук.: канд. экон. наук., Мясникова Е.Б.

Тулский филиал Финуниверситета

АЛГОРИТМ РАЗРАБОТКИ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Вопросы разработки и реализации конкурентной стратегии промышленных предприятий до сих пор остаются мало исследованными. Даже основоположник теории конкурентных преимуществ, создавший основную классификацию конкурентных стратегий, М. Портер в части конкретного организационно-экономического обеспечения процессов их разработки и реализации ограничился выделением классификационных признаков и описанием “чистых” стратегий. В трудах отечественных авторов эта проблематика, имеющая непосредственное прикладное значение для функционирования промышленных предприятий в условиях конкуренции, также представлена незначительно, результатом чего служит недостаточный уровень понимания закономерностей формирования и реализации мероприятий конкурентной стратегии, а также собственно сути стратегического подхода в отношении конкуренции. В части характеристики содержания конкурентной стратегии основной вклад в развитие отечественной теории конкуренции внесла М.А. Голубева. Ее авторская трактовка механизма стратегического управления конкурентным поведением промышленных предприятий представлена на рис. 1.[1,с.18]

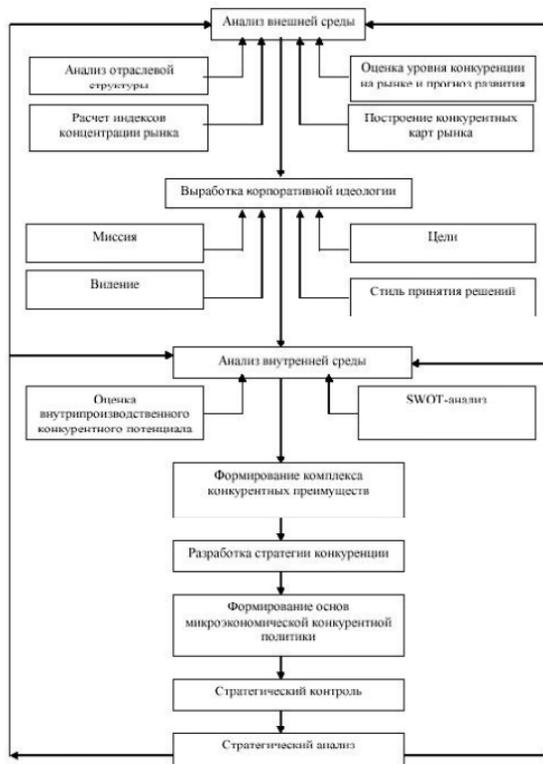


Рис. 1. Механизм стратегического управления конкурентным поведением промышленных предприятий (по М.А. Голубевой)

На рисунке приведена логика разработки и реализации конкурентной стратегии промышленных предприятий, формализованная с точки зрения стадий, составляющих этот бизнес-процесс. К сожалению, из представленного рисунка остался непонятным исходный пункт разработки конкурентной стратегии - ее цель, которая, по идее, определяет ее задачи, принципы разработки и реализации, методы планирования, разработки, реализации и контроля, а также показатели, характеризующие экономическую эффективность реализованных мероприятий. Исходным пунктом разработки и реализации конкурентной стратегии в авторском понимании является мониторинг, представляющий собой совокупность мероприятий исследовательского характера, призванных обеспечить руководство предприятия данными для планирования конкурентной стратегии в плановом периоде. Для практической реализации этих мероприятий необходимо формирование соответствующего технического задания, определяющего цель, задачи, методы, гипотезу мониторингового исследования, его сроки, методы и особенности. При этом спецификой мониторинга конкуренции является его транзакционный характер, направленный на понимание структуры и объема рыночных транзакций в зависимости от уровня конкурентности потребительского поведения покупателей. Группировка транзакций покупателей в зависимости от их модели потребительского выбора позволяет определить размеры и особенности платежеспособного спроса в трех основных целевых группах: рациональные потребители,

реализующие конкурентный принцип выбора поставщика промышленной продукции; лояльные потребители предприятий конкурентов; лояльные потребители анализируемого предприятия. Итогом мониторинга рынка и уровня (интенсивности) конкуренции на рынке являются данные, характеризующие объем и особенности конкурентного спроса, а также объем и особенности спроса в целевых группах потребителей. Эти данные необходимы для соотношения целей общей стратегии развития промышленного предприятия с целями его конкурентной стратегии. Их взаимосвязка обеспечивает достижение общих стратегических целей посредством реализации мероприятий конкурентной борьбы, в то время как игнорирование этой взаимосвязи существенно снижает целенаправленность и экономическую эффективность усилий в этой области. В случае наличия значительного объема спроса случайных/единовременных покупателей либо наличия значительной лояльности спроса в целевой группе клиентов предприятий-конкурентов конкурентная стратегия может вообще утратить свое содержательное значение, поскольку ее реализация не обеспечит увеличения экономической эффективности деятельности предприятия в целом. Отметим также, что итоговую оценку результативности и экономической эффективности конкурентной стратегии промышленного предприятия дает рынок, позволяя оценить конкурентоспособность продукции посредством доли конкурентного рынка/сегмента, контролируемого конкретным предприятием, а конкурентоспособность самого предприятия - посредством сравнения его уровня операционной эффективности на конкурентном рынке/сегменте со средней операционной эффективностью всех предприятий - участников рынка (по методологии количественной оценки, предложенной и апробированной М.О. Манвеляном).[2] Только управляемый процесс формирования и использования конкурентного потенциала промышленного предприятия, выраженный в непрерывной выработке, актуализации и внедрении конкурентных преимуществ продуктового и компетентностного характера, может быть отнесен к конкурентной стратегии. В условиях конкуренции непрерывными становятся рыночные процессы приобретения и утраты конкретными предприятиями стратегической конкурентной инициативы, выраженной в количестве и экономической эффективности предлагаемых рынку поисковых и инновационных инициатив, что предъявляет жесткие требования к организации и качеству стратегического управления развитием предприятия в условиях конкуренции. Отсутствие воспроизводственного бизнес-процесса в системе мероприятий конкурентной стратегии характеризует ее как кратковременную и в среднесрочной и в долгосрочной перспективе, это чревато снижением конкурентоспособности конкретного предприятия.

Список литературы:

- 1.Голубева М.А. Стратегическое управление конкурентным поведением промышленных предприятий : автореф.дис. канд. экон. наук., 2011.
2. Воронов А.А., Глухих Л.В., Манвелян М.О. Методология оценки конкурентоспособности на микро- и макроуровне в отраслях промышленности России // Экон. науки. 2008.

Богатенко Е.Р.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Ефремова Н.Е.
Тулский филиал Финуниверситета

АНАЛИЗ И ВЫЯВЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ИКТ

Одним из самых динамично развивающихся считается рынок информационно-коммуникационных технологий. Началом становления рынка ИКТ считают конец 80-х гг. прошлого столетия. За всю историю своего становления этот рынок показывал стремительное развитие. Однако, в последние несколько лет темпы роста постепенно снижаются, и прогноз на ближайшее будущее выглядит довольно сдержанным. Поэтому целью данной работы является выявление причин снижения темпов роста, анализ текущего состояния и перспектив дальнейшего развития.[1]

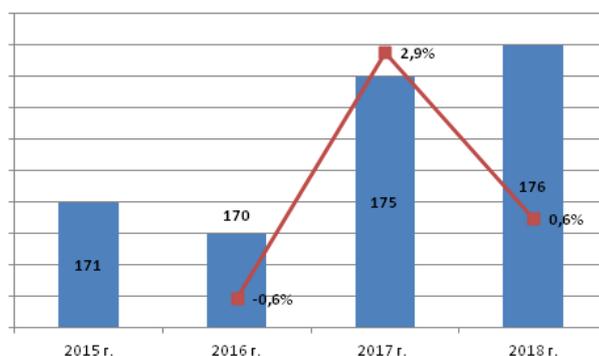


Рисунок 1. Объемы и темпы роста рынка ИКТ в России

На рисунке 1 представлены данные по объемам и темпам роста ИТ-рынка в России за 2015-2016 года и прогноз на 2017-2018 года. Общие поставки железа для ЦОД без разделения на облачные и не облачные решения демонстрируют стагнацию. Согласно статистике Gartner, траты на системы для дата-центров в 2016 г. сократились на 0,6% до \$170 млрд, однако в текущем году аналитики прогнозируют некоторое оживление рынка и ожидают рост на уровне 2,6%. [2]

Объемы рынка начали постепенно увеличиваться. Благодаря этому Россия по мировому рейтингу индекса развитости ИКТ смогла подняться на 45 место с занимаемого ранее 80 места в 2010 г. На данный момент индекс развитости России составляет 6,91 [5] (таблица 1).

Таблица 1. Индекс развитости ИКТ различных стран

| | | |
|----|------------|------|
| 43 | Португалия | 6,93 |
| 44 | Польша | 6,91 |
| 45 | Россия | 6,91 |
| 46 | Кувейт | 6,83 |
| 47 | Словакия | 6,82 |
| 48 | Венгрия | 6,82 |

В апреле 2016 г. рейтинг регионов России по уровню развития информационного общества в 2015 г. впервые представило Минкомсвязи (рисунок 2) [3]. В первой версии позиции определялись на основании показателей использования ИКТ в 15 сферах.

| № | Наименование субъекта РФ | Значение индекса |
|----|------------------------------------|------------------|
| 1 | г. Москва | 0,6631 |
| 2 | г. Санкт-Петербург | 0,6075 |
| 3 | Ханты-Мансийский авт. округ – Югра | 0,5220 |
| 4 | Ямало-Ненецкий авт. округ | 0,5214 |
| 5 | Калининградская область | 0,5069 |
| 34 | Тульская область | 0,4515 |

Рисунок 2. Рейтинг по уровню развития информационного общества России

Однако, несмотря на прогресс в сторону развитости, рынок ИКТ продолжает свое падение. Если в 2014 году темп роста рынка составлял 5,83%, то в 2016 он опустился до уровня 4,96%. Причиной этому стало то, что данная отрасль с 2012 года находится в стадии зрелости. Так же падение связано и с тем, что Россия находится в состоянии экономического кризиса. А, как известно, финансовая составляющая страны сильно влияет на объемы рынка ИКТ.

Если рассматривать статистику, в позапрошлом году объем рынка составлял 35 млрд. долларов, годом позднее – 26-27 млрд., а сегодня – всего 15 млрд., что составило снижение на 39% в долларовом выражении по данным IDC [4]. Вице-президент компании IDC высказался о том, что "Динамика ИТ-расходов в России исторически повторяет динамику цен на нефть".

С позиции же отечественных компаний, которые рассчитывали изменение объема рынка в рублях с учетом инфляции 12,9% («РУССОФТ») обвал рынка произошел всего на 14%.

Ожидается, что к 2020 г. российский рынок суперкомпьютеров достигнет объема в 4,2 млрд руб., при этом доля отечественной продукции на мировом рынке составит 1%, а объем рынка облачных вычислений - 21 млрд руб. (мировая доля 1%). Объем рынка программного обеспечения, как ожидается, достигнет 858 млрд руб. к 2020 г. При этом в 2015 г. доля отечественного ПО на российском рынке достигнет 44% и увеличится втрое на глобальном рынке до 0,6% по сравнению с 2011 г.

Власти рассчитывают, что развитие ИТ в России позволит ИТ-профессиям уже к 2018 г. войти в Топ-5 самых популярных профессий. Планируется увеличение в 2 раза количества работников сектора информационных технологий.[5]

При развитии экономики по консервативному сценарию(таблица 2) (вариант 1) в 2030 г. прогнозируется рост ИТ-рынка до 4,1 трлн руб. Наибольший объем сохранит рынок аппаратных средств. Объемы продаж будут расти в соответствии с ростом потребительского спроса, рыночной активностью и ростом доходов населения.

Таблица 2. Прогноз развития ИТ на 2020 и 2030 г

| Сегмент | 2011 г. | 2030 г. (1 вариант) | 2030 г. (2 вариант) | 2030 г. к 2011 г. (1 вариант) | 2030 г. к 2011 г. (2 вариант) |
|---|---------|------------------------|------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Объем рынка информационных технологий, в том числе: | 648,6 | 4102,6 | 5640,4 | 269,6% | 374,8% |
| рынок аппаратных средств | 332,5 | 1440,9 | 1753,1 | 175,8% | 213,9% |
| рынок программных средств | 132,1 | 1375,0 | 2073,3 | 467,0% | 719,9% |
| рынок услуг | 184,1 | 1286,6 | 1814,0 | 312,5% | 451,9% |

В инновационном сценарии (вариант 2) предполагается повышение инвестиционной привлекательности сектора за счет внедрения современных технологий. При активной предпринимательской деятельности, росте доходов населения, ускорении промышленного производства ожидается повышение темпов развития информационных технологий. Объем рынка увеличится до 5,6 трлн руб.[5]

Как показано в таблице 2 к 2030 г. доля аппаратных средств в структуре рынка ИТ будет снижаться, в то время как рынок программных средств увеличит свои объемы.

Таблица 3. Прогноз структуры рынка ИТ в России

| Сегмент | 2011 г. | 2020 г. (1 вариант) | 2020 г. (2 вариант) | 2030 г. (1 вариант) | 2030 г. (2 вариант) |
|---|---------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| Объем рынка информационных технологий, в том числе: | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| рынок аппаратных средств | 51,2 | 44,0 | 41,4 | 35,1 | 31,1 |
| рынок программных средств | 20,4 | 26,5 | 28,0 | 33,5 | 36,8 |
| рынок услуг | 28,4 | 29,5 | 30,6 | 31,4 | 32,1 |

В условиях консервативного сценария объем услуг связи в России по всем видам деятельности к 2030 г. достигнет 3,5 трлн руб. В условиях оптимистичного сценария объем возрастет до 4,1 трлн руб.[5]

Минэкономразвития предполагает, что в дальнейшем наиболее перспективными направлениями развития ИКТ станут: мобильные приложения, новые человеко-машинные интерфейсы, облачные вычисления, информационная безопасность, нейротехнологии. В том числе ожидается повышение количества изобретений в этой сфере. К Концу 2017 года ожидается рост увеличения количества выданных патентов на 13%. Количество свидетельств, выданных на программы ЭВМ, БД и топологии ИМС составит в 2017 году 13025 единиц.[6]

Глобальная компания IDC отметила, что после 2017 г. рынок ИКТ начнет свое восстановление, однако темпы роста будут незначительны.

Вывод: В целом России еще предстоит проделать большую работу, чтобы достичь показателей стран-лидеров. И хотя на данном этапе рынок ИКТ в нашей стране показывает замедление темпов роста, все аналитические компании прогнозируют рост данной отрасли в ближайшем будущем.

Список литературы:

1. ИТ - рынок России [электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.tadviser.ru/index.php/Статья: ИТ-рынок_России
2. Обзор: Рынок инженерной и ИТ-инфраструктуры 2017 http://www.cnews.ru/reviews/infrastructure2017/articles/rynok_itinfrastruktury_zatyanuvshayasya_stagnatsiya_v_ozhidanii_rosta_1
3. Минкомсвязь России представила рейтинг регионов по уровню развития информационного общества [электронный ресурс]. – URL: <http://minsvyaz.ru/ru/events/35027/> (дата обращения 18.10.2017)
4. Международная исследовательская компания IDC Russia [электронный ресурс]. – URL: <https://w3techs.com/>

5. Правительство РФ спрогнозировало развитие ИТ до 2030 года [электронный ресурс]- http://www.cnews.ru/news/top/pravitelstvo_rf_sprognozirovalo_razvitie

6. Министерство экономического развития Российской Федерации / Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года: М. Март, 2013.

7. Networked Readiness Index: World Economic Forum (2016). Available at: http://reports.weforum.org/global-information-technology-report-2016/net... / (accessed 5 October 2016)

Богатенко Е.Р.
Научн. рук.: преп. Гуляева О.А.
Тульский филиал Финуниверситета

ВЗАИМОСВЯЗЬ ТЕМПОВ ИНФЛЯЦИИ И ИНВЕСТИЦИОННЫХ ВЛОЖЕНИЙ В ЭКОНОМИКЕ РФ

В статье анализируется уровень инфляции. Дается объяснение резким скачкам инфляции в отдельных промежутках времени. Проводится аналогия роста инфляции с ростом ключевой ставки, инвестиций и ВВП.

В настоящее время, уровень инфляции в России снизился, но даже этот уровень не дает толчок развитию производства в стране, а методы борьбы с инфляцией не дают ожидаемого результата. Из этого следует, что проблема инфляции для национальной экономики остается не решенной. Актуальной и необходимой задачей является исследование инфляционных процессов и инвестиционных вложений, а так же выявление их специфики протекания в российской экономике [2].

Объектом исследования является инфляционный процесс и инвестиционные вложения как экономическое явление в современной российской экономике.

Предметом исследования выступают взаимосвязи, определяющие образование, развитие, проявление и динамику инфляционных процессов и инвестиционных вложений в российской экономике.

Инфляция – сложное социально-экономическое явление, которое характерно множеству стран, в том числе и России. Высокий уровень инфляции оказывает негативное влияние на экономическую систему: препятствует долгосрочным инвестициям и экономическому росту, приводит к вытеснению во внутреннем обращении национальной валюты иностранной, а также затрудняет стабильное развитие социальной, политической и других сфер общества.

Инвестиции играют двоякую роль в развитии экономики каждого государства.

С одной стороны, инвестиционные расходы являются элементом совокупного спроса. При их увеличении в условиях полной занятости или при наличии незначительных производственных ресурсов совокупный спрос возрастает, развивается инфляция спроса, которая имеет монетарный характер.

Монетарный характер инфляции означает увеличение трансакционного спроса на деньги, трансформирующегося в увеличение совокупного спроса в экономике. При значительных резервах производственных мощностей и прежней производственной базе увеличение спроса происходит при том же уровне цен. Когда существующие производственные мощности будут обеспечивать максимальный выпуск, а инвестиционные расходы (как элемент совокупного спроса) возрастут, производители станут поднимать цену своей продукции, возникнет избыточное количество денег в обращении по сравнению с товарной массой, способствующее развитию инфляции спроса.

С другой стороны, инвестиции являются фактором роста совокупного предложения. Вложение денежных ресурсов в основные средства производственных отраслей может качественно повысить уровень техники, что влияет на снижение средних издержек производителей и увеличивает предложение. Кроме того, сокращаются предельные (добавочные, связанные с выпуском дополнительной единицы продукции) издержки, что создает основу для снижения цены изделия, сокращения темпов инфляции. Уменьшение инвестиций приведет к устареванию производственной базы, возрастанию средних и предельных издержек на единицу продукции, увеличению цены изделия, развитию инфляции издержек.

Таким образом, будучи элементом совокупного спроса и влияя на его рост, инвестиции увеличивают инфляцию, а направляясь в модернизацию основных средств, они снижают предельные издержки фирм и способствуют увеличению выпуска продукции, а значит, снижению уровня цен и темпа инфляции.

Следовательно, денежные средства должны инвестироваться в экономику равномерно, направляться на модернизацию технологических и производственных мощностей предприятий, расширение производства, увеличение выпуска продукции при снижении затрат. В то же время необходимо поднимать доходы субъектов экономики с целью увеличения потребления. Итогом таких мер будет снижение темпов инфляции, увеличение выпуска и доходов фирм на микро- и возрастание ВВП стран.

Инвестиции не только оказывают влияние на темп инфляции, но и сами зависят от нее. Эти экономические категории связаны между собой зависимостью, на которую воздействуют многие факторы, являющиеся средствами финансовой и денежно-кредитной политики государства: например, ставки налогов, ставка рефинансирования ЦБ, государственные расходы, цены на ресурсы и др.

Рассмотрим инфляционные процессы в России в долгосрочном периоде. Проанализируем инфляцию в России с 2010 по 2017 годы [5].

Таблица 1. Уровень годовой инфляции в России с 2010 года по настоящее время, %

| Год | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 |
|------------------|------|------|------|------|-------|-------|------|------|
| Уровень инфляции | 8,78 | 6,10 | 6,58 | 6,45 | 11,36 | 12,91 | 8 | 4 |

Анализ данных таблицы показывает, что самый высокий уровень инфляции в 2010, 2014, 2015 годах – в период кризисов и застоев экономики. Если обратиться к данным ранее, то показатели там еще выше, поэтому к 2010 году – наблюдается устойчивое снижение инфляции.



Рисунок 1. Динамика инфляции в 2010–2017 гг.

Из рис.1 видно, что в 2010 году уровень инфляции резко снижается с 8,78 до 6,1 в 2011 году. Объясняется это уменьшением цен на производственные товары. Затем, происходит укрепление национальной валюты, государство проводит политику по сдерживанию роста цен на лекарственные препараты и продовольствие.

Итог этого – снижение уровня инфляции до 6,1-6,58%. Таким образом, этот период можно отметить минимальным уровнем инфляции в рассматриваемом периоде. После введения санкций со стороны западных государств, а следом за этим падения курса рубля, мы видим резкий скачок инфляции (почти на 5%) в 2014 году, а следом увеличение еще на 1,5% в 2015г.

Для более глубокого анализа роста инфляции возьмем промежуток с начала 2013 года и по настоящий момент. Причин для резкого скачка инфляции в 2014 году очень много. К примеру, на начало 2014 года только четверть всей денежной массы российской экономики была в рублях, остальное в фунтах, евро, долларах и пр. С введением санкций пришел кризис. Отсюда и повышение цен, удорожание импорта, резкое возрастание скорости оборачиваемости денег. Наравне с этим возрастает и ключевая ставка (рис.3).

| Период действия | Ключевая ставка Банка России (%) | Границы коридора процентных ставок (%)** |
|--|----------------------------------|--|
| с 30 октября 2017 г. - по 15 декабря 2017 года (дата будет уточняться) | 8,25 | 9,25 - 7,25 |
| с 18 сентября 2017 г. - по 29 октября 2017 года | 8,50 | 9,50 - 7,50 |
| с 19 июня 2017 г. - по 17 сентября 2017 года | 9,00 | 10,00 - 8,00 |
| с 02 мая 2017 г. - по 18 июня 2017 года | 9,25 | 10,25 - 8,25 |
| с 27 марта 2017 г. - по 01 мая 2017 года | 9,75 | 10,75 - 8,75 |
| с 19 сентября 2016 г. - по 26 марта 2017 года | 10,00 | 11,00 - 9,00 |
| с 14 июня 2016 г. - по 18 сентября 2016 г. | 10,50 | 11,50 - 9,50 |
| с 03 августа 2015 г. - по 13 июня 2016 г. | 11,00 | 12,00 - 10,00 |
| с 16 июня 2015 г. - по 02 августа 2015 г. | 11,50 | 12,50 - 10,50 |
| с 05 мая 2015 г. - 15 июня 2015 г. | 12,50 | 13,50 - 11,50 |
| с 16 марта 2015 г. по 04 мая 2015 г. | 14,00 | 15,00 - 13,00 |
| с 02 февраля 2015 г. по 15 марта 2015 г. | 15,00 | 16,00 - 14,00 |
| с 16 декабря 2014 г. по 01 февраля 2015 г. | 17,00 | 18,00 - 16,00 |

Рисунок 3. Динамика ключевой ставки ЦБ РФ за 2015-2017 гг [3]

Заметим, что в пик инфляции наблюдается самая максимальная ключевая ставка. То же самое можно увидеть при сравнении динамики роста инвестиций и ВВП. Для наглядности представим данные [3;5] в виде графика.



Рисунок 4. Сравнение динамики роста инфляции, инвестиций и ВВП

Таким образом, из рис. 4 видна прямая зависимость между этими показателями. Инвестиции являются элементом совокупного спроса и влияют на его рост, и как следствие – увеличивает инфляцию. Инфляция, в свою очередь, обесценивает ВВП.

Графически взаимосвязь инфляционного роста цен, инвестиций в производство, объема производства фирм, потребления субъектов и реального ВВП представлена на рис. 5. Мы рассматриваем инвестиции в производственные отрасли. Если инвестиции будут вложены в отрасли непроизводственные, то, как уже отмечалось, произойдет рост инфляции спроса и издержек.

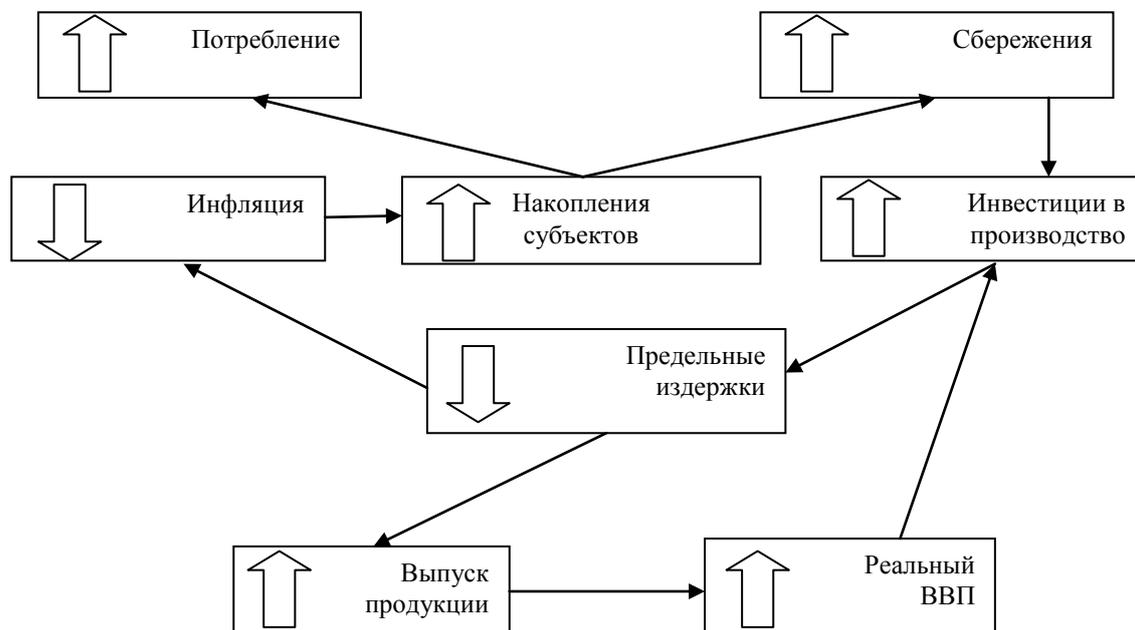


Рисунок 5. Взаимосвязь инфляции и инвестиций и ее влияние на валовой внутренний продукт

Чтобы максимально эффективно влиять на рост инвестиций и сокращение темпов инфляции, необходимо четко знать природу последней. Именно ошибки в этом вопросе приводят к тому, что инфляция становится неуправляемой.

Неустойчивость темпов инфляции связана с дополнительным инфляционным риском, и поэтому затрагивает интересы всех предпринимателей.

Существует прямая взаимосвязь между инфляцией и вложениями: чем выше уровень ценового роста, тем меньше реальной прибыли получает инвестор, то есть инфляция поглощает прибыль от инвестиций. Также большое влияние на прибыль от инвестиций оказывает инфляция, которую ожидает население, то есть, если население считает, что уровень инфляции вырастет, значит, вероятно, что так и будет на самом деле.

Несбалансированность структуры инвестиций и платежеспособного спроса ведет к превышению спроса над предложением и росту цен. Высокий удельный вес инвестиций в инфраструктуру в общем, объеме инвестиций также подстегивает инфляцию, так как от них низка или отсутствует товарная отдача.

В условиях относительно высокого уровня инфляции ваши инвестиции, которые, казалось бы, приносят хорошую прибыль, в реальности просто сохраняют покупательную способность денег.

В последние десятилетия в большинстве стран мира инфляция — это постоянный процесс, и экономисты считают, что без нее невозможно нормальное развитие экономики. Но в ряде стран наблюдается обратное явление – например, распространена дефляция в Европе, о которой много говорят, начиная с 2014 года.

Годовой уровень инфляции в границах 1 — 3% рассматривается как явление, неразрывно связанное с экономическим ростом. Что касается дефляции, то даже ее уровень 1-2% в год может вызвать серьезный экономический кризис.

Если взглянуть на примеры в разных странах, то станет ясно, что дефляция может спровоцировать затяжную рецессию экономики. Яркое доказательство – это дефляция в США в 1929–1933 гг., которая привела к Великой депрессии. Именно из-за снижения цен, кризис в Соединенных Штатах принял намного большие масштабы, чем в европейских странах.

Подводя итог, можно сказать о следующем: антиинфляционная политика должна ставить перед собой цель – неполное уничтожение инфляции любыми методами, удержание ее на устойчиво низком уровне, а самое главное, чтобы этот уровень можно было предсказать.

Из мирового опыта следует, что небольшая инфляция все же допустима, в случае если это увеличивает платежеспособный спрос и, как следствие, стимулирует экономический рост. Необходимо осуществление поэтапных мер, нацеленных на стабилизацию инфляции, а также сдерживание ее наиболее важных факторов, которым необходимо носить совокупный характер и затрагивать все сферы общественного воспроизводства.

Список литературы:

1. Бушенева Ю.К. Место и роль антиинфляционной политики в период кризиса 2014–2015 гг // Проблемы современной экономики. – 2015. – №3. – Режим доступа. – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=5491>.
2. Клюсов М.Н. Специфика инфляционных процессов в современной российской экономике. – дис. канд. эк.наук. – Волгоград. – 2015. – 4-6 с.
3. Официальный сайт Банка России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: https://www.cbr.ru/dkp/print=standart_system/rates_table_15.ht...
4. Репина М.О. Ключевые причины инфляции в современной России // Проблемы современной экономики. – 2015. – №4. – Режим доступа. – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=5597>.
5. Федеральная служба государственной статистики РФ. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>

Борисова А.В.

Научн. рук.: ст.преп. Романовская Н.Н.
Тулский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

С чем же в первую очередь столкнется человек, решивший открыть свой бизнес?

Для открытия своего дела нужен начальный капитал. Как правило, за неимением собственных средств, люди идут в банк с надеждой получить кредит на выгодных условиях. На деле, получить его не так просто. Банки в большинстве случаев опасаются выдавать кредиты начинающим предпринимателям: государственная поддержка малого бизнеса незначительна, залоги невелики, бизнес-план кажется плохо подготовленным. Если кредит все же удалось получить, то высокая процентная ставка заставляет предпринимателя постоянно чувствовать себя должным банку.

Вывод: нехватка финансирования малого бизнеса со стороны банков.

Вторая проблема, сильно ограничивающая возможности предпринимателей, – налоги. Не смотря на то, что налогоплательщику помимо единого налога на вмененный доход и единого сельскохозяйственного налога теперь предоставляется возможность перейти на упрощенную систему налогообложения (УПС), существенно легче жизнь предпринимателя не становится. Хотя предприятие освобождается от ряда таких налогов, как НДС, налога на прибыль и на имущество, на замену приходят другие существенные ограничения: невозможность заниматься определенными видами деятельности, количественные ограничения работников, а такое условие, как запрет на открытие филиалов и представительств, сильно ограничивает перспективы расширения бизнеса. [2]

Докажем существование проблемы

В 2016 году за истекший период 350 тысяч предпринимателей, занимающихся малым бизнесом, отказались от этого вида деятельности.

Таблица 1– Малый бизнес в разных странах [1]

| Страны | Количество предприятий (тыс.) | Количество занятых (млн.) | Доля малого бизнеса в ВВП (%) | Количество занятых на одном предприятии |
|----------|-------------------------------|---------------------------|-------------------------------|---|
| Германия | 2290 | 18,5 | 50 - 52 | 8,0 |
| Италия | 3920 | 16,8 | 57 - 60 | 4,2 |
| США | 7300 | 70,2 | 50 - 52 | 9,6 |
| Япония | 6450 | 39,5 | 52 - 55 | 6,0 |
| Россия | 844 | 8,3 | 10 - 11 | 9,9 |

Малый бизнес сильно влияет на экономический рост в стране и на ВВП. Во всех развитых странах малый бизнес очень ценится, его доля в ВВП составляет 60-70%. Фактором, который помогает развитию малого бизнеса, является правильная налоговая политика государства.

Однако статья расходов предпринимателей не ограничивается одним налогообложением. Следующим пунктом, так или иначе, окажется плата за аренду, размер которой не ограничен законодательством. Арендодателям никто не запрещает постоянно повышать плату за помещения. В Москве эти цифры доходят до таких величин, что шансы начинающего с нуля предпринимателя открыть в столице свой бизнес крайне малы. Отсюда вытекает тот факт, что в таких крупных городах, как Москва, позволить себе владеть торговой точкой могут только вертикально интегрированные структуры. Крупные торговые сети, способные платить за такую аренду, открывают магазины в торговых центрах, куда ходит большая часть населения. Малый же бизнес остается в стороне.

С чем же сталкиваются те предприниматели, которые пытаются в проблемных ситуациях отстоять свои права?

Единого законодательства, к которому можно было бы обращаться предпринимателям, нет. Хотя есть отдельные документы и положения о ведении бизнеса, в стране отсутствует единая правовая база, более того, некоторые нормативные акты противоречат друг другу.

Отсюда можно сделать вывод, что у российского предпринимательства отсутствует реальная защита и поддержка со стороны государства. В связи с этим можно назвать еще одну не менее важную проблему – нет развития в инновационной сфере. Внедрение инноваций в производство требует больших капиталовложений. У малого бизнеса не достаточно средств для таких инвестиций, тут требуется государственное финансирование. [4]

Негативно сказывается на малом бизнесе еще один аспект – острая нехватка квалифицированных кадров, которая с каждым годом все больше возрастает. Такую проблему не решить быстро какими-либо законами. Здесь потребуется немало времени для того, чтобы обучить людей, повысить квалификацию персонала, подготовить специалистов своего дела. Те специалисты в нашей стране, которые имели высокую квалификацию, в основном работают за границей на иностранные компании.

Пути решения проблемы

Для эффективного функционирования предприятий малого бизнеса необходимо дальнейшее развитие законодательной и нормативной базы, регулирующей их деятельность и учитывающей специфику малого предпринимательства. Совершенствование законодательной базы и правового регулирования предпринимательской деятельности через систему законов прямого действия позволит создать условия, способствующие свободе предпринимательства и устранению административного вмешательства в деятельность субъектов малого бизнеса. Предоставление равных условий всем хозяйствующим субъектам для входа на рынок, устранение административных барьеров, регламентация контролирующих функций государства, усиление государственной поддержки предпринимателей должны стать главными составляющими законотворческой деятельности государства, направленными на активизацию предпринимательской деятельности в России.

Основные направления государственной поддержки, позволяющей реализовывать потенциальный эффект от развития малого предпринимательства:

- формирование благоприятного предпринимательского климата, устранение нормативно-правовых, административных и организационных барьеров;
- расширение доступа малого предпринимательства к финансовым ресурсам;
- системное развитие инфраструктуры для предоставления малым предприятиям интегральной финансовой, материальной, информационной, консультационной и организационно-методической помощи [3]

Список литературы

1. Баженов Ю.К. Малое предпринимательство: практическое руководство по организации и ведению малого бизнеса / А.Ю. Баженов. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 2015. – с. 107
2. Басовский Л.Е. Экономический анализ (Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности) / А.М. Лунева, А.Л. Басовский. – Учебное пособие / Под ред. Л.Е. Басовского. – М.: ИНФРА – М, 2015.- с. 69
3. Лапуста М.Г. Малое предпринимательство: Учебник / Ю.Л. Старостин. – М.: ИНФРА – М, 2014. – с. 98
4. Менеджмент малого бизнеса: Учебник / Под ред. проф. М.М. Максимцова и проф. В.Я. Герфинкеля. – М.: Вузовский учебник, 2014. – с 84.

Буслаева М.Н., Паршутина Ю.А.

Научн. рук.: канд. пед. наук, доц. Ляшко В.Г.

Тульский филиал Финуниверситета

МОТИВАЦИЯ КАК ФУНКЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ

Очень важно создать условия, при которых человек ощущает значимость своего труда, испытывает чувство причастности к определенному коллективу, доволен и общителен с коллегами. Хорошо всегда четко определять «полезность» профессиональных качеств сотрудника для компании и показатели, определяющие профессиональные успехи, которые достигнуты в личных интересах самого сотрудника. Эти показатели, не оказывая прямого влияния на материальное обеспечение сотрудника, могут учитываться в кадровой работе. Если выявить индивидуальные мотивы сотрудников и адаптации механизма их удовлетворения, при прочих равных условиях, то достигается наибольшая производительность труда. Но потребности человека постоянно меняются, и потому, процесс улучшения мотивации бесконечен. Каждый индивид сочетает в себе характерные черты обоих мотивационных классов в той или иной пропорции.

При этом выделены пять «чистых» мотивационных типов [3, с. 14]:

- люмпенизированный (избегательный класс);
- инструментальный;
- профессиональный;
- патриотический;

- хозяйский (достижительный класс).

Управление персоналом включает многие составляющие. Среди них:

- кадровая политика;

- взаимоотношения в коллективе.

Главное же место занимает повышения производительности, путей роста творческой инициативы.

На рост производительности труда влияет существующая в каждый момент времени система оплаты труда, так как оплата является стимулирующим фактором для роста повышения труда усовершенствование технического уровня работы.

В этом смысле мотивация рассматривается нами как совокупность стимулов, побуждающих работников к активной трудовой деятельности.

Мотивирование предполагает, что индивид реагирует на внешние стимулы в соответствии со своим мотивационным профилем. При этом реакция может быть положительная, нейтральная или отрицательная, что позволяет установить связь между «чистыми» мотивационными типами и приемлемыми для них формами стимулирования.

В этих целях используются [4, с. 51]:

а) стимулирование, т.е. побуждение работников к активной деятельности с помощью внешних факторов (материального и морального стимулирования);

б) собственно мотивирование, т.е. создание у работников внутреннего побуждения к труду. Главными здесь являются заинтересованность в труде, потребность в трудовой активности и удовлетворенность от нее.

Это свидетельствует о том, что поведение человека всегда мотивировано.

Человек, получивший в процессе обучения, повышения квалификации и накопления производственного опыта знания и навыки, хочет применить свое умение в труде. И чем больше ему это удастся, тем больше степень его удовлетворенности, а соответственно и степень выраженности мотивов. В многочисленных исследованиях делается попытка установить приоритеты отдельных факторов мотивирования. [3, с. 69]

Статистические данные (рисунок 1) [2, с.112] свидетельствуют, что наиболее значимыми в мотивировании являются следующие факторы: результат работы, признание, процесс работы, ответственность и продвижение по службе, в сравнении с которыми уровень заработной платы существенно менее значим.

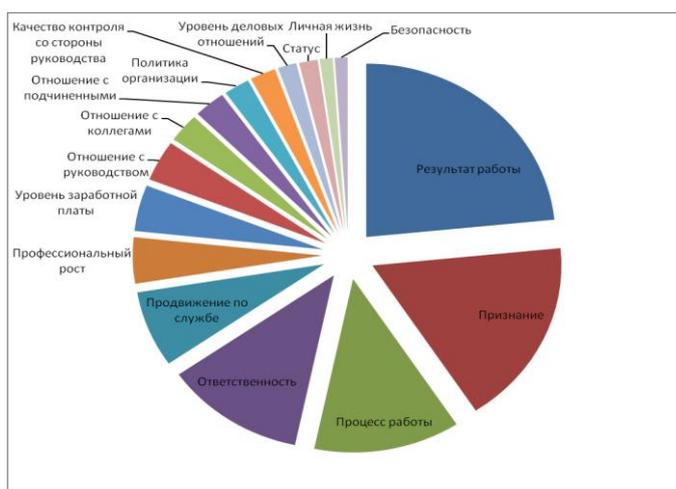


Рисунок 1. Факторы мотивирования и их значимость для человека в процентном соотношении

Различные теории психологического и организационно-экономического направления в изучении мотивации можно разделить на две группы:

- содержательные теории мотивации, основывающиеся на идентификации внутренних побуждений личности (потребностей), которые заставляют людей действовать так, а не иначе;

- процессуальные теории мотивации — это более современные теории, базирующиеся в первую очередь на определении того, как ведут себя люди с учетом воспитания и познания.

Люди по-разному распределяют и направляют свои усилия на достижение поставленных целей. В этом случае необходимо мотивировать данного работника, снять его напряжение и для восстановления справедливости исправить дисбаланс. [1, с. 201] Это можно сделать, изменив уровень затрачиваемых им усилий либо размер получаемого им вознаграждения.

В связи с тем, что существуют различные пути мотивации, менеджер должен:

во-первых, установить набор критериев (принципов), которые наиболее сильно влияют на поведение сотрудника. Эти критерии, сведенные воедино, формируют у него какую-то свою, личную, философию, представляющую собой основу для выбора им своего поведения. Разработав личную философию, менеджер может создать такую рабочую среду в своем окружении, которая будет способствовать мотивации сотрудников.

Такая окружающая среда, или организационный климат, окажет существенное влияние на отношение работников к делу: они легче и менее болезненно будут воспринимать правила и регламент организации; во-вторых, создать атмосферу, благоприятную для мотивации рабочих; в-третьих, активно общаться со своими сотрудниками, поскольку для того, чтобы работник был полностью мотивирован и работал с полной отдачей (эффективно), он должен четко себе представлять, что от него ждут.

Рассмотренные выше стратегические теории управления человеческими ресурсами каждая фирма адаптирует под специфические особенности своего функционирования.

Любой сотрудник, приходя на новое место работы, хотел бы проявить себя и полон интереса к своей новой деятельности. Кроме того, руководство заинтересованно в том, чтобы сотрудники творчески и с воодушевлением относились к своим обязанностям. Однако в силу ряда факторов, в том числе, таких как степени личной ответственности, отношений с начальником, и т.д. у работника может наступить разочарование в своей деятельности.

Это, как правило, бывает вызвано следующими причинами:

- чрезмерное вмешательство со стороны непосредственного руководителя;
- отсутствие психологической и организационной поддержки;
- недостаток необходимой информации;
- некорректность оценки работника руководителем и др.;

Эти факторы вызывают у рядового работника чувство приниженности. Подрываются чувство гордости, уверенности в себе, в стабильности своего служебного положения и возможности дальнейшего продвижения. [4, с. 192]

Процесс потери интереса к труду можно рассмотреть как состоящий из шести стадий:

1. Растерянность

Здесь замечаются симптомы стрессового состояния, которое начинает испытывать новый работник. Они являются следствием растерянности. Работник перестает понимать, что ему нужно делать и почему работа у него не ладится. Он задает себе вопрос о том связано ли это с ним самим, с начальником, с работой.

2. Раздражение

Разноречивые указания руководителя, неопределенность ситуации вскоре вызывают раздражение работника, связанное с ощущением собственного бессилия.

3. Подсознательные надежды

Вскоре подчиненный перестает сомневаться в том, кто виноват в возникших у него трудностях. Теперь он надеется на промах начальника, после которого можно аргументировано доказать правильность своей точки зрения.

4. Разочарование

На этой стадии восстановить подорванный интерес к работе гораздо труднее. Производительность труда снижается до минимально допустимой.

5. Потеря готовности к сотрудничеству

Суть этой стадии - не борьба за сохранение интереса к работе, а попытка сохранить самоуважение.

6. Заключительная

Окончательно разочаровавшись в своей работе, сотрудник перейдет на другое место, либо будет относиться к работе как к каторге. Один такой работник может сыграть в группе роль катализатора, привести к выплескиванию наружу скрытого чувства недовольства всего коллектива.

Менеджеры должны постоянно обдумывать возможные способы улучшения работы и мотивации людей, работающих с ними. Немаловажную роль здесь играет то, что даже не самые эффективные, а иногда и просто показательные проекты привлекают всеобщее внимание вовлеченных в проект служащих.

Для этого необходимо:

- повышение разнообразия умений и навыков

члены коллектива применяют ограниченное количество навыков, то необходимо искать способ стимулировать потребность к увеличению их количества.

Работникам так же необходимо дать ощущение признания используемых ими навыков. То есть нужно стремиться уделять внимание сотрудникам с целью публично объявить об исключительной ценности данного навыка у работника. Такой подход, как правило, стимулирует работника на усовершенствование навыков, расширения диапазона его способностей. [1, с. 309]

- повышение целостности работы

повышение целостности задания может быть достигнуто за счет добавления к нему связанных с ним задач. Это, как правило, какие-то подготовительные или заключительные операции, которые выполняются разными людьми.

- повышение важности работы

Если работник знает, как конкретно будут использованы результаты его труда, он начинает ощущать важность собственной работы, что стимулирует его к скорейшему выполнению работы при хорошем ее качестве.

Работник всегда хочет знать, зачем он делает ту или иную работу. Даже если его просят собрать данные для отчета, ему хочется знать какую цель преследует этот отчет.

- увеличение автономии

Работа менеджера состоит из решения задач разного уровня важности.

Передача права принятия решений низкого уровня подчиненным может рассматриваться как благо при условии, что они обучены и правильно понимают все особенности работы, в том числе, где получить необходимую информацию и в какой момент принять решение.

При условии знания подчиненными всех требований и инструкций, действующих в организации, менеджер может предоставить им возможность самостоятельной постановки целей своей работы. Даже если они частично участвуют в процессе принятия таких решений, гораздо больше вероятность того, что они будут чувствовать ответственность за работу и испытывать чувство успеха при успешном ее завершении. Реально это реализуется с помощью системы квалифицированных собеседований. В ходе таких собеседований необходимо предостеречь ситуацию, когда подчиненный ставит перед собой нереальные цели, которые заведомо не могут быть реализованы по каким-либо причинам, зависящим, в том числе и от текущего состояния дел фирмы.

- усиление обратной связи

Обратная связь бывает внутренней - то есть идущей от самой работы и внешней - в случае, когда потребитель результатов работы отзывается об их качестве, а также в случае публичной похвалы. [3, с.71]

Очень часто бывает ситуация исключительно негативной обратной связи, то есть, когда работники узнают только о недостатках своей работы. Таким образом, они лишаются вознаграждения за хорошую работу. С другой стороны известно, что люди почти не реагируют на критическую обратную связь. Работник не воспримет отрицательные оценки более чем по двум-трем параметрам. Однако, если менеджер чередует положительную и отрицательную критику, то информация о неудачах будет воспринята полнее.

Менеджмент организации при создании системы мотивирования обычно исходит из принципа: «Мы сами знаем, что хотят работники». В результате работник получает далеко не то, что находится в сфере его мотивационных интересов, а иногда полученное поощрение вызывает даже психологическое отторжение.

Следуя рекомендациям Американской ассоциации специалистов в области оплаты труда, все поощрения можно сгруппировать по следующим признакам:

- широко распространенные;
- хорошо видимые со стороны окружения;
- выражающие поддержку руководителем своих сотрудников;
- нетипичные виды поощрения.

Такой список поощрений должен отражать особенности организации и её персонала, но строится он на основе пожеланий самих работников.

Незаметный для неопытного глаза процесс потери интереса работника к труду, его пассивность приносит такие ощутимые результаты, как текучесть кадров, руководитель вдруг обнаруживает, что ему приходится вникать во все детали любого дела, выполняемого подчиненными, которые, в свою очередь, не проявляют ни малейшей инициативы. Эффективность организации падает.

Чтобы не допустить потерю потенциальных прибылей, менеджер должен добиться максимальной отдачи от своих подчиненных. Для эффективного управления таким дорогим ресурсом как люди менеджеру необходимо выделить определенные параметры работы, поручаемой подчиненным, изменяя которые он может воздействовать на психологические состояния исполнителей, тем самым мотивируя либо демотивируя их. [2, с. 211]

Список литературы:

1. Батурин В.К. Общая теория управления: учебное пособие. М.: ЮНИТИ, 2015. 487 с.
2. Дудин М.Н. Теория управления: учебно-методический комплекс. М.: Элит, 2016. 247 с.
3. Митрофанова Е.А. Управление персоналом: Теория и практика. Оценка результатов труда персонала и результатов деятельности подразделений службы управления персоналом: учебно-практическое пособие. М.: Проспект, 2013. 72 с.
4. Охорзин В.А. Теория управления: учебник. СПб.: Лань, 2014. 224

Бутакова В.Е.

Научн. рук.: докт. экон. наук, доц. Поляков В.А.
Тулский филиал Финуниверситета

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ НА ПРИМЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ ООО «КОМУС-Р2»

В современных условиях хозяйствования маркетинговые коммуникации представляют собой необходимую составляющую деловой активности практически для любой фирмы в плане привлечения потребителей и работы с деловыми партнерами.

В высоко конкурентной экономике именно грамотно построенная коммуникационная политика может стать ключевым резервом успешной работы в развиваемой рыночной нише. Следует иметь в виду, что коммуникационная составляющая важна не только в продвижении продукции конечным потребителям, но и при сотрудничестве с организациями, занятыми в производстве товаров и оказании услуг. В этом смысле можно рассмотреть опыт такой фирмы, как ООО «Комус-Р2», функционирующей на рынке реализации запчастей для нужд аграрного производства.

В настоящее время в процессе планирования маркетинговых коммуникаций в ООО «Комус-Р2» анализируются возможные варианты использования различных маркетинговых коммуникаций с тем, чтобы определить какие из них в наибольшей степени отвечают текущему положению компании и могут способствовать росту клиентской базы [1, с.93].

ООО «Комус-Р2» используются такие формы личной продажи, как деловые встречи с потенциальными потребителями, представляющие собой деловой визит к перспективным клиентам.

Следующей по размеру статьей расходов организации на маркетинговые коммуникации является реклама. Применительно к целям рекламной деятельности «Комус-Р2» можно упомянуть: стремление к увеличению объема продаж продукции, расширению рынка сбыта продукции; созданию долговременного положительного образа и повышению осведомленности потенциальных покупателей о деятельности организации, о ее продукции, ее свойствах, цене, месте приобретения [3, с.88].

Виды рекламы, используемые организацией, классифицированные по ряду оснований, приведены в с таблице 1.

Таблица 1 - Рекламные средства, используемые «Комус-Р2»

| Признак классификации | Вид рекламы | Реклама «Комус-Р2» |
|--|------------------|--------------------|
| тип целевой аудитории | потребительская | ✓ |
| | деловая | |
| уровень охвата территории | зарубежная | |
| | общенациональная | |
| | региональная | ✓ |
| | местная | ✓ |
| средства передачи информации | газетная | ✓ |
| | журнальная | ✓ |
| | радио | |
| | телевизионная | |
| | почтовая | ✓ |
| | электронная | ✓ |
| | наружная | ✓ |
| направление продвижения | товарная | ✓ |
| | имиджевая | |
| по используемым средствам воздействия на целевую аудиторию | информативная, | ✓ |
| | побудительная | ✓ |
| | напоминающая | |

ООО «Комус-Р2» размещает свою рекламную информацию в газетных изданиях.

Электронную рассылку СМС-сообщений в адрес руководителей с/х предприятий по заказу ООО «Комус-Р2» осуществляет компания «Мегафон».

ООО «Комус-Р2» разработало также информационные брошюры, в которых предоставлена вся необходимая покупателю информация о предлагаемых продуктах и организации [5, с.112].

Мероприятия по стимулированию сбыта, осуществляемые в ООО «Комус-Р2», изначально нацелены на оказание воздействия на три целевые группы, такие как потребители, посредники и собственные кадры. В числе наиболее действенных стимулов можно отметить оказание бесплатных дополнительных услуг и гибкие формы оплаты.

К бесплатным сервисам в основном относятся консультации, погрузка товаров и гарантийный ремонт. Осуществление ценового стимулирования конечных потребителей проявляется в использовании системы скидок.

Чтобы оценить эффективность предоставления скидок покупателям, сравним товарооборот за два года – 2014 и 2016. В 2014 г. скидки на продукцию не предоставлялись. Система скидок была разработана в ноябре 2015 г. Было решено ее опробовать с января 2016 г. [6, с.117].

Для расчета во внимание принимались три самых крупных постоянных клиента. Их объем от общего товарооборота составляет чуть более 20% (20,2%) Каждому из них были предоставлены скидки.

Рассчитаем дополнительный товарооборот под воздействием средств стимулирования по формуле

$$T_d = \frac{T_c \times \Pi \times Д}{100},$$

где T_d – дополнительный товарооборот, вызванный стимулирующими мероприятиями, руб.;

T_c – среднечасовой товарооборот до начала стимулирующего мероприятия, руб.;

Π – относительный прирост среднечасового товарооборота за учетный период, %;

$Д$ – количество дней учета товарооборота в стимулирующем процессе.

$$T_d = \frac{16977 \times 25 \times 30}{100} = 127334,7$$

Экономический эффект стимулирования определим по формуле:

$$\mathcal{E} = \frac{T_d - H_T}{100} - (Z_c + P_d),$$

где \mathcal{E} – экономический эффект стимулирования, руб.;

T_d – дополнительный товарооборот под воздействием стимулирования, руб.;

H_T – торговая наценка за единицу товара (в % к цене реализации);

Z_c – затраты на стимулирование, руб.;

P_d – дополнительные расходы по приросту товарооборота, руб.

$$\mathcal{E} = \frac{127334,7 \times 4,9\%}{100\%} - 2150 = 4089,4$$

Таким образом, получилось, что экономический эффект стимулирующих мероприятий положительный, так как затраты меньше дополнительной прибыли [4, с.97].

Резюмируя состояние развитости коммуникационных процессов в ООО «Комус-Р2» на текущий момент, можно сделать следующие выводы:

- организация использует почти все средства распространения информации;
- делаются попытки по совершенствованию техники исполнения рекламных обращений;
- деятельность менеджеров по продажам пассивна из-за отсутствия у персонала мотивационных программ;
- участие в выставках является важным инструментом продвижения продукции, но в настоящий момент не оправдывает себя.

На основании проведенного анализа можно сформулировать группы существующих проблем в используемых с маркетинговых коммуникациях предприятия и сформулировать подходы к их возможному решению (таблица 2).

Таблица 2- Основные проблемы коммуникационной деятельности ООО «Комус-Р2» и пути их решения

| Проблемы коммуникационной деятельности ООО «Комус-Р2» | Пути решения проблем |
|---|--|
| Коммуникационные акции, проводимые предприятием разрозненны, носят случайный характер и плохо скоординированы друг с другом | 1. Разработка методических рекомендаций по формированию коммуникационной стратегии предприятия 2. Совершенствование организации коммуникационной деятельности |
| Низкий квалификационный уровень специалистов маркетинговой службы. | Повышение квалификации персонала маркетинговой службы |
| Персонал отдела продаж слабо мотивирован | Внедрение программ мотивации персонала |
| Отсутствие принципа целеполагания при принятии решения об участии в выставках | Разработка стандарта выставочного участия |

Таким образом, отметим, что анализ состояния маркетинговых коммуникаций ООО «Комус-Р2» показывает наличие возможных резервов роста в плане эффективного воздействия на представителей целевой аудитории. Соответственно, при планомерном устранении выявленных недостатков и развитии коммуникационной политики предприятия можно будет рассчитывать на повышение результативности коммуникационного контакта с потребителями и улучшение показателей работы организации в целом [2, с.91].

Список литературы

1. Амблер, Т. Практический маркетинг / Т. Амблер - СПб.: Издательство "Питер", 2015. - 400 с.
2. Афанасьев, М.П. Маркетинг: стратегия и тактика развития фирмы / М.П. Афанасьев - М.: Издательский центр "Книга", 2014. - 304 с.
3. Голубков, Е.П. Маркетинг. Учебное пособие / Е.П. Голубков - М.: Изд. дом "Дриада", 2014. - 262 с.
4. Дихтль, Е. Практический маркетинг / Е. Дихтль, Х. Хершген - М.: Высшая школа, 2015. - 369 с.
5. Дорошев, В. И. Введение в теорию маркетинга / В. И. Дорошев. - М.: ИНФРА, 2015.- 258с.
6. Федько, В.П. Основы маркетинга/ Федько, Н.Г. Федько - Ростов н/Д: Издательский центр "МарТ", 2015. - 448 с.

МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КОМПАНИИ

В целях совершенствования маркетинговой деятельности предприятий, их рыночной ориентированности, получения возможностей привлечения дополнительных инвестиций необходимо оценивать маркетинговый потенциал, а также целенаправленно и своевременно управлять им.

Понятие маркетинговый потенциал относительно ново и продиктовано рыночными отношениями в сфере российской экономики. Можно согласиться с мнением Попова В., что маркетинговый потенциал - совокупность средств и возможностей предприятия в реализации рыночной деятельности. Его сущность заключается в максимальной возможности использования предприятием всех передовых наработок в области маркетинга.

В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации фирмы должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и вырабатывать долгосрочную стратегию поведения, которая позволяла бы им поспевать за изменениями, происходящими в их окружении. В прошлом многие фирмы могли успешно функционировать, обращая внимание в основном на ежедневную работу, на внутренние проблемы, связанные с повышением эффективности использования ресурсов в текущей деятельности. Сейчас же, хотя и не снимается задача рационального использования потенциала в текущей деятельности, исключительно важным становится осуществление такого управления, которое обеспечивает адаптацию фирмы к быстро меняющимся условиям ведения бизнеса. Ускорение изменений в окружающей среде, появление новых неожиданных возможностей для бизнеса, открываемых достижениями науки и техники, развитие информационных сетей, делающих возможным молниеносное распространение и получение информации, широкая доступность современных технологий, изменение роли человеческих ресурсов, а также ряд других причин привели к резкому возрастанию значения стратегического управления [2. с. 52].

Маркетинговый потенциал обеспечивает:

- 1) конкурентоспособность компании;
- 2) экономическую и социальную конъюнктуру продукта на рынке;
- 3) проведение исследований рынка;
- 4) проведение товарной, сбытовой, коммуникативной и ценовой политики;
- 5) организацию стратегического планирования;
- 6) маркетинговый контроль за поведением продукта, конкурентов и потребителей на рынке, а также самой компании;
- 7) эффективное взаимодействие субъектов рынка;
- 8) надлежащую организационную культуру компании.

Маркетинговый потенциал зависит от уровня развитости маркетинговой деятельности в компании, от наличия подготовленных специалистов в области маркетинга, от состояния и совершенства маркетинговой информационной системы, от наличия и эффективности организационной структуры управления маркетинговой деятельностью, от разработанности маркетингового инструментария и его использования для решения задач, определенных генеральной целью функционирования компании, от уровня развитости коммуникаций и имиджа структурных подразделений и всей компании в сфере взаимодействия ее с субъектами рынка.

Анализ и оценку уровня маркетингового потенциала компании целесообразно проводить методом сравнения фактических и плановых показателей каждой составляющей маркетингового потенциала в зависимости от этапа жизненного цикла продукта. При этом оценки факторов маркетингового потенциала могут приниматься методом экспертизы. В отдельных случаях может быть достаточно эффективным факторный анализ маркетингового потенциала.

Как и ресурсы, элементы маркетингового потенциала можно разделить на потенциал внутренней маркетинговой среды предприятия и потенциал внешней маркетинговой среды, которая, в свою очередь, состоит из потенциала внешней макросреды маркетинга и потенциала внешней микросреды маркетинга. Рассмотрим эти элементы более подробно.

Внешняя маркетинговая среда предприятия. Внешнюю макросреду маркетинга составляют такие факторы как экономическая среда, социально-демографическая ситуация в стране/городе, политико-правовые аспекты и технологические факторы, которые оказывают преимущественно косвенное воздействие. Микросреда состоит из потребителей, конкурентов, партнеров, поставщиков и посредников. Иными словами, это хозяйствующие субъекты, действия которых оказывают непосредственное влияние на маркетинговую деятельность компании.

Внутренняя маркетинговая среда предприятия. Важной особенностью этих факторов является их контролируемость. Поэтому огромное значение имеет наличие четкой организации по работе с имеющимися ресурсами таким образом, чтобы компания могла пользоваться ими по максимуму при применении инструментария маркетинга. Только в таком случае можно добиться максимальной прибыли, удовлетворяя

потребности покупателей. В целом внутренний маркетинговый потенциал компании может быть выражен функциональной зависимостью:

$$П = f(ПІ, ПІІ, ПІІІ, ПІІІІ, ПІІІІІ)$$

В которой ПІ – организационный потенциал управления маркетингом компании; ПІІ – кадровый потенциал службы маркетинга; ПІІІ – финансовый потенциал маркетинга; ПІІІІ – потенциал программного обеспечения маркетинга и ПІІІІІ – потенциал используемого маркетингового инструментария. Что из себя представляет каждый элемент:

Организационный потенциал управления маркетингом компании. Включает в себя описание внутривидовых подразделений по управлению маркетинговой деятельностью, распределение функций в службе маркетинга, характер соподчиненности и подотчетности, информационные потоки, взаимодействие с другими службами организации;

Маркетинговый кадровый потенциал. Описывает количественный и качественный состав сотрудников службы маркетинга (стаж, возраст, уровень образования, исполняемые функции и т.д.);

Маркетинговый финансовый потенциал. Это все финансовые ресурсы, которые идут на исполнение маркетинговой деятельности. Как правило, затраты на маркетинг очень разнообразны (рекламы, продвижение, специальные мероприятия, дизайн этикета, фри-продукт и др.), поэтому имеют сложный характер и структуру. Можно найти в бюджете маркетинговой службы или в смете затрат;

Потенциал программного обеспечения маркетинга. Он позволяет обеспечить связь службы маркетинга с остальными подразделениями компании, формировать отчеты, составлять маркетинговые программы и планы, организовывать товарооборот в компании;

Потенциал маркетингового инструментария. Обзор процесса разработки и осуществления товарной, сбытовой, ценовой и коммуникационных политик, маркетинговых исследований и других мероприятий, за проведение которых отвечает служба маркетинга [3].

Степень эффективности маркетингового потенциала можно оценить с помощью ревизии и аудита маркетинга, оценки его эффективности на основе изучения проблем управления маркетингом предприятия соответствующими службами и т.д. Кроме того, существует множество методов изучения факторов организационного порядка, позволяющих косвенно оценить отдельные стороны эффективности маркетингового потенциала организации.

Список литературы:

1. Багиев Г.Л. и др. Маркетинг. Учебник для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн; Под общ. ред. Г.Л. Багиева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2014. – С. 187
2. Ковтуненко Н.М. Маркетинговый потенциал промышленного предприятия / Н.М. Ковтуненко // Промышленный и B2B маркетинг, 2015. – С. 195
3. Попов Е.В. Потенциал маркетинга предприятия [Электронный ресурс] // Маркетинг в России и за рубежом, 2012. <http://www.cfin.ru>

Дагаева А. А.

Научн. рук.: доктор экон. наук, доц. Поляков В.А
Тульский филиал Финуниверситета

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА ПОКУПАТЕЛЯ

Сегодня современную жизнь уже невозможно представить без тех благ и удобств, которыми мы обладаем. Человек, обладающий спросом и покупательской способностью готов приобрести то, что ему необходимо. Задача же любого маркетолога сделать так, чтобы таковым стал именно его товар. Помочь в этом может реклама, которая не только будет связующим звеном между покупателем и продавцом, но и двигателем, побуждающим потребителя на покупку, влияя на него эмоционально и психологически.

Сейчас сложно представить жизнь современного человека без рекламы. Рекламу можно встретить везде, на улице, в транспорте, в магазине, интернете. Ее цель не только поведать потенциальному потребителю о товаре, но и спровоцировать его на покупку. Реклама не только является своеобразной нитью между продавцом и покупателем, она так же позволяет воздействовать на потребителя, открыть его тайные и неосознанные желания, реклама принуждает его нуждаться в товаре, который предлагает. Создание рекламы являет собой сложный и многоэтапный процесс. Недостаточно просто придумать «кричащий» слоган и привязать его к яркой картинке, нет. Над созданием рекламы работают маркетологи и психологи, разрабатывая ее таким образом, чтобы наиболее глубоко подействовать на сознание людей.

В современном мире процесс потребления очень важен. Чем больше люди потребляют, тем больше и само желание потреблять. Поэтому важно создать такую рекламу, которая не только привлечет к себе внимание, но и затронет эмоции потребителя, коснется его характера, натуры, воздействует на его психику и вызовет желание потратить.

Понятию реклама присвоено следующее определение.

Реклама — направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого производится распространение информации.

Слово «реклама» происходит от латинских глаголов «reclama» (выкрикивать) и «reclamare» (откликаться, требовать), претерпевших на протяжении многих веков значительные смысловые изменения.

Реклама – это персонифицированная передача информации, обычно оплачиваемая и имеющая характер убеждения, о товарах, работах, услугах или идеях известных рекламодателей посредством различных носителей. [1]

Реклама может быть разных видов, товара или услуги, социальной, экономической, политической, экологической. Но так или иначе у нее есть две главные цели – это побуждения спроса и активизация сбыта. Именно реклама является той «ниточкой», которая связывает продавца и покупателя, создает спрос и продвигает товар к потребителю.

Реклама оказывает большое влияние на человека. Она задействует у него множество процессов – мышление, побуждение, решение о возможной покупке, эмоции и чувства. Но самым главным в рекламе является восприятие, так как именно оно активизирует все процессы мышления человека. Отбор, обработка информации, анализ, сравнение с уже имеющимся опытом. На человека оказывает влияния множество факторов. Например, многие психологи разрабатывают рекламу с учетом цветового воздействия. Таким образом, благодаря множеству экспериментов было выявлено, что каждый цвет обладает определенным воздействием. Так, например, красный цвет может вызвать раздражение, желтый же, напротив, чувство теплоты и спокойствия, зеленый наполняет жизненной силой, а синий вызывает чувство твердости и самоограничения. Но не только такие психологические уловки должны быть использованы, реклама так же, должна быть лаконично составлена, легкодоступна для восприятия, запоминаема.

Главным и начальным этапом любой рекламы является привлечение внимания. С психологической точки зрения влияние – это явление, которое основывается на привлечении благодаря внутренним переживаниям человека или его увлеченностям. Чаще всего для привлечения внимания в рекламе используют знаменитых актеров или певцов. Этот способ позволяет сильнее воздействовать на потребителя, так он лучше усваивает информацию о товаре.

Следующим этапом является память. Память – это тот механизм, который позволяет нам использовать уже имеющиеся знания и опыт при получении и анализе какой – либо информации. Важным элементом памяти является процесс запоминания. Именно он срабатывает в тот момент, когда мы не можем определиться с маркой того или иного товара. Вспомнив известную нам фирму, вероятность того, что мы ее приобретем гораздо выше. Чтобы добиться такого эффекта в рекламе чаще всего используется методика повтора.

Любая реклама вызывает у потребителя следующий этап – мышление. Мышление представляет собой анализ данных, сравнение, конкретизация, обособление. Каждый человек обладает разным мышлением в зависимости от его критичности, обособленности, восприятия, знаний. Но, так или иначе, реклама может влиять и на этот фактор, используя информацию. Она должна полностью отражать сведения о товаре, но при этом не быть перегруженной. Так как переизбыток информации или ее нехватка, может негативно отразиться на рекламе в целом.

Одним из важнейших этапов выступают эмоции. Эмоции – это состояние человека, который он не может контролировать. Эмоции могут быть позитивными и негативными, поэтому, используя их в рекламе, нам нужно четко понимать чего мы хотим добиться. При этом не стоит забывать о том, что наш потребитель четко определен, он обладает гендерным признаком. То есть является женщиной или мужчиной. Таким образом, если мы хотим заинтересовать рекламой мужчину она должна быть четкой, лаконичной, содержать полную и конкретную характеристику о товаре. Если же наша цель заинтересовать женщину, то язык в рекламе должен быть наиболее упрощен, так же можно акцентировать внимание на последних влияниях моды и современных тенденциях.

Знаниями о данных этапах может обладать любой человек, но именно психологи вкладывают в эти слова гораздо большее значение. Поэтому при создании рекламы и используются методы психологического воздействия, чтобы повлиять на потребителя, его восприятие и мышление, смотивировать его к покупке и при этом затронуть его внутри и вызвать те эмоции, который и ставились целью рекламы. Реклама является результативно успешной, если она не только вызвала побуждение купить, но и изменила мышления потребителя, не оставила его равнодушным, повлияла на его ценности и стереотипы.

Реклама, созданная на основе применения психологического влияния, имеет различные направления. Сейчас мы рассмотрим некоторые из них.

Первое направление включает в себя традиционные неспециализированные виды психологического воздействия. Различают психологическое воздействие речью, текстом, цветом, формой, музыкой, композицией. Для каждого вида применяются свои специфические методы воздействия. Например, при радиорекламе ключевое место занимает рекламное обращение к потребителю. В рекламе телевизионной большое внимание нужно уделить не только рекламе обращению, но и рекламному тексту. При использовании и того и другого действуют два вида психологического воздействия: убеждение и внушение.

Убеждение – метод психологического воздействия на сознание личности с целью осознанного принятия ей определенных установок, оценок и суждений. Убедить потребителя – значит добиться согласия с той точкой зрения, которую мы ему преподносим. К сожалению, применить метод убеждения в рекламе достаточно сложно, так как он объемный и требует много рекламного времени, что влечет дополнительные затраты и прибавляет конкурентной борьбы.

Внушение – это психологический метод, который направлен на снижение контроля, понимания, логического анализа и оценки при восприятии внушаемого содержания рекламы. На практике можно применить суффиксы «–ушк –юшк», использовать в рекламе исключительно положительные и доброжелательные эмоции, вставлять выразительные паузы, избегать любых отрицаний.

Вторым направлением можно выделить психологическое заражение. Данный метод способствует сплоченности группы, регулирует групповые отношения и мнение. Его главной задачей является создание хорошего настроения у потребителя, чтобы он проще расставался с деньгами.

Следующее направление – это воздействие формой, цветом и музыкой. Воздействие формой связано с использованием известных психологических феноменов восприятия формы. Горизонтальные и вертикальные линии ассоциируются со спокойствием, ясностью и даже солидностью. Плавные изогнутые линии – с изяществом и непринужденностью. Законченные формы создают впечатление некой точности и цельности, что вызывают удовлетворенность, а незаконченные как бы подталкивают к тому, чтобы их дорисовать, закончить.

Воздействие цветом не оставляет никого равнодушным. Цветовая гамма оказывает на человека сильное эмоциональное воздействие, под влиянием цвета окружающей среды у него меняется настроение.

Воздействие музыкой применяется в телевизионной и радиорекламе. Музыка обладает огромной силой эмоционального воздействия на людей. Следует отметить что, если темп музыки ниже частоты сердечных сокращений, то такая музыка действует успокаивающе. Если выше, то – возбуждающе. Если музыка отличается ритмической основой с небогатой мелодией, то она «вгоняет» в легкий транс. Если в музыке доминируют инструменты духовые «медной группы», то при относительно высоком темпе она создает ощущение эмоционального подъема.

Таким образом, можно сделать вывод, что в современном мире для большинства людей реклама является неотъемлемой частью жизни.

Любая реклама может быть приятной или навязчивой, но каждая из них влияет на наше сознание. Ведь повтор роликов постоянно мелькает перед нашими глазами, и невольно, мы подчиняемся тому, что нам хотят внушить продавцы и производители. Она может навязывать нам что-то новое или противоестественное, внушать иные ценности, но мы не можем отрицать силы ее влияния. И именно благодаря рекламным роликам мы всегда будем испытывать неудовлетворенность в чем-либо. Увидеть, услышать, вкусить или почувствовать.

Список литературы

1. Алексунин В. А. Маркетинг: Учеб. пособие. – М.: Дашков и Ко, 2015.

Данилина С.А.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.
Тульский филиал Финуниверситета

ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В ОРГАНИЗАЦИИ

Формирование кадровой политики, включающей в себя правила, методы, принципы и приемы работы с сотрудниками, оформленные в систему и сформулированные в наборе документов, является одной из ключевых задач эффективного функционирования любой организации. Особую актуальность формирование кадровой политики приобретает в условиях острой рыночной конкуренции, когда для завоевания высококонкурентных позиций руководству предприятия необходимо не только сохранить квалифицированные кадры, но и обеспечить эффективный отбор, подбор, найма персонала, обучение и переобучение в соответствии с потребностями организации, что будет способствовать созданию сплоченной, ответственной, мобильной, высокопроизводительной команды, способной решать любые задачи.

Теоретическим аспектам кадровой политики уделено значительное внимание как отечественными, так и зарубежными учеными. Особый вклад в формирование теоретических основ кадровой политики внесли такие авторы, как Ф.У. Тейлор, Базаров Т.Ю., Н.А. Чижова, Половинко В.С. и др.

В словарях русского языка значение термина политика определяется в традиционном историческом аспекте, как социально-экономическая деятельность отдельных групп людей в масштабе государства, а также более абстрактно: как линия поведения, способ действий, направленных на достижение чего-либо.

Интересным является определение кадровой политики, данное родоначальником теории управления Ф. У. Тейлором: кадровой политикой – это развитие каждого отдельного рабочего до максимальной доступной ему производительности и максимального благосостояния; подбор, обучение и расстановка рабочих на те рабочие места и задания, где они могут дать наибольшую пользу.

Цель кадровой политики – обеспечение оптимального баланса процессов обновления и сохранения численного и качественного состава кадров в соответствии с потребностями самой организации, требованиями действующего законодательства и состоянием рынка труда [4, с. 211].

По мнению Н. А. Чижова, кадровой политикой предприятия, фирмы – это комплекс организационных и содержательных мер, направленных на эффективное использование способностей и профессиональных навыков каждого отдельного работника в реализации конечных целей организации, предприятия, фирмы.

По мнению Половинко В. С., кадровой политикой ассоциируется с различными областями управления персоналом: политикой подбора и расстановки кадров, оплаты труда и вознаграждений, обучения персонала

и т. д. Это отражает и приоритеты управления персоналом, и идеологию, и методологические подходы к решению проблем управления персоналом [3, с. 234].

Общим фактором, в различных теоретических подходах к определению понятия кадровой политики является определение кадровой политики как целенаправленной деятельности по созданию трудового коллектива, которая наилучшим образом способствовала бы совмещению целей и приоритетов предприятия и его работников.

Немаловажную роль в планировании кадровой политики является ее инструменты: кадровое планирование; текущая кадровая работа; руководство персоналом; мероприятия по его развитию, повышение квалификации; мероприятия по решению социальных проблем; вознаграждению и мотивации.

Необходимо заметить, что как таковой кадровой службы вновь формирующихся организаций нет. Для формирования кадрового состава важно сформулировать требования к будущим работникам, найти источники наименее затратного привлечения персонала и его адаптации.

Однако менее всего на стадии формирования обращается внимание на создание самой системы работы с персоналом, формирование корпоративных принципов, а также просто системы работы с кадровой документацией. Основные задачи по управлению персоналом на данном этапе: подготовка организационного проекта: проектирование организационной структуры; расчет потребности в персонале; анализ кадровой ситуации в регионе; разработка системы стимулирования труда; формирование кадрового состава: анализ деятельности и формирование критериев отбора кандидатов; определение сегмента рынка рабочей силы, из которой целесообразно проводить набор; разработка системы и принципов кадровой работы: формирование кадровой политики и плана кадровых мероприятий; формирование самой кадровой службы (организационной структуры, набор состава); разработка системы сбора, хранения и использования кадровой информации [1, с. 38].

Кадровая политика должна опираться на такие принципы, как справедливость, последовательность, соблюдение трудового законодательства, равенство и отсутствие дискриминации. Иногда она может иметь дискриминационный характер по возрастному, национальному, половому и т.п. признаку, т.е. противоречить действующему трудовому законодательству.

Реализация кадровой политики осуществляется через специально разработанные технологии и методы. К ним относятся: подбор и продвижение кадров, обмен кадровой информацией, прогнозирование потребности в кадрах, оценка персонала, формирование команд для решения определенных задач и др. главным рычагом проведения в жизнь кадровой политики, вырабатываемой высшим эшелоном управления, являются административные полномочия руководителей, используемые ими в отношениях с непосредственными подчиненными.

Проблемы при реализации кадровой политики возникают в том случае, если усилится влияние факторов, которые ранее не включались в рассмотрение, что приведет к резкому изменению ситуации, например, при существенном изменении рынка, появлении нового товара, который может вытеснить имеющийся сейчас у предприятия. С точки зрения кадровой работы необходимо будет провести переобучение персонала, однако быстрая и эффективная переподготовка может быть успешно проведена, например, на предприятии, обладающем скорее молодым персоналом, чем на предприятии, имеющем очень квалифицированный, хорошо специализированный персонал пожилого возраста. Таким образом, понятие “качество персонала” включает еще один параметр, который скорее всего не был учтен при подготовке плана кадровой работы в рамках данного типа кадровой политики [5].

В основе формирования кадровой политики лежит анализ структуры персонала, эффективности использования рабочего времени, прогнозы развития производства и занятости. Иногда эта работа проводится с помощью специальных консалтинговых организаций, и хотя оплата их услуг весьма высока, отдача, как показывают исследования, в два десятка раз перекрывает затраты [2, с. 17].

Таким образом, можно сделать вывод, что организация кадровой политики на предприятии в современных условиях имеет очень важное значение: хорошо организованная кадровая политика обеспечивает своевременное укомплектование кадрами рабочих мест, бесперебойное функционирование производства, своевременное освоение новой продукции, формирование необходимого уровня трудового потенциала коллектива предприятия при минимизации затрат, стабилизацию коллектива благодаря учету интересов работников, предоставление возможностей для квалификационного роста и получения других льгот, формирование более высокой мотивации к высокопроизводительному труду, рациональное использование рабочей силы по квалификации и в соответствии со специальной подготовкой.

Список литературы

1. Иванцевич Дж. М., Лобанов А. А. Человеческие ресурсы управления. Основы управления персоналом. -- М.: Дело, 2015. – 300 с.
2. Маслова А.Ю. Сущность современной кадровой политики // Управление персоналом. - 2016. – 254 с.
3. Половинко В. С. Управление персоналом: системный подход и его реализация: Монография / Под науч. ред. Ю. Г. Одегова. — М.: Информ-Знание, 2014. — 483 с.
4. Управление персоналом: Учебник для вузов. / Под ред. Т. Ю. Базарова, Б. Л. Еремина. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2015. – 423 с.
5. <http://www.fast-education.ru>

ЭКОНОМИКА РОССИИ: ОТ РЕЦЕССИИ К ВОССТАНОВЛЕНИЮ

На фоне улучшения внешних условий, повышения цен на нефть и роста макроэкономической стабильности в российской экономике появились обнадеживающие признаки преодоления рецессии, в которую она вступила в 2014 году. В 2016 году ВВП России сократился на 0,2% к предыдущему году (в 2015 году – на 2,8%), и в первом квартале 2016 года экономика прошла пик кризиса (рисунок 1). Зарождающаяся положительная динамика сохранилась и в 2017 году. Рост ВВП в первом квартале 2017 года составил 0.5 процентов к соответствующему периоду 2016 года. За первые четыре месяца 2017 года объем промышленного производства вырос на 0.7% к соответствующему периоду предыдущего года. В первом квартале 2017 года рост в сельском хозяйстве составил 0,7% к соответствующему периоду предыдущего года, а индексы PMI указывают на рост и в обрабатывающей промышленности, и в секторе услуг (рисунок 2). Процесс адаптации экономики облегчило повышение макроэкономической стабильности, обусловленное ответными мерами экономической политики, которые были приняты правительством, включая переход на режим плавающего валютного курса, сокращение расходов бюджета и рекапитализацию банков, наряду с использованием средств Резервного фонда.

Наблюдается улучшение основных экономических и финансовых тенденций и показателей России. Умеренно жесткие денежно-кредитные условия способствовали снижению средних темпов инфляции с 15,6% в 2015 году до 7,1% в 2016 году. Целевой показатель инфляции в размере 4%, запланированный на конец текущего года, был практически достигнут уже в апреле 2017 года, когда инфляция сократилась до 4,1% к соответствующему периоду предыдущего года.

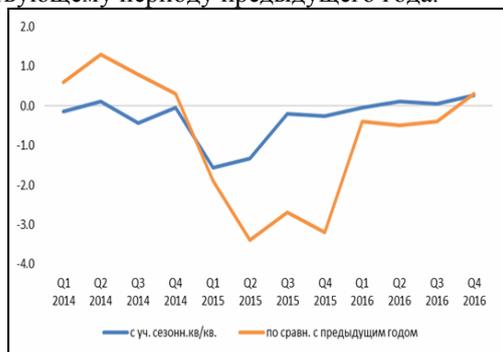


Рисунок 1. В первом квартале 2016 г. российская экономика прошла пик кризиса. Рост ВВП (в % к соответствующему периоду предыдущего года и к предыдущему кварталу с учетом сезонности)

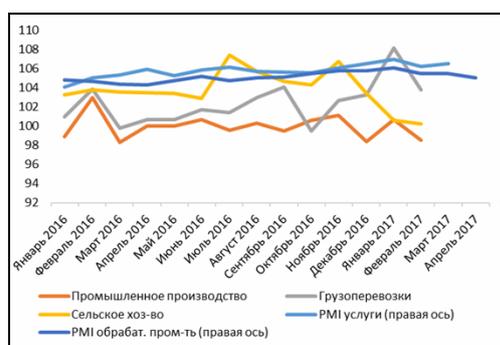


Рисунок 2. Положительная динамика сохранилась и в 2017 г. Рост ПП, с/х и грузооборота, (в % к соответствующему периоду предыдущего года)

Учитывая, что снижению общей инфляции способствовал ряд временных факторов, Банк России придерживался осторожного подхода к смягчению денежно-кредитной политики, поскольку инфляционные ожидания оставались повышенными несмотря на тенденцию к снижению. [1] Уровни занятости и экономической активности населения были по-прежнему близки к историческому максимуму, а уровень безработицы – к историческому минимуму (рисунок 3). В банковском секторе отмечались признаки повышения стабильности и возврат к докризисному уровню рентабельности. Ключевые показатели кредитного риска и эффективности банковской деятельности, в основном, оставались без изменений (рисунок 4), свидетельствуя о том, что тенденция к ухудшению, вероятно, преодолена. Уровень достаточности капитала оставался стабильным и составлял около 13%.



Рисунок 3. Отмечаются высокие уровни занятости и экономической активности населения (%)



Рисунок 4. Ключевые показатели кредитного риска и эффективности банковской деятельности остаются стабильными

Однако за общим улучшением основных показателей скрываются большие различия. На фоне дальнейшего падения потребительского спроса, вызванного продолжительным сокращением реальных доходов, в 2016 году сохранился низкий уровень внутреннего спроса (снижение на 2,4% к соответствующему периоду предыдущего года). Инвестиции в основной капитал также оставались незначительными и в 2016 году сократились на 1,2% по сравнению с 2015 годом.

И хотя экспортноориентированное производство – благодаря слабому рублю – сыграло важную роль в расширении торгуемых отраслей, во многих отраслях обрабатывающей промышленности рост объема производства не был поддержан ростом инвестиций. Что касается динамики доходов, то, реальная заработная плата начала расти на фоне замедления инфляции, а располагаемые доходы продолжали сокращаться в реальном выражении – прежде всего, под воздействием источников доходов, не связанных с заработной платой. Кроме того, дальнейшее сокращение располагаемых доходов привело к некоторому повышению уровня бедности: на 0,2 процентных пункта в 2016 году по сравнению с 2015 годом. 19,8 млн человек или 13,5% населения по-прежнему имели доходы ниже прожиточного минимума. В банковском секторе, хотя и не было никаких признаков дальнейшего ухудшения, по-прежнему отмечался исторически высокий уровень проблемных кредитов: почти 10%. А сектору МСП потребуется определенное время для адаптации к новым условиям. Этот сектор, являющийся одним из приоритетов для российского правительства, больше других пострадал от рецессии, поскольку в секторе МСП произошло наиболее резкое сокращение кредитования по сравнению с другими сегментами рынка.

Дефицит федерального бюджета вырос в 2016 году, но оставался под контролем. На фоне сокращения нефтегазовых доходов первичный дефицит федерального бюджета увеличился с 1,7% ВВП в 2015 году до 2,7% ВВП в 2017 году. Главными факторами ограничения дефицита бюджета были консолидация расходов и мобилизация некоторых доходов (в том числе, от приватизации компании «Роснефть»). По сравнению с 2015 годом объем первичных расходов сократился на 2,6% в реальном выражении. Пенсии были проиндексированы на величину ниже инфляции, а заработная плата государственных служащих и накопительный компонент пенсионной системы были заморожены. Расходы правительства в реальном выражении сократились по всем категориям, за исключением социальной сферы, охраны окружающей среды и национальной обороны (в последнем случае в значительной степени это было связано с погашением долга военным предприятиям в конце года).

Бюджетные параметры расширенного правительства ухудшились незначительно. В 2016 году первичный дефицит расширенного правительства достиг 2,8% ВВП (годом ранее – 2,6%). Бюджеты внебюджетных фондов были исполнены с небольшим дефицитом в размере 0,2% ВВП, а бюджетный дисбаланс в пенсионной системе увеличился. Трансферты из федерального бюджета на покрытие дефицита Пенсионного фонда РФ достигли 2,4% ВВП (в 2015 году – 2,1% ВВП), что отражает существенную зависимость Пенсионного фонда от федерального бюджета.

Качество региональных бюджетов и проблемы, связанные с растущим значением бюджетных кредитов федерального правительства, характеризуются значительными межрегиональными различиями. По итогам 2016 года первичный профицит консолидированного бюджета субъектов федерации составил 0,2% ВВП. Российские регионы довольно неплохо пережили недавний экономический спад, демонстрируя незначительные дефициты бюджета и, в целом, умеренный уровень долга. Однако структура долга регионов представляет собой проблему, поскольку, это, в основном краткосрочные заимствования, для которых характерен риск пролонгации. Значительная часть долга субъектов федерации (39%) приходится на краткосрочные кредиты, предоставленные коммерческими банками. Кроме того, некоторые региональные правительства имеют высокий уровень задолженности.

Адаптация экономики в российских регионах осуществлялась не за счет мобилизации доходов, а за счет широкомасштабного сокращения расходов, причем наибольшему сокращению подверглись расходы на социальную сферу и капиталовложения. Ключом к раскрытию потенциала роста на субфедеральном уровне будет повышение качества управления долгом (сокращение риска пролонгации, мобилизация дополнительных доходов и сокращение расходов там, где это целесообразно), а также повышение эффективности государственного сектора в регионах.

В начале 2017 года отрицательное сальдо федерального бюджета уменьшилось благодаря увеличению нефтегазовых доходов. За первые три месяца 2017 года, на фоне повышения цен на нефть нефтегазовые доходы федерального бюджета выросли на 2,2% ВВП, по сравнению с соответствующим периодом прошлого года, достигнув 7,6% ВВП. Объем первичных расходов федерального бюджета увеличился на 0,2% ВВП, достигнув 18,6% ВВП. С учетом этого первичный дефицит федерального бюджета составил в январе-марте 2017 года 0,5% ВВП по сравнению с 2,4% ВВП за тот же период прошлого года. Однако ненефтегазовый первичный дефицит федерального бюджета немного вырос в январе-марте 2017 года на фоне увеличения расходов и составил 8,0% ВВП по сравнению с 7,9% ВВП за тот же период прошлого года.

Ориентируясь на предложенное введение нового бюджетного правила, правительство приняло к исполнению федеральный закон о трехлетнем федеральном бюджете и ввело механизм валютных интервенций на внутреннем рынке. Федеральный закон о трехлетнем бюджете на 2017-2019 годы предусматривает значительную бюджетную консолидацию – в основном, за счет сокращения расходов, но в том числе и усилий по мобилизации доходов. Цена нефти, заложенная в законе о бюджете на 2017-2019 годы, составляет 40 долларов за баррель.

В федеральном законе о трехлетнем бюджете консолидации расходов уделяется больше внимания, чем мобилизации доходов. По сравнению с 2016 годом первичные расходы федерального бюджета должны сократиться в течение трех лет примерно на 7% в реальном выражении (с пересчетом по ИПЦ) или на 3,6% ВВП, причем это сокращение практически равномерно распределено по годам. Наиболее значительное сокращение предполагается в таких категориях, как национальная оборона, национальная экономика и жилищно- коммунальное хозяйство. В течение трех лет все расходы федерального бюджета сократятся в реальном выражении, за исключением расходов на охрану окружающей среды. К 2019 году сокращение расходов на социальную политику составит 2,5% в реальном выражении по сравнению с 2016 годом, что потребует повышения адресности этих расходов. Наряду с бюджетной консолидацией будут предприняты определенные усилия по мобилизации доходов: в 2017–2019 годах правительство планирует привлечь доходы в размере 1,1% ВВП – преимущественно за счет поступления дивидендов от компаний, контролируемых государством, и увеличения налоговых поступлений от предприятий энергетического сектора. В России доля государственных расходов в ВВП меньше, чем в других странах, и это позволяет предположить, что, помимо сокращения расходов, возможно, стоит уделить больше внимания мобилизации доходов. С учетом такой динамики мы ожидаем, что экономика перейдет от рецессии к восстановлению. [2]

Подтверждая прогнозы, приведенные в предыдущем Докладе об экономике России (ноябрь 2016 г.), мы ожидаем, что рост российской экономики составит 1,3% в 2017 году и по 1,4% в 2018 и 2019 годах. Ожидается, что основным фактором оживления экономики будет позитивный эффект от условий внешней торговли, обусловленный ростом цен на нефть, наряду с более стабильными макроэкономическими условиями. Российский нефтяной сектор, являясь одним из трех крупнейших мировых экспортеров нефти, продемонстрировал свою устойчивость и, несмотря на неблагоприятные условия, увеличил объем добычи и экспорта нефти благодаря увеличению объемов добычи небольшими и средними компаниями (включая Газпромнефть, Новатек, Татнефть, Русснефть и Башнефть). Кроме того, ожидается, что общий объем добычи нефти вырастет до 11,38 млн баррелей в сутки в 2017 году и достигнет своего пика – 11,54 млн баррелей в сутки – в 2018 году, поскольку новые проекты с лихвой компенсируют сокращение добычи на старых месторождениях.

Ожидается, что в 2017-2019 годах источником роста будет потребление, а инвестиции будут играть вспомогательную роль. Мы ожидаем дальнейшее замедление общей инфляции, которая снизится до уровня немногим менее 4% к концу 2017 года и стабилизируется на уровне около 4% в 2018-2019 годах. Снижение темпов инфляции будет способствовать повышению реальной заработной платы, которая станет главным источником роста реальных доходов. Предполагается, что этот фактор, наряду с улучшением настроений потребителей и условий кредитования, приведет к росту частного потребления на 1,8% в 2017 году и 2,5% в 2018 и 2019 годах. Кроме того, в течение прогнозного периода ожидается оживление инвестиционного спроса в связи с пополнением товарно-материальных запасов, которое начнется в 2017 году, и ростом инвестиций в основной капитал благодаря макроэкономической стабилизации и улучшению настроений инвесторов. Чемпионат мира по футболу 2018 года может стать дополнительным фактором роста государственных инвестиций. Ожидается, что в 2017 году вклад чистого экспорта в рост экономики будет отрицательным, поскольку в 2017 году прогнозируется опережающий рост импорта по сравнению с ростом экспорта, что обусловлено повышением внутреннего спроса под влиянием пополнения товарно-материальных запасов и отложенным спросом на инвестиционный импорт. В таблице представлен прогноз общего роста экономики, отдельных компонентов роста по направлениям расходов, а также их вклада в прогнозируемый экономический рост.

Прогнозируемый рост составит в 2017-2019 гг. от 1,3 до 1,4%

| | Прогноз роста (в % к предыдущему году) | | | Вклад в экономический рост (в процентных пунктах) | | |
|---------------------------------------|--|------|------|---|------|------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2017 | 2018 | 2019 |
| ВВП | 1,3 | 1,4 | 1,4 | 1,3 | 1,4 | 1,4 |
| Потребление | 1,1 | 1,6 | 1,6 | 0,7 | 1,0 | 1,1 |
| Валовое накопление | 8,0 | 1,5 | 1,1 | 1,5 | 0,3 | 0,2 |
| Валовое накопление основного капитала | 2,0 | 2,5 | 3,5 | 0,4 | 0,5 | 0,7 |
| Экспорт | 2,0 | 2,3 | 2,5 | 0,6 | 0,7 | 0,8 |
| Импорт | 10,0 | 4,0 | 4,0 | -1,5 | -0,6 | -0,7 |

Прогноз темпов экономического роста остается чувствительным к изменению цены на нефть. Несмотря на принимаемые экономические меры, направленные на снижение чувствительности, волатильность нефтяных цен будет по-прежнему влиять на настроения потребителей и производителей. Мы предполагаем, что ответная реакция экономики на колебания цены нефти в сторону повышения будет чуть сильнее благодаря улучшению настроений инвесторов. [2]

С учетом замедления инфляции и возобновления роста частных доходов и частного потребления ожидается снижение уровня бедности. Уровень доходов будет также поддерживаться ростом пенсий,

проиндексированных на величину инфляции по состоянию на конец года, и, по всей вероятности, повысится в реальном выражении в течение 2017 года.

Среднесрочный прогноз развития российской экономики носит благоприятный характер. Темпы роста, прогнозируемые на 2017-2019 годы, составляют от 1,3 до 1,4%. Самым важным фактором такого оживления экономики является поддержание макроэкономической стабильности. Кроме того, можно ожидать, что возврат к среднесрочному бюджетному планированию и внедрение усовершенствованного бюджетного правила повысит экономическую предсказуемость. Прогнозируемый рост внутреннего спроса также должен способствовать оживлению экономической деятельности в различных секторах экономики.

Однако долгосрочные перспективы экономического роста в России остаются ограниченными вследствие низкого уровня производительности. Даже в таком секторе, как, например, сельское хозяйство, которое отличается относительно высокими показателями развития остаются неиспользованные возможности повышения продуктивности земель и капиталотдачи, несмотря на рост доходов и рентабельности в производстве свинины и молочном животноводстве. На фоне низких темпов роста СФП и сокращения численности населения трудоспособного возраста потенциал роста объемов производства остается, в лучшем случае, скромным (примерно 1-1,5% ВВП), что сдерживает темпы восстановления ВВП. [3]

Ускорение роста производительности остается главным условием достижения всеобщего, устойчивого и динамичного экономического роста в России.

Список литературы

1. Мовчан А. А. Из каких ожиданий рассчитывался российский бюджет-2016. — Carnegie.ru. — 2015. — 9 ноября // <http://carnegie.ru/commentary/2015/11/09/ru-61908/ilb1>
2. Борусяк Л., Левинсон А. Жить не по лжи: доверяют ли россияне правительству и друг другу. — РБК. — 2016. — 5 августа // <http://www.rbc.ru/opinions/society/05/08/2015/55c20a909a794739aa440386>
3. Волков Д. Социология: Родина вне критики. — Ведомости. — № 4036. — 2016. — 18 марта (<https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/03/18/634111-rodina-kritiki>).

Дробышевский О.Р.

Научн. Рук: ст. преп. Зотова О.И.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

С чем же в первую очередь столкнется человек, решивший открыть свой бизнес? Для открытия своего дела нужен стартовый капитал. Как правило, за отсутствием собственных средств, люди идут в банк с надеждой получить кредит на выгодных условиях. На деле, получить его не так легко. Банки в большинстве случаев опасаются выдавать кредиты начинающим предпринимателям: государственная поддержка малого бизнеса мала, залоги невелики, бизнес-план кажется плохо подготовленным. Если кредит все же удалось получить, то высокая процентная ставка заставляет предпринимателя постоянно чувствовать себя должником перед банком. В результате, нехватка финансирования малого бизнеса со стороны банков. Ниже представлена таблица с условиями выдачи кредитов малому бизнесу некоторыми банками России. [1]

Таблица 1. Выдача кредитов малому бизнесу коммерческими банками России на 2017 год. [4]

| Название банка | Размер кредита | Процентная ставка | Срок |
|----------------|----------------------------------|-------------------|----------------|
| Сбербанк | От 100 000 до 3 000 000 рублей | 16,5-18,5 % | До 36 месяцев |
| Альфа-Банк | От 100 000 до 2 000 000 рублей | 20 % | До 6 месяцев |
| Промсвязьбанк | От 1 000 000 до 5 000 000 рублей | 13,7 % | 12-180 месяцев |
| ВТБ | До 15 000 000 рублей | 14-19 % | До 84 месяцев |

Вторая проблема, ограничивающая возможности предпринимателей – налоги. Несмотря на то, что налогоплательщику помимо единого налога на вмененный доход и единого сельскохозяйственного налога теперь предоставляется возможность перейти на упрощенную систему налогообложения (УСН), существенно легче жизнь предпринимателя не становится. Хотя предприятие освобождается от ряда таких налогов, как НДС, налога на прибыль и на имущество, на замену приходят другие существенные ограничения: невозможность заниматься определенными видами деятельности, количественные ограничения работников, а такое условие, как запрет на открытие филиалов и представительств, сильно ограничивает перспективы расширения малого бизнеса. За период 2013-2015 годов 350 тысяч предпринимателей, занимающихся малым бизнесом, отказались от этого вида деятельности.

Малый бизнес сильно влияет на экономический рост в стране и на ВВП. Во всех развитых странах малый бизнес ценится, и его доля в ВВП составляет 60-70% (см. Таблицу 2). Фактором, который помогает развитию малого бизнеса, является правильная налоговая политика государства.

Однако статья расходов предпринимателей не ограничивается одним налогообложением. Следующим пунктом, так или иначе, окажется плата за аренду, размер которой не ограничен законодательством. Арендодателям никто не запрещает постоянно повышать плату за помещения. В Москве эти цифры доходят до таких величин, что шансы начинающего с нуля предпринимателя открыть в столице свой бизнес очень малы. Отсюда вытекает тот факт, что в таких крупных городах, как Москва, Санкт-Петербург и др. позволить себе владеть торговой точкой могут только вертикально интегрированные структуры. Крупные торговые сети, способные платить за такую аренду, открывают магазины в торговых центрах, куда ходит большая часть населения. Малый же бизнес остается в стороне.

Таблица 2. Малый бизнес в разных странах. [2, с. 5]

| Страны | Количество предприятий (тыс.) | Количество занятых (млн.) | Доля малого бизнеса в ВВП (%) | Количество занятых на одном предприятии |
|----------|-------------------------------|---------------------------|-------------------------------|---|
| Германия | 2290 | 18,5 | 50 - 52 | 8,0 |
| Италия | 3920 | 16,8 | 57 - 60 | 4,2 |
| США | 7300 | 70,2 | 50 - 52 | 9,6 |
| Япония | 6450 | 39,5 | 52 - 55 | 6,0 |
| Россия | 844 | 8,3 | 10 - 11 | 9,9 |

С чем же сталкиваются те предприниматели, которые пытаются в проблемных ситуациях отстоять свои права? Единого законодательства, к которому можно было бы обращаться предпринимателям, нет. Хотя есть отдельные документы и положения о ведении бизнеса, в стране отсутствует единая правовая база, более того, некоторые нормативные акты противоречат друг другу. Отсюда можно сделать вывод, что у российского предпринимательства отсутствует реальная защита и поддержка со стороны государства. В связи с этим можно назвать еще одну важную проблему – нет развития в инновационной сфере. Внедрение инноваций в производство требует больших капиталовложений. У малого бизнеса недостаточно средств для таких инвестиций, тут требуется государственное финансирование. Негативно сказывается на малом бизнесе еще один аспект – нехватка квалифицированных кадров, которая с каждым годом все больше возрастает. Такую проблему не решить быстро какими-либо законами. Здесь потребуются немалое времени для того, чтобы обучить людей, повысить квалификацию персонала, подготовить специалистов своего дела. Те специалисты в нашей стране, которые имели высокую квалификацию, в основном работают за границей на иностранные компании.

Еще одной проблемой, сказывающейся на малом бизнесе, можно назвать низкую платежеспособность населения, что сказывается на объеме продаж.

Некоторые предприниматели на заре своей деятельности сталкиваются с еще одной трудностью – регистрацией своего бизнеса. В среднем, если смотреть по всей России, для регистрации бизнеса требуется пройти около девяти операций, которые занимают примерно 23 дня (зависит от местного законодательства). Точные данные по 30 городам Российской Федерации представлены в Таблице 3.

Таблица 3. Оценка легкости открытия бизнеса в 30 городах России [3]

| Страна | Создание предприятий рейтинг | Процедуры (количество) - для мужчин | Время в днях - для мужчин | Стоимость (% от дохода на душу населения) |
|-----------------|------------------------------|-------------------------------------|---------------------------|---|
| Санкт-Петербург | 1 | 7 | 17 | 2,1 |
| Волгоград | 2 | 8 | 22 | 2 |
| Ульяновск | 3 | 8 | 21 | 2,1 |
| Казань | 4 | 9 | 21 | 1,7 |
| Ставрополь | 4 | 7 | 23 | 2,2 |
| Петрозаводск | 6 | 7 | 23 | 2,2 |
| Ярославль | 7 | 7 | 27 | 2 |
| Иркутск | 8 | 10 | 19 | 2,1 |
| Якутск | 8 | 7 | 25 | 2,2 |
| Выборг | 10 | 8 | 25 | 2 |
| Калининград | 11 | 8 | 16 | 2,4 |
| Мурманск | 12 | 7 | 25 | 2,2 |
| Пермь | 13 | 7 | 25 | 2,2 |
| Киров | 13 | 7 | 29 | 2,1 |

| | | | | |
|----------------|----|----|----|-----|
| Воронеж | 15 | 8 | 18 | 2,5 |
| Томск | 15 | 8 | 23 | 2,2 |
| Калуга | 17 | 11 | 22 | 2,1 |
| Владивосток | 18 | 8 | 23 | 2,3 |
| Омск | 19 | 8 | 25 | 2,3 |
| Саранск | 20 | 11 | 20 | 2,3 |
| Тверь | 21 | 8 | 25 | 2,4 |
| Самара | 22 | 10 | 19 | 2,5 |
| Новосибирск | 23 | 11 | 22 | 2,3 |
| Хабаровск | 24 | 8 | 23 | 3 |
| Москва | 25 | 9 | 30 | 2,1 |
| Ростов-на-Дону | 26 | 11 | 21 | 2,5 |
| Владикавказ | 27 | 12 | 22 | 2,3 |
| Кемерово | 28 | 11 | 22 | 2,5 |
| Екатеринбург | 29 | 8 | 33 | 2,4 |
| Сургут | 30 | 11 | 22 | 3 |

Средняя стоимость открытия бизнеса в России – 2,3% дохода на душу населения. Она изменяется в пределах 1.7 % дохода на душу населения в Казани, до 3% в Хабаровске и Сургуте. В 2001 первом году стала возможной регистрация бизнеса онлайн в четырех городах – Москве, Санкт-Петербурге, Оренбурге и Туле. На деле, многим другим городам такая процедура тоже была доступна. Однако лишь в Санкт-Петербурге ожидания были оправданы, и регистрация занимала 6 дней, в остальных же городах сроки были превышены. [3]

Изучив проблемы малого бизнеса в России, можно назвать основные трудности, с которыми сталкиваются предприниматели. Вот те направления, на улучшение состояния которых должна быть направлена политика государства:

Регистрация своего бизнеса – облегчить процедуру регистрации, уменьшить время, которое требуется для узаконивания бизнеса.

Кредитование – сделать доступными кредиты малому бизнесу, уменьшить процентные ставки, мотивировать предпринимателей открывать свой бизнес выгодными условиями получения начального капитала.

Налогообложение – поощрять предпринимателей низкими налогами на малый бизнес, освобождать от налогов начинающие компании на период их становления, способствовать развитию.

Аренда – следить за тем, чтобы размер арендной платы оставался в определенных рамках, усовершенствовать процедуру сдачи в аренду помещения, чтобы у арендатора и нанимателя не возникали конфликтные ситуации.

Законодательство – сформировать единую законодательную базу для малого бизнеса, на которую можно было бы полагаться предпринимателям, сделать малый бизнес защищенным со стороны государства, строго следить за исполнением законодательства.

Кадровая политика – проявить заинтересованность в отношении формирования квалифицированных кадров, создавать выгодные условия для профессионалов в нашей стране, чтобы люди оставались работать на отечественные компании, а не уезжали за границу.

Создав благоприятные условия для развития малого бизнеса в России, можно увеличить ВВП, т.е. поднять экономику нашей страны. Малый бизнес легко адаптируется к существующим условиям, способен быстро принимать решения, реагирует на то, что непосредственно сейчас необходимо на рынке.

Список литературы

1. Электронный научно-практический журнал «Экономика и менеджмент инновационных технологий» [электронный ресурс] <http://ekonomika.snauka.ru/2014/03/4134>
2. Ибадова Л.Т. Финансирование и кредитование малого бизнеса в России: правовые аспекты. – Волтрес Клувер, 2006. С. 4-6
3. DOING BUSINESS. Всемирный банк. [электронный ресурс] <http://russian.doingbusiness.org/data/exploretopics/starting-a-business/russia>
4. Бизнес-банки [электронный ресурс] <https://biznes-banki.ru/kredit-dlya-malogo-i-srednego-biznesa>

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

В современных условиях сфера розничной торговли как опорная составляющая развитых экономических отношений во многом способствует решению главной задачи общественного производства – удовлетворению разносторонних потребностей людей. Именно розничная торговля, реализуя произведенную потребительскую стоимость, связывает производство с потреблением и поддерживает баланс между спросом и предложением. В России розничная торговля является быстро развивающимся сектором экономики, темпы роста которого составляют 15–20% в год [2, с.77].

Динамичное развитие торговли предопределяет обострение конкуренции и изменение характера конкурентной борьбы в этой сфере, обуславливает необходимость расширения области применения средств маркетинга в управлении торговыми предприятиями. Однако быстрые темпы глобализации мировой экономики, высокая степень схожести товаров различных производителей и индивидуализация запросов потребителей снижают эффективность ценовых методов ведения конкуренции и применения традиционных средств маркетинга. В этой связи возникает необходимость использования инновационных подходов в деятельности розничных торговых сетей. Поэтому наиболее актуальной маркетинговой стратегией, позволяющей сохранить имеющиеся конкурентные преимущества торговых компаний и вести рентабельный бизнес с учетом современных тенденций, становится маркетинг отношений [1, с.83].

Процесс оказания торговой услуги характеризуется такими особенностями, как несохраняемость, неотделимость от производителя, неосвязаемость непостоянство качества, называемыми «4Н». Из данных характеристик услуг вытекают основные задачи управления розничными торговыми сетями:

- управление качеством (для соответствия воспринимаемого качества товара и услуг ожиданиям потребителей необходимо определение целевого рынка и наиболее ценных для потребителя характеристик услуг, высокие стандарты сервиса, мероприятия по повышению качества услуг и их контроль, проведение потребительских опросов);
- управление производительностью (разделение деятельности по степени контакта с потребителем, конвейерного подхода к обслуживанию, повышение степени участия клиента в процессе обслуживания, установление равновесия спроса и предложения);
- управление человеческими отношениями (денежное и моральное стимулирование со трудников, уменьшение дистанции между сотрудниками и клиентами, обучение и ознакомление сотрудников с политикой компании, совершенствование условий работы);
- управление дифференцированием (позиционирование торговой сети на основе предлагаемого набора услуг, исходя из того какие характеристики услуг наиболее важны для потребителей и почему обслуживание, предоставляемое фирмам конкурентами не оправдывает ожиданий клиентов) [4, с.99].

Восприятие покупателем торговой услуги в розничной торговле не менее важно, чем восприятие самого товара, поскольку торговые услуги являются неотъемлемой частью предлагаемой покупателю потребительской ценности. Восприятие основной торговой услуги связано с той выгодой, пользой для потребителя, которая, как ожидается, должна обеспечивать удовлетворение основных потребностей. Восприятие реальной торговой услуги происходит через восприятие конкретного применяемого метода торговли, формы продажи, особенностей процесса торгового обслуживания.

Дополнительные торговые услуги воспринимаются покупателем как совокупность предлагаемых специальных ценностей – кредит, доставка, стимулирующие акции и так далее [3, с.121].

Восприятие товара с расширением и дополнительной торговой услуги тесно переплетаются, что вполне естественно с точки зрения невозможности их разделения в сознании обычного индивида, покупателя на практике.

Ограничения при установлении цен связаны, с одной стороны, с закупочной ценой товара, а с другой – с рыночным спросом на товар и конкуренцией. Специфика ценовой политики розничной сети состоит в том, что потребитель, как правило, совершает покупку в ассортименте, поэтому ценовая политика должна учитывать данное обстоятельство, например назначаться более низкие цены на одни товары, с учетом того, что одновременно с ними будут приобретены другие товары по достаточно высоким ценам [5, с.105].

Формирование цены в розничной торговле связано также с неценовыми затратами потребителей: временем, затрачиваемым на дорогу до предприятия розничной торговли; временем, проведенным в торговом предприятии (в том числе в очередях); эмоциональными издержками потребителя; интеллектуальными затратами (на поиск, выбор товаров). Во многих случаях неценовые факторы могут быть более значимы для потребителя, чем разница в уровне цен. Так как предприятия розничной торговли непосредственно взаимодействуют с конечным потребителем, то могут наблюдать за его реакцией на изменение цены. Вследствие этого торговые предприятия могут применять гибкое ценообразование и учитывать при определении цены особенности психологии потребителей.

Распределение для розничных торговых сетей из традиционного понятия переходит в новое качество, так как предприятие розничной торговли по отношению к производителям выступает как канал распределения [6, с.80].

Первая сфера маркетинга отношений направлена на звено «компания – потребитель» и подразумевает решение вопросов формирования товарного ассортимента, ценообразования, коммуникаций с потребителями, товародвижения. Вторая сфера направлена на звено «компания – контрагенты» и связана с формированием долгосрочных и взаимовыгодных отношений. Третья сфера – внутренний маркетинг направлена на звено «компания – персонал» и подразумевает введение культуры обслуживания, развитие маркетингового подхода к управлению кадрами, введение системы мотивации [4, с.155].

Эффективность внедрения маркетинга отношений в деятельность розничных торговых сетей выражается в достижении следующих положительных результатов:

- установление более тесных отношений с приоритетными потребителями, поставщиками и персоналом организации;
- повышение информированности потребителей и поставщиков о торговой сети;
- выявление идей о новых товарах и услугах торгового предприятия;
- расширение круга потребителей и поставщиков;
- уменьшение транзакционных затрат, связанных с привлечением новых потребителей, поставщиков и сотрудников.

Однако, несмотря на данные преимущества применения розничными торговыми сетями маркетинга отношений можно выделить следующие проблемы сопутствующие его внедрению:

- торговые предприятия предпочитают использовать традиционные методы маркетинга, использующиеся на протяжении многих лет;
- организационная структура торговых предприятий слабо ориентирована на потребителей;
- торговый персонал недостаточно подготовлен для работы с клиентами на основе принципов маркетинга отношений;
- недостаточно применяются в деятельности торговых предприятий маркетинговые исследования для выявления скрытых потребностей покупателей, оценке их удовлетворенности качеством обслуживания;
- отсутствует система долгосрочного маркетингового планирования, ориентированного на развитие отношений с потребителями, партнерами и сотрудниками торговой компании [1, с.104].

Таким образом, главная задача предприятия торговли при использовании всех инструментов в рамках проводимой маркетинговой политики, а особенно политики отношений, способствовать тому, чтобы покупатель пришел за товаром именно в данное торговое предприятие, использовать богатый спектр возможностей воздействия на потребителя для закрепления особого имиджа торгового предприятия в сознании потребителей.

Список литературы

1. Евстигнеева, Т.В. Маркетинг отношений на предприятиях розничной торговли / Т.В. Евстигнеева. – Ульяновск: УлГТУ, 2015. – 135 с.
2. Лосев, С. Смена экономических парадигм. Развитие клиенто-ориентированного подхода [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.4p.ru/>
3. Котлер, Ф. Маркетинг 3.0: от продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, И. Сетиаван; [пер. с англ. А. Заякина]. – М.: Эксмо, 2014. – 240 с.
4. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Ф. Котлер; Пер с англ. – М.: Альпина Паблишерз, 2014. – 211 с.
5. Никишкин, В.В. Особенности комплекса маркетинга в розничной торговле // Маркетинг в России и за рубежом. – 2017. – №4. – С. 45–50.
6. Здравомыслов, П.И. Комплекс маркетинга розничной сети // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2017. – №3(69). – С. 224–228.

Евтюнина К.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук Мясникова Е.Б.

Тулский филиал Финуниверситета

ОБЗОР ЗАПАДНЫХ И РОССИЙСКИХ МЕТОДИК ОЦЕНКИ ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА

В настоящий момент нашей рыночной экономике присущи такие явления как спад промышленности, экономический кризис, отсутствие инвестиций, ужесточение денежно-кредитных отношений, что, несомненно, приводит к несостоятельности хозяйствующих субъектов.

Банкротство организации, как правило, наступает в связи с кризисом в деятельности организации. В микроэкономике под кризисом понимается состояние хозяйствующего субъекта, характеризующееся слабой конкурентной позицией, финансовой неустойчивостью, ставящей под угрозу существование организации. Крайним проявлением микроэкономического кризиса является полная потеря платежеспособности, приводящая

к несостоятельности (банкротству) организации, т.е. неспособности организации погасить (оплатить) свои долги в срок и в полном объеме.

Основу российского института банкротства составляет Федеральный закон от 26 октября 2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)». Действие данного закона распространяется на все юридические лица, за исключением казенных предприятий, учреждений, политических партий и религиозных организаций. Закон «О несостоятельности (банкротстве)» также применяется при несостоятельности граждан, в том числе индивидуальных предпринимателей. В зарубежных странах для оценки риска банкротства и кредитоспособности организации широко используются факторные модели известных западных экономистов Альтмана, Бивера, Лиса, Таффлера и др., разработанные с помощью многомерного дискриминантного анализа.[1,с.193]

Сравнительная характеристика, зарубежных моделей оценки вероятности банкротства представлена в таблице 1.

Таблица 1-Сравнительная характеристика зарубежных моделей оценки вероятности банкротства

| Модель диагностики банкротства | Достоинства модели | Недостатки модели |
|---|---|--|
| Двухфакторная модель Э. Альтмана | Несомненным достоинством модели считается ее простота и возможность применения в условиях ограниченного объема информации предприятия. | Невысокая точность прогнозирования банкротства. |
| Пятифакторная модель Э. Альтмана (оригинальная) | Точность прогнозирования на горизонте до одного года составляет до 95%, на два года – до 83%, на 5 лет – до 70%. | Применима только для акционерных обществ, акции которых свободно продаются на рынке ценных бумаг, те. имеют рыночную стоимость. |
| У. Бивер | Возможность прогнозирования банкротства на временном интервале до 5 лет. | Весовые коэффициенты для индикаторов не предусмотрены, и итоговый коэффициент вероятности банкротства не рассчитывается. |
| Модель Ж. Конан и М. Голдер | Оценка производится в зависимости от вероятности задержки организацией платежей по обязательствам, что отвечает интересам кредиторов и соответствует целям внешнего экспресс-анализа. | Невысокая надежность получаемых прогнозов. В качестве переменной использовано отношение расходов на персонал к добавленной стоимости. Этот показатель невозможно точно определить по данным финансовой отчетности, а поскольку интервалы между уровнями платежеспособности невелики (в среднем 0,02), то небольшое искажение влечет неадекватный прогноз. |
| Методика Д. Дюрана | Дает интегральную оценку финансовой устойчивости на основе скорингового анализа. | В силу отсутствия в методике коэффициента абсолютной ликвидности и соотношения собственного и заемного капитала не следует ожидать относительно адекватной оценки. |
| Четырехфакторная модель Лиса | Механизм разработки и все основные этапы расчетов подробно описаны, что облегчает практическое применение методики. | Несостоятельные организации, имеющие высокий уровень, получают очень высокую оценку. Размер собственного капитала необоснованно увеличивается за счет несовершенной методики переоценки основных средств. Получаемые прогнозы неадекватны, поскольку достичь критического (отрицательного) уровня Z-счета практически невозможно (кризисные организации признаются финансово устойчивыми). |
| Модели Р. Таффлера | Простота расчета, возможность применения при проведении внешнего диагностического анализа. | Получаемые прогнозы неадекватны, поскольку достичь критического (отрицательного) уровня Z-счета практически невозможно. |

| | | |
|---------------------------|--|--|
| Модель Г. Спрингейта | Модель с одинаковой надежностью определяет как банкротов, так и стабильно работающие организации. Модель показывает достаточный уровень надежности прогноза. | Нет отраслевой и региональной дифференциации Z-счета. Между переменными наблюдается достаточно высокая корреляция. |
| Модель У. Флумера | Модель использует в качестве переменных 9 финансовых коэффициентов. Возможно динамическое прогнозирование финансового состояния. | Модель дает неадекватный прогноз. Критическое значение H-счета занижено, существуют определенные технические сложности в произведении расчетов. |
| Модель Ж. Лего | Модель включает только 3 коэффициента, что позволяет провести расчеты. | Ограничением для использования данной модели при проведении внешнего диагностического анализа является необходимость привлечения данных об объеме выручки и активах за два предыдущих периода. Модель использует в качестве одной из переменных величину акционерного капитала, поэтому применима только в отношении АО. |
| Методика Аргента (А-счет) | Является попыткой упорядочить о и систематизировать показатели. | Сложность применения заключается в «субъективизме» оценок, выставляемых экспертом. Кроме того, не всегда представляется возможным собрать все необходимую информацию для применения данной модели. |

Исследования зарубежных ученых в области прогнозирования банкротства организаций позволяют сделать вывод о том, что из множества используемых коэффициентов можно выбрать лишь несколько полезных и более точно предсказывающих банкротство организации. При этом использование тех или иных моделей на практике требует ситуационного подхода.[2,с.340]

Проблема прогнозирования возможного банкротства организации сегодня чрезвычайно актуальна в РФ. При этом в России пока еще отсутствует стабильная статистика банкротств организаций по причине молодости института банкротства, постоянно совершенствующегося законодательства, кризисов и особенностей экономики, что затрудняет достоверное прогнозирование возможного банкротства организации какими-то универсальными методиками. Существует также проблема достоверности информации о состоянии дел в конкретных организациях и трудности ее получения. Следовательно, несмотря на наличие большого количества методов, позволяющих прогнозировать финансовую состоятельность организации с той или иной степенью вероятности, ни одна из них не может претендовать на использование в качестве универсальной. Поэтому при диагностике банкротства организации, целесообразно использовать несколько методик одновременно, учитывая специфику сегодняшней действительности.[3,с.205]

Таким образом, оценивая существующие методики оценки экономического состояния предприятия и прогнозирования вероятности банкротства можно сделать вывод, что модели, отвечающей экономическим условиям современной России, учитывающей специфику экономики страны или отрасли в целом, пока не существует.

Официальная система критериев для оценки неплатежеспособности организации предусматривает расчет четырех коэффициентов: коэффициента текущей ликвидности, коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами и коэффициентов утраты и восстановления платежеспособности.

Предложим в качестве критериев для оценки вероятности банкротства коэффициент текущей ликвидности, коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами, коэффициент оборачиваемости активов, рентабельность продаж и собственного капитала.

Также для оценки вероятности банкротства предлагается использовать следующие показатели: коэффициент убыточности организации, характеризующийся отношением чистого убытка к собственному капиталу; коэффициент соотношения кредиторской и дебиторской задолженности; коэффициент соотношения краткосрочных обязательств и наиболее ликвидных активов; убыточность реализации продукции, характеризующийся отношением чистого убытка к объёму реализации этой продукции; коэффициент финансового рычага; коэффициент загрузки активов. В комплексный индикатор финансовой устойчивости организации для оценки вероятности банкротства включим следующие показатели: коэффициент

оборачиваемости запасов; коэффициент текущей ликвидности; коэффициент структуры капитала (леверидж); экономическую рентабельность; рентабельность продаж.

Для отнесения организации к той или иной группе с точки зрения вероятности банкротства предлагаем использовать следующую совокупность аналитических показателей: коэффициенты абсолютной ликвидности; критической оценки; текущей ликвидности; обеспеченности собственными средствами; финансовой независимости; финансовой независимости в отношении формирования запасов и затрат.[4,с.159]

Таким образом, за основу взяли существующие методики и для их совершенствования добавили ряд новых критериев, которые очень важны для прогнозирования банкротства предприятия.

Список литературы

1. Казаков А.П., Минаева Н.В. Экономика. – М., 2014. – 298 с.
2. Леонтьев В.Е. Банкротство. - М., 2014. – 329 с.
3. Общая экономическая теория. Учебник. /Под общей ред. акад. Видяпина В.И., акад. Журавлевой Г.П.. – М., 2015. – 336 с.
4. Сторчевой М.А. Банкротство: Учебник для средней школы. — СПб.: Экономическая школа, 2015.- 280 с.

Зинченко Е.А.

Научн. рук.: ст. преп. Зотова О. И.

Тулский филиал Финуниверситета

ЧТО ТАКОЕ БИЗНЕС-ПЛАН?

Бизнес-план сегодня не просто модное в России слово. Это официальный документ, который является одним из основных инструментов по добыванию денег. в западных деловых кругах его часто называют просто «сделка».

Бизнес-план появился у нас в начале 90-х годов и был принципиально отличным от действующих документов. Отнеслись к нему с прохладцей, многие поначалу не обратили на него внимание, другие, обратив, не придали должного значения. Придерживались привычных технико-экономических обоснований.

Вскоре, однако, выяснилось, что бизнес-план, если к нему отнестись серьезно, требует знаний отечественного бизнеса, его глубин. Не все и сразу стали разрабатывать, предъявлять и требовать бизнес-план.

Вскоре необходимость в бизнес-плане стала настолько очевидной, что уже в 1994-1995 гг. он становится обязательным. В январе 1995 г. московское правительство, например, опубликовало распоряжение, в котором впервые рекомендовало бизнес-план «в целях совершенствования методов расчета экономической эффективности проектных решений и коммерческой целесообразности вложений инвестиций в проектирование и строительство объектов и градостроительных комплексов [4].

Многие предприятия разрабатывают бизнес-планы по собственным методикам и рекомендациям, разрабатывают подробные перечни вопросов, на которые следует ответить в данном документе. Не только коммерческие банки, но и государственные организации требуют представления бизнес-плана от своих потенциальных помощников.

Бизнес-план является рабочим инструментом, используемым во всех сферах предпринимательства. Он описывает процесс функционирования предприятия, показывает, каким образом его руководители собираются достичь своих целей и задач. Хорошо разработанный бизнес-план помогает предприятию расти, завоевывать новые позиции на рынке, где оно функционирует, составлять перспективные планы своего развития, концепции производства новых товаров и услуг и выбирать рациональные способы их реализации, то есть в нем описываются основные аспекты будущего предприятия, с достаточной полнотой анализируются проблемы, с которыми оно столкнется (или не исключено, что столкнется) и самыми современными методами определяются способы решения этих проблем. Таким образом, бизнес-план – одновременно поисковая, научно-исследовательская и проектная (пред-проектная) работа [2].

Бизнес-план является постоянным документом; он систематически обновляется, в него вносятся изменения, связанные как с переменами, происходящими внутри предприятия, так и изменениями на рынке, где действует предприятие, и в экономике в целом. Бизнес-план увязывает внутрифирменный и макроэкономический анализ, проводимые специализированными научными организациями.

В связи с тем, что бизнес-план представляет собой результат исследований и организационной работы, имеющей целью изучение конкретного направления деятельности предприятия (продукта или услуги) на определенном рынке в сложившихся организационно-экономических условиях, он опирается на:

- конкретный проект производства определенного товара (услуг) – создание нового типа изделий или оказание новых услуг (особенности удовлетворения потребностей и т.д.);
- всесторонний анализ производственно-хозяйственной и коммерческой деятельности, целью которого является выделение его слабых и сильных сторон, специфики и отличий от других аналогичных предприятий;
- изучение конкретных финансовых, технико-экономических и организационных механизмов, используемых в экономике для реализации конкретных задач [2].

Не будет большим преувеличением назвать бизнес-план основой управления как коммерческим проектом, так и самим предприятием, осуществляющим этот проект. Ведь благодаря бизнес-плану у

руководства появляется редкая возможность взглянуть на собственное предприятие как бы со стороны, может быть, даже глазами придирчивого эксперта. Да и сам процесс разработки бизнес-плана, включающего детальный анализ экономических и организационных вопросов, заставляет «собраться», мобилизоваться, сосредоточиться [1].

Бизнес-план может быть подготовлен менеджером, предпринимателем, фирмой, группой фирм или консалтинговой организацией. Если у менеджера возникла идея освоить изготовление нового продукта, оказать новую услугу или просто новый метод организации и управления производством, он предлагает свою идею для бизнес-плана. Если он собирается реализовать свою концепцию самостоятельно (как самостоятельный предприниматель), он создает свой бизнес-план. Для разработки стратегии развития крупной фирмы создается развернутый бизнес-план. При его подготовке необходимо прежде всего решить, какая цель (или цели) преследуется. Необходимо сформулировать эту цель в письменном виде. Цели бизнес-плана могут быть различными, например, получение кредита, или привлечение инвестиций в рамках уже существующего предприятия, или определение направлений и ориентиров самого предприятия в мире бизнеса и т.д.

Предприятия, работающие в стабильной ситуации и производящие продукты для достаточно устойчивого рынка при росте объемов производства, разрабатывают бизнес-план, направленный на совершенствование производства и поиск путей снижения его издержек. Однако все эти предприятия постоянно предусматривают мероприятия по модернизации производимой ими продукции (услуг) и формируют их в виде локальных бизнес-планов [3].

Предприятия, выпускающие продукцию при постоянном риске, прежде всего систематически работают над бизнес-планами по освоению новых видов продукции по переходу на новые поколения изделий и т.д.

Если предприятие, наметив значительный рост производства вновь осваиваемых или традиционных продуктов, не имеет достаточно собственных мощностей для их производства, то оно может пойти либо путем привлечения капитальных вложений для создания новых мощностей, либо путем поиска партнеров, которым предприятие даст изготовление определенных узлов, деталей, выполнение технологических процессов, оно также разрабатывает соответствующий бизнес-план. Второй путь, как правило, обеспечивает ускоренное решение задач и требует меньше средств. В этом случае уже на стадии разработки бизнес-плана определяют требования к будущему производству.

Бизнес-план оценивает перспективную ситуацию как внутри фирмы, так и вне ее. Он необходим руководству фирмы для ориентации в условиях акционерной собственности и при создании товарищества. С помощью бизнес-плана руководство фирмы принимает решение, какая часть прибыли остается в деле для накопления, а какая распределяется в виде дивидендов между акционерами. Бизнес-план используется для обоснования мероприятий по совершенствованию и развитию организационно-производственной структуры фирмы, в частности для обоснования уровня централизации и ответственности [1].

Бизнес-план активно помогает координировать деятельность партнерских фирм, организовать, совместное планирование развития фирм, связанных кооперированием и изготовлением одного или взаимодополняющих продуктов. В этом случае может иметь место встречный процесс. Либо изменение готового продукта определяет необходимость развития у фирм-партнеров, изготавливающих в порядке кооперирования узлы, детали, являющиеся частями технологического процесса. Либо обоснование изменения отдельного элемента готового продукта, обеспечивающее повышение его ресурсов, определяет необходимость соответствующего изменения операции по производству конечного продукта. В любом случае фирмы-участники одного процесса, как правило, осуществляют общее финансирование [3].

Наиболее активно бизнес-план используется при поиске инвесторов, кредиторов, спонсорских вложений и т.д. Помогает бизнес-план крупным предпринимателям и предприятиям, которые собираются расширить дело, купив акции существующего предприятия или организовав новую организационно-производственную структуру.

Бизнес-план предусматривает решение следующих стратегических и тактических задач, стоящих перед предприятием, независимо от его функциональной ориентации:

- организационно-управленческая и финансово-экономическая оценка сегодняшнего состояния предприятия;
- выявление потенциальных возможностей предпринимательской деятельности предприятия, акцентируя внимание на сильных сторонах и не скрывая слабых;
- формирования инвестиционно-проектных целей этой деятельности на планируемый период.

В бизнес-плане обосновываются:

- общие и специфические детали функционирования предприятия в условиях конкретного рынка;
- выбор стратегии и тактики (методов) конкуренции;
- оценка финансовых, материальных, трудовых ресурсов, необходимых для достижения целей предприятия.

Бизнес-план дает объективное представление о стратегии и тактике развития производства и организации производственной деятельности, способах продвижения товара на рынок, прогнозирует цены, будущую прибыль, основные финансово-экономические результаты деятельности предприятия и вместе с тем определяет так называемые зоны риска, предлагает пути снижения этих рисков или по крайней мере их влияние на будущую прибыль [4].

Особенностью бизнес-плана как стратегического документа является его сбалансированность по постановке задач с учетом реальных финансовых возможностей предприятия. Чтобы бизнес-план был принят, он должен быть обеспечен необходимыми финансовыми ресурсами. Это в значительной мере определяет

характер проектов (концепций), которые изучаются при разработке бизнес-плана. Включение самого проекта в бизнес-план становится возможным лишь в том случае, если определены источники его

Бизнес-план должен быть представлен в форме, позволяющей заинтересованному лицу получить четкое представление о существе дела, степени своего участия в нем. Объем и степень конкретизации разделов бизнес-плана определяются спецификой и областью деятельности.

Список литературы

1. Бизнес-планирование: Учебное пособие / Под ред. В.З. Черняка, Г.Г. Чараева. - М.: ЮНИТИ, 2014. - 591 с.
2. Петухова, С.В. Бизнес-планирование: как обосновать и реализовать бизнес-проект: Практическое пособие / С.В. Петухова. - М.: Омега-Л, 2013. - 171 с.
3. Романова, М.В. Бизнес-планирование: Учебное пособие / М.В. Романова. - М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2016. - 240 с.
4. Стрекалова, Н. Бизнес-планирование: Учебное пособие / Н. Стрекалова. - СПб.: Питер, 2015. - 352 с.

Зотин О.С.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Городничев С.В.
Тульский филиал Финуниверситета

ПОТРЕБЛЕНИЕ НА РОССИЙСКОМ АЛКОГОЛЬНОМ РЫНКЕ

Рынок алкоголя в России — одна из ведущих отраслей экономики страны по объемам и уровню привлекательности для предпринимателей. Занимает лидирующую позицию среди других секторов пищевой промышленности. Является важным источником поступления денег в госбюджет, поскольку большая часть отечественного и ввозимого из-за рубежа алкоголя акцизная, что обеспечивает получение дополнительных доходов от любых видов продукции, реализуемой на территории РФ.

Алкогольный рынок условно делят на 3 сегмента:

- класс premium;
- factorybrands (заводские бренды);
- baseproducts (самые дешевые продукты — недорогая водка и большая часть сортов пива).

В зависимости от содержания этанола алкогольные напитки делятся на:

- крепкие (3-65 % об.) — коньяк, водка, ром, виски;
- средние (9-30 % об.) — вина, ликеры;
- слабые (1,5-8 % об.) — винные напитки, пиво, коктейли.

По наличию и продолжительности выдержки напитки делятся на три группы:

- без выдержки — водка;
- с непродолжительной выдержкой (до одного месяца) — ликероводочная продукция (ликеры, настойки, наливки, аперитивы);
- с длительной выдержкой (от трех месяцев до десяти лет и более) — вино, виски, коньяк, ром, джин.

Нынешнее состояние рынка алкогольной продукции России определяют экономическая ситуация и тенденции во всем мире. Причинами этого является не только импорт продукции из-за рубежа, но и общемировая тенденция сотрудничества рынков отдельных государств и создания глобальных региональных рынков.

Алкогольные напитки являются востребованным и рентабельным товаром, что делает его производство экономически выгодным. Но появление новых крупных игроков на российском рынке в ближайшее время не ожидается. Скорее, действующие производители расширяют свой ассортимент, начиная осваивать «смежные» направления. Основными игроками являются раскрученные бренды, а небольшие региональные производители большого влияния на рынке не имеют.

Каждый из ведущих производителей имеет собственную сеть дистрибуции, что значительно упрощает организацию сбыта продукции. Этому способствует изменение торговой системы в России — маленькие магазины, киоски, рынки и оптовые склады вытесняют сети супермаркетов. Это заставило производителей изменить формат реализации и продвижения товара (нанимать торговых агентов, мерчендайзеров, и др.).

В 2015 году продолжился рост реализации слабоалкогольной продукции (пива и коктейлей) и сокращение доли крепких напитков (коньяков и водки). Также наблюдается повышение спроса на дорогие элитные напитки (виски, ром).

К основным тенденциям рынка алкогольной продукции относятся:

- восстановление объема рынка легальных ликероводочных изделий;
- начало формирования рынка отечественных брендов;
- восстановление баланса импортной и российской продукции;
- повышение минимальной стоимости некоторых групп крепкого алкоголя;
- постепенное уменьшение роли импортной водки;

- наиболее перспективным направлением развития алкогольных предприятий есть образование групп многопрофильных (водка, вино, коньяк) заводов в регионах;
- одновременный рост потребления дорогостоящих алкогольных напитков и продукции в сегменте дешевой водки;
- российский рынок продолжает оставаться наиболее дорогим в Европе по производству легального дешевого алкоголя;
- расширение ассортимента отечественных производителей (присоединение компаний по выпуску продукции других видов, изготовление новых алкогольных напитков на собственных предприятиях).

Несмотря на предпринимаемые меры по регулированию рынка алкогольных напитков, он имеет такие проблемы:

- недопустимо высокий уровень нелегального товара — 40-50%;
- большое количество административных барьеров, тенденция к их возрастанию с нарушением единого экономического пространства РФ;
- высокая степень предложения и спроса на суррогаты спиртных напитков;
- недобросовестная конкуренция и незащищенность операторов рынка;
- высокий уровень коррупционности и криминализации рынка (неуплата около 50% акцизов и прочих налогов).

Потребление алкоголя в 2015 году практически в два раза замедлило свое падение в сравнении с 2014 годом: за первые три квартала продажи упали на 7% (в 2014 году — на 13 %).

Наибольшее значение в приостановке спада спроса на алкогольную продукцию имеет водка: за год уровень сокращения продаж снизился с 16 до 6%. Этому поспособствовало уменьшение минимальной розничной стоимости бутылки объемом 0,5 л до 185 рублей, благодаря чему люди стали чаще употреблять легальную, а не фальсифицированную продукцию.

Продажи коньяка отечественного производства также сокращаются медленнее — на 5% в сравнении с 8% в 2014 году.

По большинству импортных алкогольных напитков зафиксировано падение продаж на 10-20%. Хотя в 2014 году на такой же процентный показатель был прирост потребления. На сокращение повлияло увеличение цен, вызванное экономической нестабильностью в России и ростом курса валют. Негативнее всего это отразилось на продажах виски: они сократились на 14%. Более уверенную позицию на алкогольном рынке занимает ром. Причина — часто проводящиеся яркие промоакции от производителей. Однако и в этом направлении спрос упал: рост продаж сократился с 25-30 до 3%.

Объем продаж игристых вин российских производителей увеличился на 2,5%, а зарубежных изготовителей сократился на 10%. Однако эти данные были получены до начала высокого сезона (зимние праздники) и после его завершения могли измениться. Наибольшее сокращение наблюдается не в низком или премиальном ценовом сегменте, а в среднем.

В 2015 году было употреблено 590 млн. л вина. Это единственный вид алкогольных напитков, доля потребления которых выросла за год — на 3%.

В других направлениях было снижение доли потребления в сравнении с 2014 годом: игристых вин употреблено 245 млн. л (меньше на 7%), коньяка 110 млн. л (на 5%), водки 865 млн. л (на 7,5%), пива 8800 млн. л (на 2,5%), пивных напитков (порошковых) 534 млн. л (на 5%).

С возрастом доля потребителей спиртных напитков сначала возрастает, а потом падает. Больше всего потребителей в возрасте от 35 до 44 лет.

Доля употребляющих выше среди жителей городов-миллионников, состоящих в официальном или незарегистрированном браке, имеющих работу, бездетных или с детьми возрастом до 5 лет. Потребителей больше среди представителей среднего и высших социальных классов.

Чаще всего употребляют пиво. На втором месте среди любимых напитков россиян — водка, потом идут вино, шампанское, коньяк, коктейли.

Шампанское, вино, вермут, ликеры предпочитают женщины возрастом не ниже 25 лет, ром — от 20 до 24 лет. Водку чаще пьют мужчины от 25 лет, коньяк особо популярен у представителей сильного пола старше 65 лет, наибольшая доля любителей пива среди мужчин от 54 лет, виски предпочтителен для мужчин 20-34 лет и женщин 20-24 лет, слабоалкогольные коктейли употребляет преимущественно молодежь возрастом от 16 до 24 лет.

Люди с неоконченным средним, полным средним и средним специальным образованием есть основными потребителями пива и водки, а выпускники и студенты вузов пива и вина. Категория людей, имеющих научную степень, предпочитают вино и водку. Также среди них наибольшая доля потребителей виски, рома, джина, ликеров.

Пиво, горькие настойки, водку чаще употребляют работники физического труда, а вино, шампанское, вино и коньяк люди, занимающиеся интеллектуальной деятельностью.

По прогнозам алкогольный рынок России ждут следующие изменения:

- подорожание продукции на 10-15%;
- возможное увеличение стоимости акциза с 500 до 600 рублей. Правительство страны намерено осуществлять индексацию на величину минимум 10 %. Из-за нестабильной экономической ситуации в России под ее действие попадут и акцизы;

- в сегменте крепких напитков и, в частности, водки, серьезных перемен не предвидится. Рынок будет приблизительно на таком же, или чуть более высоком уровне по сравнению с 2015 годом;
- ожидается развитие направления живого пива, так как его качество более высокое, чем у порошковых пивных напитков и на ряд его сортов цена уже почти такая же, как на продукцию крупных заводов.
- отношение власти к винодельческим предприятиям в 2017 году будет лояльным и в случае высокого качества продукции доля вин на алкогольном рынке может удвоиться.

Список литературы

1. Потребительский рынок: качество и безопасность товаров и услуг: материалы VIII международной научно-практической конференции (г. Орел, 9-10 ноября 2015 г.) / Приокский государственный университет; под общ.ред. д-ра техн. наук доц. О. В. Евдокимовой. – Орёл: Изд-во ОрёлГИЭТ, 2015. – 400 с.
2. Российский статистический ежегодник, 2016 г.// <http://www.gks.ru>. (дата обращения 04.11.2017 г.)
3. ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции.

Игнатова Н.М.

Научн. рук.: канд. экон. наук Мясникова Е.Б.
Тульский филиал Финуниверситета

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ И ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

В рыночной экономике предпринимательство является основой для формирования среднего класса, а также способствует стимулированию уровня занятости и решению многих социальных проблем, таких как безработица, высокий уровень бедности, низкая мотивация к труду и др.

Предпринимательская деятельность представляет собой самостоятельную, осуществляемую на свой риск деятельность граждан и их объединений, которая направлена на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке. [3, с. 359]

Критерии отнесения предприятий к малым и микропредприятиям определены Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и постановлением Правительства РФ от 13 июля 2015 г. № 702 (Таблица 1).

Таблица 1 - Критерии отнесения предприятий к малым и микропредприятиям для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей [1]

| Предельные значения выручки | Средняя численность работников |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| 120 млн руб. для микропредприятий | 15 человек для микропредприятий |
| 800 млн руб. для малых предприятий | 16–100 человек для малых предприятий |

Согласно опыту зарубежных стран наличие высокоразвитого и эффективного сектора малого предпринимательства является важным аспектом в любой национальной экономике. В странах, где малым предприятиям уделяют достаточное внимание, эта отрасль экономики стабильно вырабатывает более 50% ВВП. Так развитие малого предпринимательства становится важным направлением экономического развития страны, главным источником роста эффективности производства, насыщения рынка товарами потребительского спроса, что в конечном итоге ведет к повышению уровня жизни населения.

Движущий мотив предпринимательской деятельности - получение предпринимательских доходов, способствующих развитию данной деятельности или самообогащению. Другим фактором является самоутверждение личности, если предпринимательство становится не просто деятельностью, а образом жизни. [5, с. 30]

С начала 21 века малое предпринимательство в экономике России заняло важное место. Так согласно статистическим данным на 2017 г. в Российской Федерации было зарегистрировано свыше 2103,8 тыс. малых предприятий, этот показатель на 3,0 % превышает показатель предыдущего периода. Что касается численности малых предприятий в расчете на 100 тыс. жителей, то этот показатель возрос на 11,0 единиц и составил 172,3 (рисунок 1).

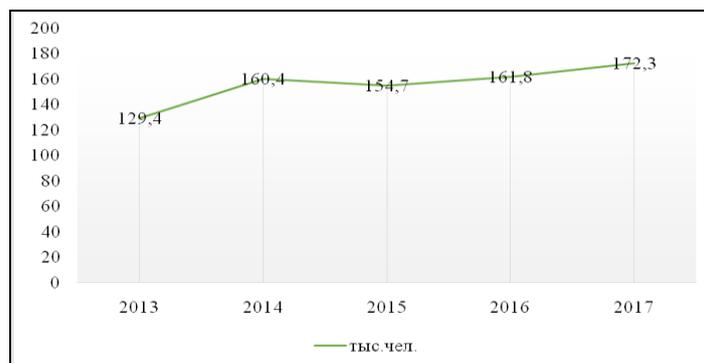


Рисунок 1 - Динамика количества зарегистрированных малых предприятий в расчетах на 100 тыс.чел. населения (2013–2017 гг.) [9]

При этом наблюдался наибольший рост числа малых предприятий в следующих сферах: образования на 57,1%, здравоохранение и предоставления социальных услуг на 36,6% и в сфере операций с недвижимым имуществом, аренды и предоставления услуг – на 30,9%.

В результате в 2017 г. среднесписочная численность занятых на малых предприятиях (без учета внешних совместителей) в целом по стране увеличилась на 4,1 % в сравнение с этим же показателем в прошлом году и составила почти 10789,5 тыс.человек. А значение удельного веса работников сферы малого предпринимательства в общей среднесписочной численности занятых за этот период возросло на 0,52 пунктов и достигло 12,5% (рисунок 2).

При анализе сфер, в которых произошло увеличение данного показателя, получаем следующее: в строительстве рост произошел на более чем 11%, а в сфере оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования, наблюдается чуть меньшее увеличение – 10,8%. [2, с. 56]

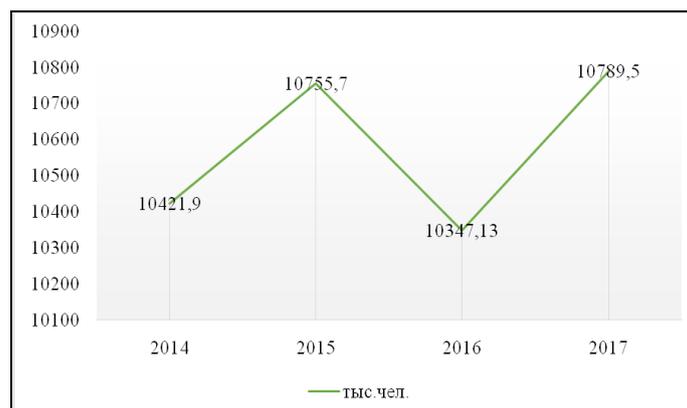


Рисунок 2 - Динамика среднесписочной численности занятых на малых предприятиях (2014–2017 гг.) [9]

Тульская область является успешно развивающимся регионом страны в связи с близостью с Москвой. Малое предпринимательство региона находится на достойном уровне, увеличиваясь из года в год.

По данным на 1 октября 2017 года на территории Тульской области зарегистрировано 61 947 субъектов малого и среднего предпринимательства, в том числе 23 372 малых предприятия, 176 средних предприятий и 38 399 индивидуальных предпринимателей. [6]

По сравнению с тем же периодом прошлого года число субъектов предпринимательства выросло на 6% — появилось 3,6 тыс. новых предприятий. Оборот малых и средних предприятий за девять месяцев этого года по сравнению с прошлым годом также вырос — на 0,6% (227,8 млрд рублей), объем отгруженных товаров увеличился на 3,1%, объем инвестиций в основной капитал — на 14% (2,3 млрд рублей). Увеличилась и средняя зарплата в малом и среднем бизнесе — соответственно на 6,4% и 6,5% (22 тыс. 214 руб. и 26 тыс. 442,6 руб.). [6]

В течении 2016 года в Тульской области, в целях обеспечения условий для развития предпринимательства, было принято более 10 областных законов. В регионе утверждены основные направления деятельности правительства Тульской области на период до 2021 года, в которые вошёл отдельный блок мероприятий по развитию малого предпринимательства.

Комитетом Тульской области по предпринимательству и потребительскому рынку совместно с организациями инфраструктуры поддержки предпринимательства сформирована и реализуется комплексная система мер государственной поддержки, включающая оказание безвозмездных консалтинговых, маркетинговых, образовательных услуг, услуг по поиску партнёров и продвижению продукции, бесплатную помощь лицам, планирующим открытие собственного дела, регистрацию в качестве юридического лица или индивидуального предпринимателя в налоговом органе.

Особое внимание в регионе уделяется вопросу доступности финансовых ресурсов для бизнеса. В рамках государственной программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в Тульской области» предусмотрены такие механизмы финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства, как льготные микрозаймы, поручительства по кредитам малого и среднего бизнеса, различные субсидии и гранты. В рамках Программы на поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства в 2016 году было направлено из федерального бюджета, бюджета Тульской области, местных бюджетов и внебюджетных источников 225,5 млн рублей.

За 11 месяцев текущего года государственную поддержку получили более 7200 субъектов малого и среднего предпринимательства. В том числе финансовая поддержка в виде субсидий, микрозаймов, поручительств, грантов оказана 267 субъектам, имущественная поддержка оказана 30 субъектам в региональном бизнес-инкубаторе, консультационная поддержка оказана 3480 субъектам, образовательная поддержка — 3465 субъектам. [8]

В 2017 году направление государственной поддержки для субъектов малого и среднего предпринимательства трансформируется, акцент делается на развитие инфраструктуры поддержки предпринимательства. В следующем году планируется создание инжинирингового центра, центра поддержки экспорта, создание и поддержка сети центров молодёжного инновационного творчества, поддержка предпринимателей из моногородов Тульской области.

В настоящий момент готовятся заявки на привлечение средств из федерального бюджета для оказания поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства Тульской области.

Таким образом, рост количества малых предприятий положительно влияет на увеличение числа занятых. Малый бизнес в России является сферой деятельности, где создаются рабочие места и наблюдается рост производства. В Тульской области обеспечены достойные условия для развития предпринимательства, что способствует росту числа малых предприятий, а также решению многих социальных проблем региона.

Список литературы

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 26.07.2017). СПС КонсультантПлюс.
2. Азрапкина О.В. Анализ современного состояния, проблемы развития малого бизнеса и пути их решения в Российской Федерации // Экономические науки, 2017, №5. С. 53-67.
3. Дадаханова Р. Р. Современное состояние малого предпринимательства в России // Молодой ученый. 2016. №5. С. 359-360.
4. Кожура Н.А., Кузнецова Е.Л. Основные проблемы развития малого предпринимательства в РФ // Концепт, 2017. № 1. С. 19-24.
5. Мухаметжанова А.С. Состояния и динамика развития предпринимательства в РФ // Экономические науки. 2016. № 11. С. 12-45.
6. В Тульской области подвели итоги Года предпринимательства [Электронный ресурс] <https://regnum.ru/news/economy/2220982.html> (дата обращения 14.12.2017)
7. Малое и среднее предпринимательство: некоторые важные результаты и показатели 2016 года [Электронный ресурс] <http://m.government.ru/info/27248/> (дата обращения 14.12.2017)
8. Развитие малого и среднего предпринимательства в Туле [Электронный ресурс] <http://biz.tula.ru> (дата обращения 14.12.2017)
9. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] <http://www.gks.ru> (дата обращения 14.12.2017)

Каширина Я.О., Лахтикова Н.А.
Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Ефремова Н.Е.
Тульский филиал Финуниверситета

АНАЛИЗ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА НА ТУРПРЕДПРИЯТИЯХ

Развитие рыночных отношений в России позволяет углубить промышленные, экономические, организационные и финансовые отношения между предприятиями. В то же время конкуренция растет как в производстве, так и в продаже продуктов между отечественными производителями и иностранными поставщиками.

Усиливается конкуренция между отечественными и зарубежными туристическими агентствами.

Многие российские туристические агентства испытывают большие трудности. Эти трудности связаны с внутренней и внешней экономической средой. Однако следует отметить, что восстановление, стабилизация и последующее развитие экономики страны в определенной степени зависят от конкурентоспособности конкретных производителей и их продукции.

Рассмотрим, что такое организация маркетинга в туристической компании. Существует несколько этапов:

- 1) определение схемы управления маркетингом;
- 2) выбор экспертов по маркетингу;

- 3) определение официальных обязанностей каждого эксперта;
- 4) формирование условий труда;
- 5) организация взаимодействия этой услуги с другими службами предприятия.

Универсального решения для организации структуры управления маркетингом недоступно.[1]

В туристических фирмах, которые постоянно выпускают новые предложения в быстро меняющихся условиях, как правило, применяются эластичные структуры. Эластичность структуры управления - это способность быстро и своевременно реагировать на изменения всех видов.

Любая структура управления маркетингом включает в себя определенные элементы: функции, географические области деятельности, товары и потребительские рынки. Таким образом, мы можем выделить следующие структуры: функциональные, географические, товарные, рыночные и их различные комбинации.[1]

Функциональная структура организована в соответствии с принципом деятельности специалистов маркетинговой службы: маркетинговые исследования, PR-кампании, маркетинг, рекламная деятельность.

Географическая структура организована на основе рынка сбыта: страны, федерального округа, региона и т. д. Такая структура позволяет иметь достаточно точную информацию о своих клиентах и успешно взаимодействовать с наименьшим временем и затратами.

Структура продукта организована в соответствии с принципом определенного продукта или предложения: экстремальный отдых, экологический туризм, пляжный туризм. Сотрудники отдела маркетинга выполняют всю работу, связанную с этими продуктами: рекламу, продвижение продаж и т. д.

Структура рынка организована по принципу управления отдельными рынками с разработкой и реализацией стратегий и планов: детский туризм, деловой туризм и т. д.

Это классические структуры, но они редко используются в чистом виде. Чаще всего организации используют комбинацию названных критериев, а именно функционально-продуктовую, продуктивно-рыночную, функционально-рыночную и функционально-продуктивно-рыночную структуры управления маркетингом.

Разработка новых туристических предложений, организация новых видов бизнеса - это самые сложные управленческие задачи на уровне предприятия в целом.[2]

Поэтому в туристическом бизнесе существует постоянная конкуренция. Есть несколько степеней конкурентоспособности.

Первый уровень конкурентоспособности - руководители туристических компаний считают, что если агентство имеет управленческое управление, они, как специалисты, не могут повлиять на конкурентоспособность компании и могут предоставлять только обычные туристические услуги.

Следует отметить, что при таком подходе компания не сможет достичь более высокого уровня развития. Туристический бизнес не стоит на месте.

По-видимому, этот уровень конкурентоспособности является самым низким, не приводящим к развитию предприятия.

Но некоторые туристические агентства предпочитают работать на втором уровне конкурентоспособности. Они, как правило, соответствуют высоким стандартам, используют новейшие технологии, методы маркетинга и управления. Такие предприятия регулярно проводят тренинги для сотрудников, которые призваны улучшить культурный и профессиональный уровень. Следовательно, число клиентов от таких туроператоров выше, уровень дохода выше.

Туристические агентства, работающие на третьем уровне конкурентоспособности, используют концепцию интегрированного маркетинга, которая ориентирована на прогнозирование потребностей и потребностей потребителей. Такие агентства постоянно совершенствуются в соответствии с требованиями маркетинга. Это может быть организация более экономичного и быстро реорганизованного аппарата управления, а также более высокая эффективность и гибкость при принятии решений и повышение мотивации сотрудников. Эффективность производственных систем определяется не столько внутренними факторами (управленческими и в значительной степени) как разнообразием и изощренностью маркетинговых инструментов, оптимальным планированием производства или интегрированным управлением качеством, ориентированным на высоко индивидуализированные и высококомобильные потребности и потребительские требования, а внешние факторы управления - качество организации и эффективность системы управления.

Туристические агентства четвертого уровня конкурентоспособности не стремятся тиражировать опыт других агентств отрасли, но также хотят превзойти самые строгие из существующих стандартов. Любые изменения в управлении, организации производства, в стратегии развития проводятся здесь с учетом результатов маркетинговых исследований. Активное поведение, направленное на защиту своего рынка и расширение других. Функции управления непосредственно участвуют в процессе маркетинговых исследований или систематизации их результатов. Меньше и меньше маркетинговая работа сосредоточена в специализированных подразделениях. Последние обобщают данные, объединяют и координируют усилия других служб. Эти предприятия являются лидерами мирового производства.[2]

Для успешной работы туристических фирм не надо забывать и про систему контроля маркетинга, которая необходима для точного определения того, насколько результативно воплощается план маркетинга. В зависимости от вида коммерческой направленности следует проводить проверку в следующих областях:

1. Сбыта
2. Расчетов
3. Рекламы

4. Стимулирования сбыта
5. Маркетинговых исследованиях
6. Распределения

Нужно применять финансовые критерии для соответствующего сравнения. Также, можно установить, какое направление деятельности организации является наиболее рентабельным. Но одни цифры результата не дадут, при разработке плана маркетинга необходимо ставить определенные цели. Помимо этого, через определенный период эти цели необходимо уточнять.

Контроль маркетинга - это процесс измерения и оценки итогов осуществления программ маркетинга, выполнения корректирующих мероприятий, обеспечивающих возможность достижения поставленных маркетинговых задач. Контроль включает в себя цикл управления маркетингом и вместе с тем дает возможность начать новый цикл планирования маркетинга. Раскрытие сильных и слабых сторон маркетинга, изучение степени выполнения программ маркетинга нужны для верного избрания целей и стратегий маркетинга на будущий плановый период.[3]

Как правило, говорят о четырех видах контроля маркетинга: контроль годовых планов, контроль прибыльности, контроль эффективности и стратегический контроль.

Рассмотрение соотношения между расходами на маркетинг и объемом реализации дает возможность предприятию более точно оценить эффективность маркетинговых расходов и определить их наиболее приемлемую величину.

Уровень результативности маркетинговой деятельности можно устанавливать не только по итогам текущей деятельности. Высокая результативность может быть обусловлена тем, что предприятие грамотно осуществляет маркетинговую деятельность на стратегическом уровне. Вследствие этого большое число предприятий периодически проводят критическую оценку результативности работ по маркетингу в общем, т. е. проводят стратегический контроль маркетинговой деятельности. Для этого, как правило, применяют два метода: опрос руководства предприятия и получение исчерпывающей оценки на базе аудита маркетинга.[3]

Как видно из вышеизложенного, руководители туристических агентств, несмотря на все трудности организации этого бизнеса: увеличение желаний потребителей, расширение возможностей для зон отдыха; необходимо стремиться к созданию предприятий третьего и четвертого уровня конкурентоспособности, поскольку в течение последнего десятилетия процесс усиления конкуренции наблюдался в мировой экономической экономике. Кроме того, несмотря на то, что в большинстве экономически развитых стран, а также в ряде развивающихся стран в государственной экономической политике наблюдается тенденция к сокращению вмешательства государства в экономические процессы, рынки этих стран для третьих стран закрыты на уровень интеграционных групп. Поэтому для того, чтобы занять достойное место в мировой экономической системе, туристические компании этих стран должны создать и использовать агрессивную систему управления конкурентоспособностью, которая позволила бы их туристическим продуктам расширять мировые рынки.

Таким образом, мы видим, что качество управления и маркетинг на туристических предприятиях также важно, а также высокий профессионализм сотрудников.

Список литературы

1. http://7statey.ru/basic_marketing/menedzhment-i-marketing-na-turpredpriyatiyax/
2. <https://studfiles.net/preview/2916328/page:16/>
3. Статьи по менеджменту - Авторские статьи по менеджменту - Швец И.Ю. - Анализ менеджмента и маркетинга на предприятиях, 1 с.

Кашникова В.А

Научн. рук.: канд. экон. наук., Мясникова Е.Б.

Тульский филиал Финуниверситета

О ВОЗМОЖНОСТЯХ НАПОЛНЕНИЯ БЮДЖЕТА В ПРОБЛЕМНЫХ УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ В 2017 ГОДУ

Ухудшение экономической ситуации в 2016 году было вызвано влиянием внешних факторов и цикличностью развития экономики. В 2014 году западные государства ввели санкции против РФ, которые в первую очередь нанесли удар по финансовому и энергетическому сектору. Также в прошлом году произошел обвал котировок на нефтяном рынке. Динамика цен на нефть имеет ключевое значение для развития экономики РФ. Экспорт нефти обеспечивает наполнение федерального бюджета и приток валютных ресурсов в финансовую систему.

Ухудшение внешней среды продемонстрировало структурные диспропорции отечественной экономики. В результате Правительством был разработан антикризисный план, направленный на стабилизацию ситуации. Подход к составлению бюджета можно назвать «счетным», результат получился путем сочетания целевых ориентиров по дефициту и ограничений в структуре расходов Депутаты Госдумы одобрили во втором чтении законопроект о федеральном бюджете на 2017–2019 годы. Возвращение к трехлетнему планированию

теоретически способствует снижению неопределенности бюджетной политики. Но еще не гарантирует налогово-бюджетной стабильности. Стабильность важна для формирования среднесрочных потребительских и инвестиционных ожиданий в экономике. Тем не менее риски несоблюдения заложенных в бюджете параметров велики [1].

Цели и задачи бюджетной политики на 2017 год:

1. Совершенствование нормативно-правового регулирования бюджетного процесса;
2. Повышение качества государственных программ и расширение их использования в бюджетном планировании;
3. Снижение зависимости бюджетов государственных внебюджетных фондов Российской Федерации от трансфертов из федерального бюджета;
4. Повышение эффективности финансовых взаимоотношений с бюджетами субъектов Российской Федерации и местными бюджетами;
5. Повышение эффективности оказания государственных (муниципальных) услуг;
6. Оптимизация расходов на оплату труда;
7. Снятие ограничений транспортной инфраструктуры;
8. Повышение эффективности расходования бюджетных ассигнований на осуществление капитальных вложений;
9. Повышение эффективности управления государственным долгом и государственными финансовыми активами.

Анализ материалов, относящихся к доходам федерального бюджета РФ, показывает, что в 2017 г., при сохранении бюджетной традиции последних лет в целом, был намечен ряд изменений, ужесточающих налоговое давление в системе акцизного налогообложения: увеличение акциза на крепленые вина с 9 до 18 руб., введение налога на «электронные» сигареты, увеличение акцизов на бензин и дизтопливо.

Наиболее масштабной макроэкономической новацией в области налогообложения является изменение порядка учета убытков при расчете облагаемой прибыли по налогу на прибыль организаций - ограничение принимаемого к вычету убытка тридцатью процентами облагаемой прибыли.

Большая часть доходов составляют нефтегазовые доходы, что является огромным плюсом для экономики страны, и означает, что антикризисная политика проводимая государством позволила выйти из нефтегазовой зависимости при формировании доходной базы федерального бюджета [3].

Увеличение доходов государства является положительным показателем, особенно когда наблюдается тенденция сокращения дефицита федерального бюджета. Высокий уровень доходов позволяет увеличить расходные обязательства, тем самым повысить уровень развития страны.

Расходы федерального бюджета в 2016 г. по сравнению с 2015 г. увеличились на 7,8% (1189 млрд.руб.), ожидается снижение расходов в 2017г. на 1,5% (244 млрд.руб.) и в 2018г. на 1,3% (209 млрд.руб.) по сравнению с 2016 годом. В 2019 г. планируется небольшой прирост расходных обязательств по сравнению с 2018 г. на 0,1% (11 млрд.руб.).

Основную долю расходов (более 30%) составляют расходы на статью Социальная политика, что говорит о социальной направленности политики государства.

Динамика основных параметров бюджетной системы Российской Федерации на 2017 год и плановый период 2018 и 2019 годов характеризуется снижением доходов и расходов по отношению к ВВП при выходе на уровень дефицита менее 1,0% ВВП в 2018 году.

В условиях дефицитного бюджета важно грамотно сдерживать увеличение расходов бюджета и обеспечить увеличение доходов. Ведь от уровня доходов федерального бюджета зависят возможности государства на исполнение своих обязанностей, исполнения социально-экономической политики, развития страны и общества.

Сдерживать рост дефицита удастся с помощью накопленных средств в Резервном фонде и Фонде национального благосостояния, которые на сегодняшний день находятся на стадии исчерпания и нуждаются в своем пополнении.

По данным Министерства финансов Российской Федерации, к 2019 году дефицит бюджета сократится к минимуму и составит 1139 млрд.рублей, что почти в 3 раза меньше показателей 2016 года. С 2017 по 2019 годы экономика страны будет проходить период становления, и после большого экономического спада ожидается рост не только доходов бюджета, но и всех экономических показателей [2].

Средства, аккумулированные в Резервном фонде и Фонде национального благосостояния, а также размещенные в Банке России и Внешэкономбанке, можно считать существенными потенциальными источниками внутреннего финансирования воспроизводства российской экономики.

В целом структура доходов федерального бюджета в 2017-2019 гг. свидетельствует о неуклонном сокращении доли доходов в ВВП, что ослабляет роль государства в экономике страны.

Рост поступлений НДС в 2017 г. по сравнению с прогнозом итоговых значений текущего года на 4,8 п.п. оказывается выше темпов инфляции и роста ВВП - по сути - налоговой базы этого налога. При этом предполагается рост инвестиций и рост объемов экспорта. Оба этих элемента приводят к относительному сокращению объемов поступлений налога - в силу наличия зачета и возмещения «входящего» НДС.

Прогноз поступлений НДС по импорту базируется на изменении валютного курса. Поступления налога при импорте должны увеличиться на 12% - при прогнозируемом 11%-ном снижении курса рубля. В

последующие два года планируется рост поступлений налога при импорте на 6% и 8% соответственно, фактически в меру роста импорта с учетом валютного курса.

Поступления налога на прибыль организаций в целом планируются в соответствии со сложившимся в предшествующие годы трендом с учетом изменения порядка зачисления доходов.

Процесс замещения вывозных таможенных пошлин на нефть сырую платежами НДС представляет собой существенную угрозу для отечественной экономики. Это связано с тем, что НДС непосредственно включается в издержки товаров, выработанных из нефти и реализуемых на отечественном рынке.

Перенос нагрузки в налогообложении нефтедобывающих компаний - они же, как правило, и нефтеперерабатывающие, в рамках вертикально интегрированных структур имеет существенный инфляционный потенциал.

Необходимо высказать серьезное замечание по величине очень важного показателя, а именно фонда заработной платы, имеющего решающее значение при определении доходов бюджетной системы страны, в том числе и для консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации. Действительно, фонд заработной платы в 2016 г. составляет 19565 млрд руб., в то время как, согласно данным Росстата, оплата труда уже в 2015 г. - включая скрытую составила 37820,4 млрд руб., а без ненаблюдаемых доходов - в размере 10546 млрд руб., - 27274,4 млрд руб. Это означает, что бюджетная система в целом недополучит существенную часть финансовых поступлений в рамках подоходного налогообложения.

Следует также иметь в виду, что повышение налоговой нагрузки на бизнес в конечном счете негативно отразится на социально-экономическом положении населения страны, так как практически все перелаживаемые налоги - НДС, акцизы, социальные взносы и пр., сказываются на конечной цене товаров, потребляемых гражданами России [4].

Параметры бюджета 2017 года:

- \$40 за баррель – такая цена на нефть заложена в базовом сценарии Минфина на 2017 год.
- 65 рублей – таким будет среднегодовой курс доллара в 2017 по мнению финансовых властей.
- 13,43 трлн. – доходы бюджета в 2017 году. Это почти идентично доходам бюджета 2016 года.
- 16,18 трлн. – запланированные расходы на 2017 год. Они на 425 млрд рублей меньше относительно

расходов предыдущего года.

- 18% всех расходов бюджета засекречено.
- 2,75 трлн. – дефицит бюджета. Это 3,16% от ВВП или 20,5% от доходной части бюджета.
- 86,8 трлн рублей (\$1,4 трлн) – прогнозируемый объем ВВП.
- 0 рублей останется в Резервном фонде в 2017 году. Весь его объем в 1 трлн пойдет на

финансирование дефицита.

- На 2 трлн рублей Минфин разместит облигаций федерального займа в 2017 году на внутреннем рынке.
- 453 тыс руб. – размер материнского капитала на будущий год.
- 25% потеряла госпрограмма «Развитие здравоохранения», 29,4% – «Содействие занятости населения», 22,8% – «Экономическое развитие и инновационная экономика» [1].

Анализируя в целом раздел «Доходы федерального бюджета на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов» можно сделать вывод о том, что доля доходов федерального бюджета в 2017-2019 гг. по отношению к ВВП снижается на 1,1 процентных пункта - с 16,1% в 2016 г. до 15% в 2019 г., что свидетельствует о несовершенстве налоговой системы страны, которая не охватывает так называемую «теневую» экономику и не обеспечивает вовлечение в доходы федерального и региональных бюджетов реально имеющегося потенциала доходов. А это - упущенные возможности, которые могли бы сделать Консолидированный бюджет Российской Федерации профицитным.

Доля налоговых сборов в казну – уверенно растет: фискальные службы активизировали не только саму собираемость, но работу по предотвращению скрытия доходов. В 2018 году на результаты деятельности налоговиков по наполнению государственной казны также возлагают большие надежды.

Новый источник прихода денег в бюджет страны в 2018 году – повышение [акцизов](#). Уже анонсировали рост акцизного налога на алкогольные и табачные изделия на 5-10%. Планируется также и поэтапное повышение акцизной ставки на топливо – в следующем году она повысится аж на 1 рубль за литр, что может привести к тому, что рост цен на бензин будет больше уровня [инфляции](#). По подсчетам финансового ведомства, ожидаемые сборы с потребителей алкогольной и табачной продукции, а также отечественных автомобилистов, должны принести в казну дополнительный доход примерно в 100 млрд. рублей [2].

Список литературы

1. Бабич А. М., Павлова Л. Н. Финансы, денежное обращение и кредит. — М.: ЮНИТИ, 2015.-348 с.
2. Бюджетная система РФ: Учебник / Под ред. Под ред. М.В.Романовского. и О.В.Врублевской.- М.: Юрайт, 2015.-284 с.
3. Бюджетная система: Учебник для вузов /Под ред. Г.Б. Поляка. – М.: ЮНИТИ, 2014.-274 с.
4. Бюджетное право: уч. Пособие для вузов. Под.ред. Н.Д.Эриашвили и др.-2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, закон и право, 2016.-199 с.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА И ОПТИМАЛЬНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Проблематика, связанная с принятием управленческих решений крайне не простая. В свою очередь, одним из наиболее сложных вопросов в этой области выступает измерение их качества.

Можно с определенной уверенностью сказать, что показатель коэффициента качества управленческих решений по существу характеризует качество управления в процентах, хотя и с определенной долей неточности.

Определим семь измерений качества, которые помогут развить более точное понимание рассматриваемого вопроса (под словом «продукт» определяем услуги, оказываемые населению региональными органами, или товара, производимого предприятиями субъекта РФ).

Показатели. Основные производственные характеристики продукта, которые могут быть измерены, которые суммируясь, образуют его качество. Особенности. Дополнительные свойства продукта, обычно не являющегося частью стандартного пакета.

Надежность. Вероятность продукта выполнять свою функцию в течение определенного времени и при определенных условиях. Соответствие. Степень соответствия продукта проектным спецификациям. Например, фактическое количество километров на бак.

Продолжительность срока службы. Использование продукта до его физического изнашивания, так как дальнейшее пользование становится затратным.

Удобство ремонта. Простота и скорость ремонтных работ, а также доброжелательность ремонтников.

Эстетика. Субъективные свойства продукта: наглядность, звучание, ощущение, вкус, запах.

Воспринимаемое качество. Сформированное в сознании потребителя восприятие продукта, как результат влияния рекламы или продвижение марки, устной информации или собственного опыта.

По данным зарубежных исследователей Л. Бери, В. Зейтамя и А. Парасурамана проводивших опрос более 1900 клиентов известных на национальном уровне организаций, для того чтобы выявить наиболее важные, с точки зрения клиента, критерии для оценки качества услуг (товара), и получили следующий результат [2, с. 476]:

- надежность – 32 %;
- отзывчивость – 22 %;
- безопасность – 19 %;
- взаимопонимание с покупателем – 16 %;
- очевидность – 11 %.

Надежность. Способность осуществить обещанную услугу точно в срок. Это означает, что организация выполняет услугу правильно с первого раза и соблюдает своих обещаний. В отдельных случаях подразумевается еще и точность в счетах, бухгалтерских записях и завершение услуги в заявленное время.

Отзывчивость. Стремление или готовность служащих предоставить услугу. Сюда включается своевременность услуги, например, предоставление экспресс услуги, безотлагательная отправка документов по почте и быстрый ответ на звонки.

Безопасность. Вежливость, знание и компетентность персонала способная внушать уверенность. Компетентность означает наличие требуемых навыков и знаний, чтобы выполнить услугу. Вежливость подразумевает уважительное отношение, предупредительность и дружелюбие персонала, который общается с клиентами. Также персонал должен внушать и заслуживать доверие, т.е. быть честными.

Взаимопонимание с покупателем. Контакт с персоналом должен быть доступным и приятным, а они, должны прилагать усилия к тому, чтобы понять клиентов и их потребности. Определяется как забота и персонифицированное внимание, оказываемое клиентам. [4,с.93]

Очевидность. Включает физические аспекты услуги, такие как внешность государственного служащего, инструменты или оборудование, используемые для того, чтобы предоставить услугу, физическое воплощение услуги и др.

Затем исследователи попросили этих клиентов оценить организации в сфере услуг, в которых они обслуживались. Самым серьезным недостатком было названо отсутствие надежности.

Любая серьезная экономическая задача характеризуется целым рядом показателей эффективности. Попытки оценить эффективность функционирования сложной системы одним показателем зачастую приводят к получению решений неадекватных реальности. Поэтому руководителям организаций, как лицам, принимающим решения, необходимо оценивать альтернативные управленческие воздействия с точки зрения набора критериев. Важно уделить внимание проблеме принятия решений при наличии нескольких критериев оптимальности, которые обычно являются противоречивыми в том смысле, что не существует решения наилучшего одновременно по каждому из них. На данном этапе является важной форма представления информации в виде матрицы оценок «варианты – критерии», где элемент матрицы, расположенный на пересечении какой-либо строки и какого-либо столбца, есть оценка варианта, соответствующего строке, по критерию, соответствующему столбцу матрицы. Такое представление не выявляет «лучший вариант», но

позволяет сразу отбросить некоторые заведомо неудовлетворительные варианты; разнородные критерии могут быть ранжированы по их относительной важности. Часто такое представление информации позволяет обнаруживать необходимость в конкретной дополнительной информации.

Проблематика оценивания по нескольким критериям относится к области многокритериальных задач принятия решений. Многокритериальные задачи условно делят на две группы: анализ решений по набору показателей и многокритериальная оптимизация. Анализ решений по набору показателей наиболее часто применяется в ситуациях с небольшим числом альтернатив в условиях неопределенности, а также при решении общественных проблем. Многокритериальная оптимизация, в свою очередь, чаще используется при решении детерминированных задач с большим числом возможных альтернатив [1, с. 149].

Российские исследователи Н.В. Шатохина и Е.М. Реутова условно классифицируют методы решения многокритериальных задач следующим образом [3, с. 179]:

1) построение обобщенного (интегрального) критерия: – построение «свертки» критериев (аддитивные, мультипликативные, с учетом «весов» критериев и без); – расчет «отклонений» от достижения целей (минимаксный, максимизации относительных степеней достижения целей, расчет сумм потерь и др.);

2) выделение приоритетного критерия и перевод остальных целевых функций в ограничения;

3) последовательная оптимизация (метод уступок, лексикографический подход, определение неподчиненных альтернатив, метод ELECTRE);

4) целевое программирование;

5) процедура, использующая так называемые функции полезности.

Наиболее употребляемыми подходами к формированию обобщенного критерия являются следующие свертки критериев:

1) линейные (аддитивные):

$$F_1(x) = \sum_{i=1}^m \rho_i k_i(x),$$

где k_i – критерий оптимизации, ρ_i – вес i -го критерия, i – номер критерия ($i = \overline{1, m}$);

2) мультипликативные

$$F_2(x) = \prod_{i=1}^m (k_i(x))^{\rho_i},$$

где k_i – критерий оптимизации, ρ_i – вес i -го критерия, i – номер критерия ($i = \overline{1, m}$);

3) комбинированные, например, представимые в виде функционала $F_3(F_1, F_2)$, зависящего от параметров:

$$F_3(F_1, F_2) = \sum_{j=1}^2 \mu_j F_j(x), \text{ где } 0 \leq \rho_i, \mu_j \leq 1, \sum_{i=1}^m \rho_i = 1, \sum_{j=1}^n \mu_j = 1, \text{ здесь } \mu_j \text{ - вес}$$

j -го комплексного критерия ($j = \overline{1, n}$);

4) максиминный (минимаксный) критерии [3, с.180]:

$$F_4(x) = \min \max k_i(x) \text{ или } F_4(x) = \max \min k_i(x)$$

Предпочтение отдают аддитивному критерию, если существенное значение для рассматриваемой задачи имеют абсолютные значения критериев для выбранного набора параметров. Мультипликативный критерий целесообразно выбирать, если существенную роль играет изменение абсолютных значений отдельных критериев при вариации искомого параметра. В случае решения задачи достижения равенства нормированных значений противоречивых частных критериев выбирают максиминный или минимаксный критерий.

Нужно отметить, что наиболее важным критерием качества услуги для клиентов является надежность, что показывает, где находится слабое место многих организаций в сфере услуг.

Ввиду вышесказанного, можно прийти к выводу, что при разработке и реализации управленческих решений государственный гражданский служащий субъекта федерации обязан руководствоваться критериями выбора управленческих решений, для того чтобы решения исполнялись верно. На наш взгляд, в целях поиска критерия оптимальности управленческого решения целесообразно использовать механизм набора критериев. При этом необходимо отметить, что каждая управленческая задача имеет наиболее важный для нее критерий. Остальные же критерии выносятся в ограничения.

Список литературы:

1. Кононенко И.В. Модель и метод решения многокритериальной задачи формирования плана развития предприятия с использованием алгоритмических и аналитических целевых функций и ограничений. // Приборостроение-2013: материалы XII Междунар. науч.-техн. конф. – Винница. 2013. 234 с.

2. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р. Управление и организация в сфере услуг / Пер. с англ., под ред. В.В. Кулибановой. – СПб. 2013. 752 с.
3. Шатохина Н.В., Реутова, Е.М. Анализ подходов к решению многокритериальной задачи поиска вариантов развития предприятия // Открытые информационные и компьютерные интегрированные технологии. – 2015. № 42. 184 с.
4. Яковлев А.Ю. Проблемы внедрения инноваций в России // Вопросы образования и науки: теоретический и методический аспекты сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 11 частях. – Часть 6. – М. 2014. 163 с.

Кривчун Ю.Е.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Фомичева И.В.

Тульский филиал Финуниверситета

УПРАВЛЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ООО ЮРБУХКОНСАЛТИНГ

В последнее время российские предприятия все больше используют широкий спектр маркетинговых мероприятий, с помощью которых занимают соответствующее место на рынке. Чтобы сегодня добиться успеха на любом рынке, компания должна учитывать действие не только внешних, но и внутренних факторов.

Не так просто используя методику продвижения продукта добиться целевого результата. К сожалению, очень много компаний не получают запланированных результатов по причине не только неверной разработки самого комплекса маркетинга в целом (или какого-либо из одного инструмента), но и из-за неверной политики планирования «донесения» маркетинговой информации о продукте или компании в целом до конечного потребителя [6].

Существует множество подходов к изучению рекламы, но основными являются следующие: рекламу можно рассматривать как особую форму коммуникации. В этом случае все процессы, происходящие в рекламе, исследуются в неразрывной связи с процессами, происходящими в экономике, политике и культуре; рекламу можно рассматривать как науку о формах и методах воздействия на потребителя. При этом подходе основное значение приобретает связь рекламы со смежными науками: психологией, экономикой, социологией и другую рекламу можно рассматривать как творческий процесс. При таком подходе ключевое место отводится цвету, форме и дизайну рекламной продукции, ее текстовому наполнению.

Изучение рекламы лежит на стыке ряда дисциплин. Наиболее тесно реклама связана с журналистикой, маркетингом, социологией и психологией. Изучение психологии потребителя позволяет рекламистам учитывать восприятие потребителей и делать рекламу запоминающейся. Здесь необходимо уделить особое внимание механизмам запоминания информации, особенностям восприятия рекламных элементов и механизмам запоминания. Основная цель рекламы состоит в увеличении прибыли. Все остальные цели ей подчинены. В данном случае выделяются краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные цели. Они могут быть поставлены в отношении цены, издержек и объемов сбыта.

Если рассматривать краткосрочные цели, то реклама должна оправдывать высокие цены или временное повышение цен. Для увеличения объемов сбыта в краткосрочном периоде необходимо использовать рекламу в местах продажи, которая позволит обеспечить немедленную реакцию потребителей на такую рекламу. Среднесрочные цели в отношении цены направлены на повышение верхней и понижение нижней границы ценовой эластичности. Если этого удастся достичь, то предприятие сможет увеличить марочный капитал.

Для снижения затрат в среднесрочном периоде можно выбрать менее дорогие средства воздействия на целевую аудиторию, например, интернет, прямую почтовую рассылку, телефонные звонки с предложением купить товар. Рост объемов сбыта в среднесрочном периоде может произойти за счет рекламы в СМИ. С точки зрения долгосрочной перспективы реклама должна способствовать укреплению марочного капитала и как следствие увеличению средних цен, снижению затрат в расчете на один контакт, сохранению достигнутого объема сбыта. Если удастся повысить цены, снизить затраты и увеличить объем сбыта, то цель по максимизации прибыли будет реализована, а, следовательно, реклама принесет желаемый результат.

Рекламная деятельность предприятия основывается на работе целой группы специалистов: психологов, маркетологов, дизайнеров, экономистов и других [3]. Результат работы данных исследователей приводит к выполнению следующих функций рекламной деятельности:

- привлечение внимания потенциальных клиентов к необходимому товару;
- улучшение общего имиджа и статуса компании;
- повышение спроса на товары и услуги своей компании;
- участие в конкурентной борьбе с другими производителями;
- создание благоприятных условий для развития новых сегментов фирмы.

Рекламная деятельность, направленная на повышение статуса и имиджа фирмы, носит конкурентный характер. Она так же информирует потенциального покупателя о товаре, однако теперь, сравнивая с конкурентной продукцией [5]. Данное продвижение создает положительное отношение к компании, а,

следовательно, и к товарам, которые она производит. В итоге формируется определенный имидж и статус фирмы.

Рекламная деятельность в фирмах выполняется в виде рекламных кампаний. Рекламную кампанию следует рассматривать как совокупность рекламных мероприятий, созданных в соответствии с планом маркетинга и ориентированный на покупателей продукта, работы, услуги, показывающих соответствующие сегменты рынка, с целью вызвать их реакцию, содействующую решению фирмой изготовителем своих стратегических либо тактических задач [4].

Следует заметить, что рекламная кампания является одним из инструментов стратегического плана компании. Следовательно, используется в управлении всей деятельности компании.

Этапы планирования рекламной кампании:

1. Определение целей (задач);
2. Определение рыночного сегмента;
3. Выбор основной темы рекламы;
4. Выбор средства распределения рекламы;
5. Планирование рекламного бюджета.

Таким образом, этапы планирования рекламной кампании состоят из целого комплекса мер, совокупность которых может привести к эффективному результату, т.е. к увеличению спроса на продукцию, обретению новых потенциальных покупателей и завоеванию доверия и престижа у потребителя.

Рассмотрим управление рекламной деятельностью на примере ООО "Юрбухконсалтинг". ООО "Юрбухконсалтинг" предлагает всестороннюю помощь в решении сложных бухгалтерских и налоговых вопросов.

Консультанты ООО "Юрбухконсалтинг" предоставляют только аргументированные и безопасные рекомендации, что способствует защите ваших интересов и максимально исключает проблемы с налоговыми органами.

Большинство устных консультаций предоставляется в режиме реального времени с учетом нюансов конкретной проблемы клиента. Это гарантирует оперативную поддержку в самых трудных ситуациях.

Опыт и знания сотрудников ООО "Юрбухконсалтинг", а также возможность использовать международный опыт Praxity, AISBL позволяет нам успешно реализовывать даже самые сложные проекты.

Анисимова Елена Анатольевна - независимый эксперт в области бухгалтерского учета, финансов и налогообложения; внутренний аудитор; член ассоциации бухгалтеров России; сертифицированный специалист в области налогов и налогообложения; практикующий и ведущий специалист по налоговому планированию; генеральный директор ЮрБухКонсалтинг.

Управлением рекламной деятельностью в ООО "Юрбухконсалтинг" занимается специалист по рекламе, который занимается организацией, созданием рекламы, обновляет сайт фирмы, ведет группу в социальной сети. Основным средством рекламы является сайт, который находится по адресу: <https://pro-buh.com>. На сайте размещена информация об Анисимовой Е.А., ее специализации, преимуществах перед конкурентами. Кроме того, есть возможность рассчитать стоимость услуг для руководителей и владельцев бизнеса в зависимости от необходимой бухгалтерской помощи: консультирования, контроля или сопровождения. Кроме связи с консультантом и формой для заказа услуг, на сайте есть возможность оставить заявку на почту, задать вопрос через сайт, задать вопрос в Вконтакте, задать вопрос в Skype.

Помимо рекламы в сети Интернет разработаны визитки, а также раз в неделю публикуется объявление в специализированные СМИ.

Анализ управления рекламной деятельностью показал, что для рекламы используются только сайт и группа в социальной сети Вконтакте. Остальные виды интернет-рекламы не используются. В качестве мер по совершенствованию управления рекламной деятельностью можно предложить использование других методов интернет-рекламы, например: ведение групп в социальной сети Фейсбук и Одноклассники, создание аккаунта в Инстаграмм, телеграмм, Вайбер. Необходимо максимально широко использовать все средства интернет-рекламы, чтобы как можно больше захватить целевую аудиторию.

Резюмируя вышесказанное следует отметить, что рекламная деятельность предприятия, являясь одним из инструментов маркетинга, улучшает положение компании на рынке товаров и услуг, помогает клиентам выбрать более качественную продукцию, способствует увеличению спроса и сокращает дистанцию между потребителем и покупателем. Чем активнее предприятие будет совершать рекламную деятельность, тем больше шанс на увеличение прибыли, привлечение новых клиентов и расширение сегмента производства.

Список литературы

1. Абрагимов А. В., Херкус Т. Роль рекламного менеджмента на современном российском предприятии / А. В. Абрагимов // Экономика и управление. 2017. – №2. – С. 200
2. Батяйкин А. А. Рекламный менеджмент в механизме управления предприятием / Батяйкин А. А. // Экономика и предпринимательство. 2016. – № 7. – С. 100 – 136
3. Макуев Д.Г. Совершенствование системы рекламного менеджмента посредством развития связей с общественностью в организации // Современные научные исследования и инновации. 2017. № 4
4. Попова Н.Н. Управление рекламной деятельностью современного предприятия // Новая наука: проблемы и перспективы, №3. – 2017. – С. 124-126

5. Тимошенко А.В. Разработка алгоритма управления рекламной деятельности ориентированного на малые и средние предприятия // Современные научные исследования и инновации. 2014. № 11. Ч. 2
6. Трушина Л.Е. История отечественной и зарубежной рекламы: учебник. -М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2016. -246 с.

Крутикова Е.В., Лукьянченко А.В.
Научн. рук.: канд. пед. наук, доц. Ляшко В.Г.
Тульский филиал Финуниверситета

ТЕКУЧЕСТЬ ПЕРСОНАЛА, КАК АКТУАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЙ

Текучесть персонала является актуальной проблемой для многих современных компаний, функционирующих на рынке. Она выражается в постоянном изменении кадрового состава организации вследствие увольнения одних сотрудников и приема на их место других. Высокая текучесть может дестабилизировать работу компании и создать угрозу ее существованию, поэтому необходимо предпринимать конкретные меры для того, чтобы она не превышала определенный, критичный для данной организации уровень.

Просматривая различные сайты по поиску работы и сотрудников, можно заметить, что одни и те же компании размещают те же вакансии, периодически предлагая работу одним и тем же специалистам. Текучесть кадров – одна из ключевых и болезненных проблем для любой современной организации. Сказать, что большая «текучка» негативно сказывается на бизнесе – ни сказать ничего. Высокий показатель текучести кадров не дает сформироваться постоянному и слаженному коллективу, а соответственно корпоративному духу в компании. Каковы причины столь неприятного явления? Есть ли способы избежать его совсем, или хотя бы существенно уменьшить[2]?

Дадим определение этому явлению. Текучесть персонала – движение рабочей силы, обусловленное неудовлетворенностью сотрудника рабочим местом или неудовлетворенностью организации конкретным специалистом. Данный показатель еще называют «индексом крутящихся дверей» и он отображает, как долго специалист находится на своей работе[3].

Текучесть кадров бывает:

1. Внутриорганизационная – связанная с трудовыми перемещениями внутри организации.
2. Внешняя – между организациями, отраслями и сферами экономики.
3. Физическая текучесть кадров охватывает тех работников, которые в силу различных причин увольняются и покидают организацию.
4. Скрытая (психологическая) текучесть кадров возникает у тех сотрудников, которые внешне не покидают компанию, но фактически уходят из нее, исключаются из организационной деятельности.
5. Естественная текучесть (3-5% в год) способствует своевременному обновлению коллектива и не требует особых мер со стороны руководства и кадровой службы[2].

Основываясь на последнем определении можно сказать, что небольшой коэффициент текучести кадров даже полезен для организации, так как несет в себе обновление коллектива свежими мыслями и силами. Текучесть кадров можно также классифицировать с учетом должности и периода работы сотрудника. Настоящей бедой можно считать большую «текучку» управленческого персонала с некоторым багажом опыта работы в компании (и чем больше он, тем сильнее это сказывается на финансовом и эмоциональном здоровье фирмы). В связи с частой сменой руководителя возможен не только временный застой и низкие показатели работы, но и волновой эффект – увольнения его подчиненных, которые могут уйти вслед за ним. Также для некоторых организаций настоящей проблемой может стать увольнение нового персонала в случае, если новый сотрудник уволился прежде, чем отработал средства, которые были вложены в него.

Причин текучести кадров, может быть несколько.

Начнем с самого начала процесса трудоустройства – подбора. Часто причина увольнения закладывается уже на первом этапе, во время некачественного подбора. У такого непрофессионального подбора множество причин: банальная спешка закрыть свободное вакантное место со стороны нанимателя, желание быстрее получить свой гонорар рекрутером, найти уже, наконец-то, хоть какую-то работу претендентом или же просто недостаточное информирование сторон. В 99% случаев такой подход рано или поздно приведет к увольнению.

После подбора сотрудника ожидает процесс адаптации. Плохая адаптация или, вообще, её отсутствие вызывает преждевременное увольнение на испытательном сроке. Даже когда новые сотрудники остаются и работают в компании достаточно долго, их решение об увольнении может быть принято уже в первые недели трудовой деятельности в этой компании.

Успешный процесс адаптации еще не залог успеха в борьбе с текучестью кадров. Большую часть светового дня сотрудник проводит на работе и от того, насколько комфортные условия труда для него созданы, зависит его решение о дальнейшем пребывании в компании.

Неудовлетворенность руководством – в какой-либо форме, будь то личная неприязнь, недовольство профессиональными качествами или методами управления также может стать причиной увольнения сотрудника. Последние два пункта не ограничиваются временными рамками, поскольку в данном случае все зависит от характера человека.

Проработав какое-то время, сотрудник, обладающий некими амбициями и профессиональными качествами, начнет задумываться о возможности роста и развития. Отсутствие карьерного роста, профессионального развития и обучения может стать причиной ухода сотрудника. Тут же прослеживается следующая причина увольнения сотрудника – перспектива получения более высокой должности в другом месте, возможность шире применить там свои способности и, соответственно, более высокая заработная плата. Такая практика наблюдается обычно на всех уровнях персонала. Хотя зачастую деньги не первопричина. Зарплата – это не прямой детерминант (определятель) удовлетворенности работой. Многих сотрудников не устраивает психологический климат, сложившейся в коллективе, они не лояльны и не мотивированы, а деньги в данном случае – удобное оправдание для того, чтобы покинуть компанию[2].

Уход сотрудника вслед за своим коллегой, другом, подружкой, женой и т. д. – также распространенное явление. Ведь человек – эмоциональное существо.

И, наконец, неудовлетворенность сотрудником со стороны руководителя. Некомпетентность сотрудника или же его неспособность работать в коллективе является причиной недовольства руководителя и, соответственно, причиной увольнения.

Однозначно определить причину увольнения всех сотрудников невозможно, поэтому полезно будет ввести в компанию, например, собеседование при увольнении, в процессе которого сотрудник отдела кадров или же руководитель должен выяснить мотив увольнения.

Выяснив причину увольнения сотрудников, необходимо принимать меры по ее устранению. Например, если виной уровень заработной платы, необходимо выяснить, есть ли финансовая возможность увеличения зарплат, премиальных или введение других вариантов финансовой мотивации персонала. Если же часть сотрудников не устраивали условия труда, то необходимо принять решение о возможности их улучшения[2].



Рисунок 1 – Причины и методы решения текучести кадров

Большинство исследователей называют предельно-допустимым уровнем текучесть порядка 4–10% в год. Критичным уровень текучести можно считать тогда, когда она начинает негативно влиять на бизнес-процессы, протекающие в организации и, соответственно, снижать эффективность работы как отдельных подразделений, так и всей организации в целом. Предельное значение коэффициента текучести, при котором она оказывает влияние на результативность работы, может различаться в зависимости от специфики и сферы деятельности компании.

Американский социолог Ч. Хэнди в главу угла поставил процесс распределения власти в организации, ценностные ориентации личности, отношения индивида и организации, структуру организации и характер её деятельности на различных этапах эволюции. Соответственно, он выделил четыре типа организационной культуры: культуру власти, ролевую культуру, культуру заданий и культуру личности[1].

Необходимо отметить тот факт, что в любой компании одновременно совмещаются несколько типов корпоративных культур. При этом одни из них доминируют, т. е. более ярко выражены, другие — менее. На основании исследований различных авторов, розничным компаниям в соответствии с типологией К. Камерона, Р. Куинна в основном присущи типы организационной культуры «рынок» и «иерархия», а с типологией Ч. Хэнди — «культура заданий» и «культура власти». В соответствии с характеристиками данных типов, в качестве их «слабых» мест, обуславливающих высокую текучесть, можно выделить следующие факторы:

- низкий уровень квалификации большинства сотрудников в связи с постоянной текучестью кадров;
- зачастую почти полное отсутствие корпоративной культуры и корпоративного духа;
- подавление инициативы работников;
- пренебрежение межличностными отношениями;
- жесткий контроль руководства, нередко сопровождающийся системой штрафов;
- некомфортные условия и график труда и пр.

Таким образом, несмотря на то, что организационная культура — это один из важнейших элементов управления любой организацией, практика показывает, что во многих розничных торговых компаниях четко прописанной и контролируемой руководством организационной культуры нет как таковой, либо она существует только на бумаге. В то же время исследования в данной сфере доказали значимость организационной культуры, в первую очередь, как мощного стратегического инструмента, который позволяет ориентировать все подразделения, всех сотрудников на общие цели, поставленные руководством. С целью снижения высокого уровня текучести в РТК необходимо разработать систему мероприятий, которые позволят нивелировать негативный эффект, который она оказывает на работу компании. Основой для разработки данной системы является информация о мотивах и причинах текучести персонала, а также о наличии в организации корпоративной культуры и ее характеристиках.

Безусловно, как было показано выше, на текучесть кадров действуют и другие факторы (производственно-экономические условия, жилищно-бытовые условия, мотивы личного характера и прочие), однако организационная культура, на наш взгляд, является одним из важнейших. Необходимо учитывать также тот факт, что организационной культурой можно и нужно управлять, что и происходит на настоящий момент в компаниях, руководство которых осознает важность данного ресурса.

Таким образом, в рамках мероприятий по управлению текучестью в корпоративную культуру розничной торговой компании следует внести необходимые изменения, а также сформулировать и разработать перечень мероприятий по ее развитию и повышению мотивации сотрудников компании[1].

Список литературы

- 1) Кондратова Н.В., Окольников А.П. Специфические черты и последствия текучести персонала в современных рыночных условиях // Вестник южно-российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия: социально-экономические науки. 2013. № 3. С. 164-170
- 2) Текучесть персонала: причины и пути решения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://efsol.ru/articles/staff-turnover.html> (дата обращения 7.10.2017)
- 3) Причины текучести кадров и способы её предотвращения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://acenter.ru/article/prichiny-tekuchesti-kadrov-i-sposoby-ee-> (дата обращения 7.10.2017)
- 4) Причины текучести кадров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hr-director.ru/prichiny-tekuchesti-kadrov/> (дата обращения 7.10.2017)

Кудина А.С.

Научн. рук.: канд. технич. наук, доц. Городничев С.В.
Тульский филиал Финуниверситета

ХАРАКТЕРИСТИКА СИСТЕМЫ КОРПОРАТИВНОГО НАЛОГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Налоговый менеджмент является частью общей системы управления организации, поскольку нацелен на оптимизацию налоговых платежей, своевременное выполнение налоговых обязательств и сокращение налоговых рисков. В разных источниках понятие «система корпоративного налогового менеджмента» трактуется по-разному:

Основная трактовка – «это совокупность методов, принципов, структурных элементов, различных средств, с помощью которых регулируется своевременность, обоснованность уплаты всех видов налогов организации, а также направлена на оптимизацию налогооблагаемой базы.» Система налогового менеджмента в организациях осуществляется на уровне организации, имеет свой инструментарий, должна согласовываться с целями организации. Независимо от рода деятельности организации, система налогового менеджмента играет важную роль в системе управления организации. Выделяется субъект и объект управления. Субъектом налогового менеджмента организации является налоговая служба. В данном случае ее структура будет зависеть от рода деятельности самой организации, а также от объемов и видов основной деятельности. В качестве объекта управления выступают налоговые риски. Система корпоративного налогового менеджмента включает в себя такие структурные элементы, как: учетная политика; налоговый анализ; налоговая культура; налоговые риски; техническое и кадровое обеспечение; налоговый прогноз; налоговая экспертиза; налоговое планирование. Элементами налогового механизма являются планирование, в том числе налоговый анализ, налоговый прогноз и экспертиза налоговых рисков, регулирование и контроль, поскольку само управление налоговым процессом ведется с помощью налогового механизма. Отсюда следует, что налоговый механизм и налоговый менеджмент обладают тремя общими элементами. Это планирование, регулирование и контроль. Эти элементы охарактеризовываются инструментарием, который включает в себя приемы, формы и методы управления.



Рисунок 1. Технология налогового менеджмента как принятие управленческого решения

Так, на примере нефтеперерабатывающих компаний, рассмотрим формы организации системы налогового менеджмента. По полученным данным, 52% из них выбрали формой организации бухгалтерию, то есть в них не ведется полноценного управления финансовыми потоками. 40% имеют налоговый отдел или налоговый департамент. Руководители таких организаций отмечают эффективность осуществляемого корпоративного налогового менеджмента, что подтверждает необходимость выделения отдельного структурного подразделения. Важным аспектом при выборе той или иной формы организации системы являются расходы на обеспечение ее деятельности. Так, содержание налогового департамента в 3,5 раза дороже бухгалтерии, а налогового отдела – в 2,4 дороже. Наименьших затрат требует рабочая группа. Тем не менее, экономический эффект от создания той или иной формы системы корпоративного налогового менеджмента точно просчитать невозможно, так как в большей степени зависит от кадрового ресурса налоговой службы, затратная часть не всегда может являться определяющей. Выбор формы налогового менеджмента в большей части зависит от крупности организации. Налоговый отдел наиболее распространен в организациях. В разных источниках авторы называют данную структуру службой налогового планирования и прогнозирования, отделом налоговой политики. Данная структура представляет собой функциональное подразделение, находящееся в подчинении высшему руководству. Задачами налогового отдела являются выработка и реализация налоговой политики, учет и контроль налоговых потоков организации. При такой форме организации, в отличие от бухгалтерии, уже практически полностью осуществляются функции налогового менеджмента. Недостатком будет являться отсутствие специфического управляющего на уровне топ-менеджмента. Рамках только налогового отдела корпоративный налоговый менеджмент осуществляться не может. Для полноценного обеспечения этой деятельности необходима работа отделов: юридического отдела, бухгалтерии, информационно-аналитической службы, службы внутреннего налогового контроля и аудита.

Таким образом, для полноценного функционирования и результативности налогового отдела, необходимо подключение ряда служб организации. В связи с чем, при наличии больших возможностей бюджетирования более крупных организаций возникает структура налогового менеджмента с использованием налогового департамента. Несмотря на то, что содержание налогового департамента является затратным, данный механизм широко используется в крупных современных организациях. Под налоговым департаментом понимают подразделение, состоящее в аппарате высших управляющих органов, которое занимается налоговыми вопросами. В данной структуре появляется такая должность, как руководитель департамента налоговой службы, курирующий непосредственно все вопросы налоговой политики организации. Налоговые департаменты как отдельные структурные единицы распространены в зарубежных организациях, задачей которых является организация налогового учета на основе управленческого учета. Одной из основных функций такой группы является управление налоговыми рисками. Таким образом, управление налогами будет осуществляться наиболее полноценно.

Система корпоративного налогового менеджмента является неотъемлемой частью ведения бизнеса. В любой организации, независимо от ее формы, масштабов и размеров, должны быть внутренние и внешние специалисты, которые анализируют всю деятельность организации, в том числе с налоговой точки зрения.

Список литературы:

1. Архипова Д.В. Организационное обеспечение налогового планирования на предприятии [Электронный ресурс] // Вестник Томского государственного педагогического университета, 2010, №5, с.68-70:[сайт]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/organizatsionnoe-obe..>
2. Барулин С.В., Ермакова Е.А., Степаненко В.В. Налоговый менеджмент: учебное пособие. М. : Омега-Л, 2015. 284 с.
3. Ломакина И.С. Корпоративный налоговый менеджмент: экономическое содержание, функции и роль в системе управления предприятием [Электронный ресурс] // Системное управление: электрон. журн. 2011, №1: [сайт]. URL: <http://sisupr.mrsu.ru/2011-1/PDF/Lomakina.pdf>
4. Муравьев В.В. Организация налогового планирования на предприятии [Электронный ресурс] // Корпоративный менеджмент: электрон. журн. 2011, №2: [сайт]. URL: http://www.cfin.ru/press/afa/2011-2/11_mur6.shtml

5.Осадчая О. П. Корпоративный налоговый менеджмент и корпоративное налоговое управление: трансформация понятий // Финансы и кредит. 2013. №11. С.12-16.

6.Туфетулов А.М. К вопросу об организации налогового менеджмента на нефтеперерабатывающих предприятиях России [Электронный ресурс] // Russia: Open journal: электрон. журн. 2013, №2: [сайт]. URL: <http://ores.su/-2142013/358-2013-03-20-15-24-10> .

Кузнецов Д.В., Кузин И.И.
 Научн. рук.: канд.экон.наук, доц. Фомичева И.В.
 Тульский филиал Финуниверситета

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ ГОРНОПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ НА ПРИМЕРЕ ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Основная задача управления земельными ресурсами - обеспечение потребностей общества, удовлетворяемых на основе использования свойств земли. Она отражает перспективное состояние земельных ресурсов и процесса их использования.

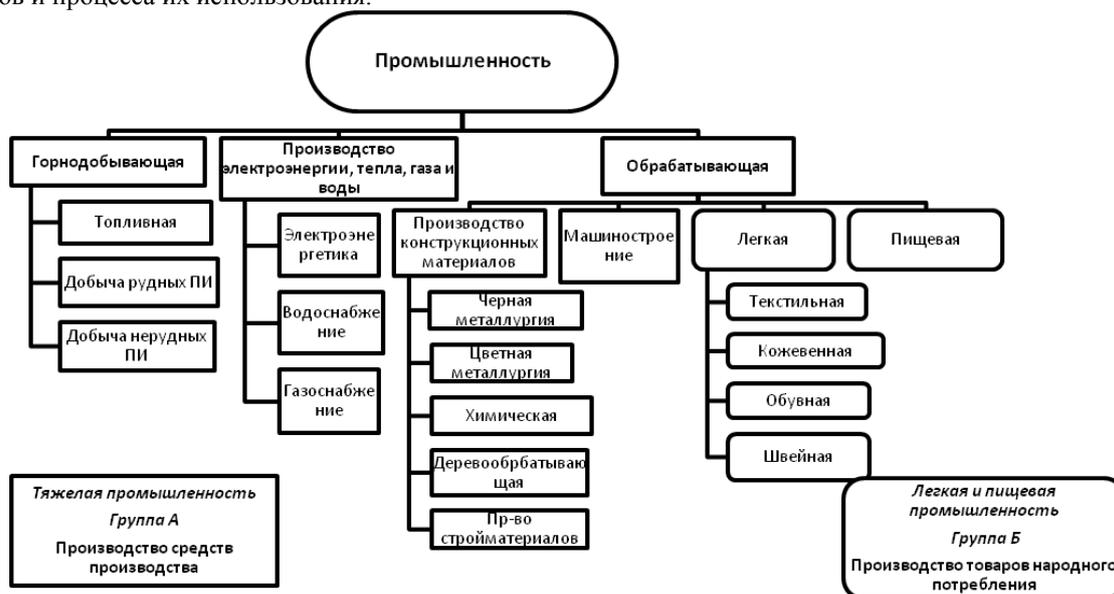


Рисунок 1. Виды промышленности.

Основная установка достигается путем постановки частных целей управления земельными ресурсами таких как рациональное, эффективное использование и охрана земель, которые обеспечивают охрану прав государства, муниципальных образований, юридических лиц и граждан на землю, воспроизводство плодородия почв, сохранение и улучшение окружающей среды, создание условий для равноправного развития различных форм хозяйствования на земле, формирование и развитие земельного рынка. Это касается и горнодобывающей, и горно-перерабатывающей промышленности Тульской области. На данный момент порядка 300 га угольных шахт и прилегающих к ним территорий заброшены и находятся в неблагоприятной экологической ситуации. Общая площадь земельного фонда Тульской области на 01.01.2017 г. составила 2567,9 тыс. га., из них площадь нарушенных земель составляет 10,1 тыс.га. [5]



Рисунок 2. Рациональное природопользование.

Важным элементом горного производства является - горнопромышленный комплекс (ГПК) и горнопромышленная территория (ГПТ).

Под горнопромышленным комплексом (ГПК) понимают совокупность объектов производственного назначения, обеспечивающих добычу и переработку полезных ископаемых. Территория ГПК реализуется на поверхности в пределах земельного отвода и в недрах - в пределах горного отвода. [1]

Горнопромышленная территория представляет собой часть территории Российской Федерации (субъекта Российской Федерации, муниципального образования), на которую действует влияние производственные процессы при разработке месторождений полезных ископаемых (МПИ) (строительство сооружений, необходимых для его эксплуатации, разработка МПИ (добыча полезных ископаемых, транспортировке пород и полезного ископаемого, первичная переработка ископаемого), консервация ГПК или горнодобывающего предприятия (ГДП), его закрытие), а также негативное воздействие горных работ на окружающую среду.

ГПТ включает горный и земельный отвод ГПК, который содержит: земельные участки, необходимые для разработки МПИ и расположения сопутствующих технологических объектов, зоны с особыми условиями пользования территорий, образуемых при разработке МПИ, зону действия экономических и социальных интересов как ГПК, так и Российской Федерации, субъекта Российской Федерации и муниципального образования и территорий перспективного развития районов, связанных с ГПК. [2]

Территория горного отвода оформляется горноотводным актом, в котором указываются координаты поворотных точек границ горного отвода на земной поверхности. [5]

| Горноотводный акт к лицензии на право пользования недрами | | |
|--|-------|------------------|
| серия | номер | дата регистрации |
| Настоящий Акт, удостоверяющий уточненные границы горного отвода для разработки подземным (открытым) способом _____ | | |
| (наименование месторождения, полезного ископаемого) | | |
| предоставлен _____ | | |
| (наименование организации, которой предоставлен горный отвод) | | |
| Горный отвод расположен _____ | | |
| (наименование: селения, района, области, края, республики) | | |
| и обозначен на прилагаемой копии топографического плана угловыми точками: _____ | | |
| (перечень угловых точек) | | |
| а также на геологических картах и вертикальных разрезах _____ | | |
| (номер карт и разрезов) | | |
| Площадь проекции горного отвода, обозначенная на копии топографического плана угловыми точками, составляет _____ гектаров. | | |
| (прописью) | | |
| Срок действия Горноотводного акта _____ | | |
| Акт, удостоверяющий уточненные границы горного отвода, выдан _____ | | |
| н | н | г. |
| Настоящий Акт составлен в _____ экземплярах, внесен в реестр за № _____ | | |
| Пользователь недр на предоставленном в уточненных границах горном отводе для разработки месторождения полезных ископаемых обязан обеспечить: | | |
| 1) соблюдение требований законодательства, а также утвержденных в установленном порядке стандартов (норм, правил) по технологии ведения работ, связанных с пользованием недрами, и при первичной переработке минерального сырья; | | |

Рисунок 3. Пример горноотводного акта.

Таким образом, горный отвод, занимает часть земной поверхности и является также неотъемлемой частью горнопромышленного комплекса и одной из составных частей земельных ресурсов, используемых при добычи и переработки полезных ископаемых.

Земельные участки образуются в соответствии с градостроительной деятельностью, а также с учетом строительных норм и правил. Заметим, что в совокупности земельные участки, на которых расположены здания, сооружения и другие технологические объекты горнопромышленного комплекса, составляют часть земельных ресурсов ГПК. [3]

Горнопромышленный комплекс, на котором ведутся горнодобывающие работы, представляется опасным производственным объектом. Следовательно, данные обстоятельства могут создать чрезвычайные ситуации и угрожать безопасности рядом проживающему населению и полноценной хозяйственной деятельности. С другой стороны горнодобывающее и горно-перерабатывающее производства выделяют большое количество контролируемых и неконтролируемых вредных веществ в атмосферу, в водные объекты и почву в виде выбросов и сбросов. Все это ведет к нарушению земной поверхности, ее загрязнению и деградации не только на территории ГПК, но и за его пределами, что приводит к изменению качественных свойств земельных ресурсов, вплоть до вывода их из хозяйственного оборота. Такие участки, как правило,

относят к нарушенным землям. Нарушенные земли - это земли, утратившие свою хозяйственную ценность или являющиеся источником отрицательного воздействия на окружающую среду в связи с нарушением почвенного покрова, гидрологического режима и образования техногенного рельефа в результате производственной деятельности человека. Часто такие земли становятся "мёртвым грузом" для областей.

Для охраны земельных ресурсов появляется необходимость формирования зон с особыми условиями использования земель, таких как законодательно закреплённые: санитарно-защитные, запретные зоны, охранные зоны, санитарной (горно-санитарной) охраны; и специфические, присущие ГПК: зоны возможного затопления, зоны сдвижения горных пород, зоны нарушения устойчивости бортов карьеров и откосов отвалов и другие. Должны быть разработаны чёткие меры по восстановлению земель ГПК. [4]

Учет земельных ресурсов на ГПК, организация на этих территориях мониторинга земной поверхности и экономическая оценка убытков при вредном влиянии горнопромышленного комплекса позволит эффективно и рационально управлять земельными ресурсами горнопромышленного комплекса.

Данные особенности, определяют эффективное управление ГПК как на местном, так и на федеральном уровне.

В результате анализа состояния земельных ресурсов и особенностей управления ГПК Тульской области можно сказать, что это является важной проблемой, которая до последнего времени не нашла окончательного решения. В связи с этим можно сделать вывод о необходимости формирования эффективного управления. [5]

Список литературы

1. Федеральный закон "Об охране окружающей среды". - М.: Омега, 2017. - 61 с.
2. ГОСТ 26640-85 "Земли. Термины и определения". - М.: Стандарты, 1985. - 14 с.
3. Коновалов В.Е. Принципы формирования земельных ресурсов в горнопромышленном комплексе // Вестник АГАУ. 2017. №1 (109).
4. Земельный кодекс Российской Федерации. - М.: Экспо, 2017. - 96 с.
5. Классификация запасов и прогнозных ресурсов твердых полезных ископаемых, утв. Приказом Министерства природных ресурсов Российской Федерации от 11 декабря 2006 г. № 278.

Лунькова А.А.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Ефремова Н.Е.
Тульский филиал Финуниверситета

РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА

В современном мире бизнес-планирование является неотъемлемой частью деятельности стабильной и успешно развивающейся компании. Составление бизнес-плана позволяет оценить возможные риски в ходе развития бизнеса, повысить финансовую эффективность, укрепить конкурентоспособность, а также позволяет снизить неопределенность в принятии бизнес-решений.

Благодаря бизнес-планированию создается возможность определения путей направления деятельности, оценки затрат на реализацию, достаточности ресурсов и необходимости привлечения дополнительного капитала.

Разработка бизнес-плана позволяет обеспечить для компании выход на стабильную прибыль, что на данный момент является наиболее актуальным фактором.

Результаты исследований роли и места бизнес-планирования в системе планирования деятельности предприятия изложены во многих научных трудах известных ученых-экономистов. В то же время, перед современными исследователями до сих пор встают такие вопросы как: определение сущности, значения и функций бизнес-планирования в системе управления конкурентоспособностью малого предприятия; особенности применения международных стандартов при разработке бизнес – планов субъектами малого предпринимательства и др. Это обуславливает актуальность наших исследований [4, С. 2].

В условиях экономического кризиса роль бизнес-планирования значительно возрастает не только в крупных корпорациях, но и в малых, поскольку оно предоставляет возможность значительно повысить конкурентоспособность, сократить длительность принятия управленческих решений, оптимизировать производственные и финансовые циклы.

Эффективное использование этих знаний субъектами малого предпринимательства позволяет успешно расширять текущий бизнес и открывать новые направления деятельности, в соответствии с этим разрабатывать цели и достигать их, нивелировать риски бизнеса [2, С. 1151].

В общем плане актуальность эффективного бизнес-планирования при его использовании заключается в возможности малых предприятий: расширить или модернизировать производство; освоить новые рынки (продукцию, услуги); открыть новые направления деятельности; получить доступ к кредитной линии; принять участие в совместном предприятии; донести до инвестора бизнес-идеи и предпринимательские решения.

Структура бизнес-плана:

0. Резюме

1. Описание компании.

2. Управление компанией.

3. Концепция бизнеса.
4. Целевой рынок.
5. Анализ отрасли.
6. Конкурентное окружение.
7. Стратегическая позиция.
8. Технологический и операционный планы.
9. Маркетинговый план.
10. Финансовый план.
11. Планы развития и выхода [1, С. 96].

Разработка бизнес-плана проводится в нескольких этапах:

1. Необходимо определить цели разработки бизнес-плана: определить реальность достижения цели, перспективные рынки сбыта и место фирмы на них, оценить затраты, проанализировать материальное и финансовое положение фирмы, определить риски;
2. Необходимо определить целевую аудиторию бизнес-плана: внутренние и/или внешние потребители;
3. Определить структуру бизнес-плана: резюме, анализ рыночной ситуации, план маркетинга, продаж, производственный и организационный план, финансовый план, оценка рисков);
4. Собрать и систематизировать информацию для подготовки всех разделов бизнес-плана;
5. Оформить бизнес-план [3, С. 124].

В качестве примера разработки бизнес-плана предлагается разработать бизнес-план развития швейной фабрики. Швейное производство всегда считалось делом прибыльным и перспективным. Самое главное – выбор специфики и правильная ориентация на клиента. Швейное производство – это огромное поле деятельности и, что немаловажно, есть возможность роста. Например, начав с небольшого цеха по пошиву мелкой одежды, можно вырасти до производства собственной линии. Сегодня самым главным критерием при покупке вещей становится их качество. Люди с высоким достатком могут позволить покупку одежды мировых брендов, которые имеют высокое качество, но и, соответственно высокую стоимость. Основная масса населения вынуждена делать покупки недорогих товаров зарубежных производителей. Они, как правило, не всегда соответствуют стандартам – могут не совпадать размеры, пошив неаккуратен, лекала просты, что не дает хорошей посадки. Поэтому в последнее время возрос интерес к отечественному производству. Особенно, это касается детского трикотажа.

Швейная фабрика ООО "Анастасия и К" – производитель трикотажных и ситцевых изделий для детей. Предприятие сравнительно молодое и динамично развивающееся на российском рынке, за короткий промежуток времени сумело зарекомендовать себя, как производитель качественной детской одежды.

Вместе с тем, анализ деятельности показал, что происходит снижение объема продаж по некоторым ассортиментным группам, некоторые модели вообще не имеют спроса. Кроме того, постоянно наблюдается рост цен (за счет роста себестоимости продукции), а стимулирование покупателей не осуществляется.

Идея бизнес-плана состоит в расширении производства по пошиву не только детской, но и мужской, женской одежды. Необходимо разработать несколько одинаковых моделей по всем трем направлениям (например, майка для папы, мамы и ребенка с одинаковой расцветкой, надписью или декором).

Покупателей можно разделить на разные группы. Но, к основным, все же относится, деление согласно покупательной способности. При ориентации на состоятельных клиентов необходимо обеспечить достаточно высокие требования для выхода на нужный уровень продаж. Надо постоянно следить за модными тенденциями. При этом стоит учитывать, что каждый покупатель будет требовать высокого качества тканей, пошива, идеальной посадки и т.п. Преимущества – состоятельные клиенты обеспечивают хороший доход. Есть возможность выхода на международный уровень. Работа швейных предприятий, которые рассчитаны на средний уровень достатка клиентов, имеют свою специфику. Самое главное постоянно выдерживать соотношение цена-качество. Недорогие вещи купить несложно, а вот качественные по приемлемой цене – проблема. Покупатель предъявляет претензии к материалу, пошиву (насколько аккуратно выполнены строчки и обработаны швы), выкройкам. И здесь главное найти компромисс между тем, как сделать продукцию швейного предприятия доступной по цене, но при этом обеспечить хороший доход.

Так, как на предприятии уже сформирован штат персонала из высококвалифицированных швей, что позволяет обеспечить качественный пошив одежды, необходимо снять с производства нерентабельные ассортиментные группы и заменить их новой коллекцией мужской и женской одежды.

При формировании ценовой политики, будут учитываться все основные факторы, влияющие на цену своего товара. Исходным фактором цены являются собственные издержки плюс прибыль, учитывая при этом текущее соотношение спроса, предложения и темпы инфляции. Кроме того при определении цены учитываются цены конкурентов на аналогичную продукцию, принимая во внимание и то, что в основном потребитель рассматривает цену как показатель качества.

Каждый месяц переменные затраты составят 45 тыс. руб., с учетом их роста на 20% каждый месяц, к концу года составят 1779 тыс. руб. Кроме того, постоянные затраты составят 70 тыс. руб. Итого за первый год постоянные затраты составят 840 тыс. руб. Общие затраты за первый год реализации бизнес-плана затраты составят 2619 тыс. руб. Реализация продукции в первый месяц запуска проекта составит всего 100 тыс. руб. Но

в первый год эта сумма будет расти на 20% каждый месяц. Итого к концу года выручка составит 3959 тыс. руб. Расчет эффективности показал, что проект окупится в первые 7 месяцев его реализации, а общая выгода за год составит 1340 тыс. руб.

Таким образом, как показал проведенный анализ, российская продукция легкой промышленности пользуется все большим спросом, так как отечественного потребителя уже не устраивает низкачественный товар турецкого и китайского производства. Рынок насыщен одеждой, постельным бельем, трикотажем, выпущенным руками трудолюбивых восточных братьев, но их низкая цена далеко не всегда компенсирует недостаток качества. Поэтому расширение ассортимента женской и мужской одежды будет иметь популярность и позволит швейной фабрике ООО "Анастасия и К" повысить объем производства и финансовые показатели деятельности.

Список литературы

1. Бизнес-планирование: учеб. пособие/В.А. Богомолова, Н.М. Белоусова, О.В. Кублашвили, Р.Ю. Ролдугина; Моск. гос. ун-т печати им. Ивана Федорова. -М.: МГУП им. Ивана Федорова, 2014. -250 с.
2. Бухорбаева А. Т. Особенности и проблемы бизнес-планирования малого бизнеса//Молодой ученый. -2016. -№12. -С. 1151-1154.
3. Дубровин И.А. Бизнес -планирование на предприятии. М.: Дашков и К, 2013. 431 с.
4. Чараева, М. В. Обзор методик формирования инвестиционного бизнес-плана/ М. В. Чараева, А. В. Палеев // Финансы и кредит. - 2014. - № 18. - С. 2-8

Микитченко С.С.

Научн. рук.: доктор экон. наук, доц. Поляков В.А.
Тульский филиал Финуниверситета

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В 2017 ГОДУ

В 2016 году рост инноваций в сфере технического маркетинга и рекламы начал набирать обороты. Многие компании планируют бюджеты на 2017 год, а вместе с бюджетами началось изучение новых трендов и их внедрение в эти самые бюджеты.

Как известно, траектория трендов в интернете довольно изменчива, цифровой ландшафт меняется очень быстро, и многие тенденции, которые работали год назад, могут быть уже не такими эффективными. Впрочем, есть и те, что с каждым годом продолжают набирать популярность. Конечно, в условиях стремительно развивающихся технологий и конкуренции трудно сказать, что будет популярно уже завтра, но можно прогнозировать, что будет актуально в 2017 году, основываясь на текущих глобальных тенденциях цифрового маркетинга.

Рассмотрим основные тренды, на которые стоит обратить внимание при планировании своего бюджета на следующий год.

Поколение Next. В то время как 80% представителей поколения Next используют мобильные телефоны для покупок и 74% из них хотят получать таргетированные оповещения на свои девайсы, у маркетолога появляется огромная возможность предоставлять релевантные предложения прямо на мобильные телефоны потенциальных покупателей. К примеру, некоторые приложения, предоставляют возможность получать оповещения о скидках в то время, как люди прогуливаются рядом с магазином, который эту скидку предоставляет. С развитием технологий, маркетологи могут предоставлять точные и таргетированные предложения прямо в руки своих покупателей.

Инвестирование в социальную аналитику, а затем в SMM. Уже не секрет, что социальные медиа только начинают зарождаться. Это открывает большие возможности для роста и успешной работы со многими аспектами маркетинга, которые не были изучены до сих пор. Умение активно и оперативно реагировать на новые данные и результаты кампаний будет иметь важное значение в наступающем году.

Facebook признает, что их аналитические предложения еще недостаточно хороши. Это означает, что в 2017 году мы можем ожидать, что будут доступны еще более интересные и ценные данные.

Согласно исследованиям DMA, бюджеты на социальные медиа возрастут на 24% в ближайшие 5 лет.

Подготовка к кроссплатформенному маркетингу в кратчайшие сроки. Большинство исследований показывают, что покупатели используют до 5 доступных им девайсов, умножая возможности и головную боль в тех же пропорциях для маркетологов. Как известно, хороший маркетолог не только должен узнавать и понимать своего клиента, но и отслеживать его действия на своей платформе. В любом случае переход и обучение к кроссплатформенным коммуникациям, будет очень сложным для большинства маркетологов, учитывая, что 69% из них не имеют точной статистики по всем их продуктам и ведомым кампаниям.

Телефон – это движущая цель. Сейчас 60% жителей Земли берет с собой смартфон каждый день. Вероятнее всего они не скоро устареют, а скорее наоборот, станут более популярными. По статистике DMA, каждый покупатель как-либо использует носимые с собой девайсы. Что это может означать для маркетологов при планировании бюджета на 2017 год? То что им придется создавать и продвигать контент, который будет укладываться в формат, платформу, время и место для их целевой аудитории.

Удваивание ставок на видео. 2017 год будет годом видео. Да, видео, по-прежнему, остается одним из важнейших маркетинговых инструментов. Если говорить более конкретно, то в видео-маркетинге намечаются три основные тенденции, на которые важно обратить внимание.

Первая из них – живые видеотрансляции. Практически все эксперты сходятся во мнении, что видеостриминг будет одним из важнейших трендов цифрового маркетинга в 2017 году.

Стриминговые приложения пробовали запускать еще около 10 лет назад, но тогда затея провалилась. Сегодня, когда технические возможности телефонов и социальных сетей позволяют любому человеку или бренду вести прямые трансляции в приемлемом качестве прямо с мобильного телефона из любой точки мира, без записи и монтажа, идея оказалась как никогда своевременной.

Сервисы видеостриминга появились практически у всех крупных социальных сетей: YouTube, Google, Hangouts, Periscope, Facebook. Да и Вконтакте, насколько известно, уже работает в этом направлении.

Прямые видеотрансляции – это еще один способ взаимодействовать с аудиторией, а также возможность построить доверительные отношения с помощью неотредактированного живого контента.

Персонализация. Персонализация была важной тенденцией и в 2016 году, но в 2017 она обещает включить «турбо-режим».

Сопrotивление людей к массовой рекламе растет, порождая все более высокую потребность в персонифицированном и релевантном контенте. И, конечно, речь здесь идет не об именной кружке, а о построении отношений с клиентом и увеличении лояльности. Необходимо позволить им чувствовать себя особенными, создать опыт, идеально подходящий именно для них.

Вероятно, в следующем году, бренды будут уделять меньше внимания увеличению трафика. Они будут больше концентрироваться на существующей аудитории и персонализировать контент для удовлетворения ее интересов. Актуальность – вот что важно для привлечения внимания в шумном мире беспорядочных данных.

Эффект на рекламную индустрию поистине огромный. В течение последних нескольких лет объем онлайн-рекламы стремительно вырос и достиг десятков миллиардов долларов в год. Рекламодатели начали активно менять свои предпочтения и сегодня интернет-реклама уже занимает большую рыночную нишу, чем реклама на радио. Интернет-маркетинг достаточно сильно повлиял на сектор B2B, и это влияние с каждым днем усиливается.

На сегодняшний день сложно найти крупное индустриальное предприятие, которое не продвигает себя в сети. Тенденции роста можно легко увидеть и по постоянному расширению торговых интернет-площадок, а также росту их количества. В условиях постоянно растущего рынка товаров, услуг, конкуренции важное значение на сегодня и перспективу имеет развитие интернет-маркетинга.

Список литературы

1. Карпова С.В. Инновационный маркетинг: Учебник для бакалавриата и магистратуры / С.В. Карпова. – М.: Юрайт, 2016. – 457 с.
2. Как будет развиваться реклама в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/article139779.htm>.
3. 5 трендов в интернет-маркетинге на 2017 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://brandmonkey.ru/blog/reklama>.

Митина Д.Ю.

Научн. рук.: ст.преп. Романовская Н.Н.
Тулский филиал Финуниверситета

ОСНОВНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ БЮДЖЕТНОЙ ПОЛИТИКИ МО ГОРОДА ТУЛЫ

Местное самоуправление является важной составляющей демократического государственного строя. Оно осуществляется непосредственно самим населением либо через выбираемые им представительные органы. Очевидно, что для выполнения задач и функций, возложенных на местные исполнительные и представительные органы власти, им необходимы финансовые ресурсы, имущественная и экономическая основа их деятельности [1, с.45].

Именно такой финансовой базой муниципальных органов власти являются местные бюджеты. Бюджетные, экономические и имущественные права, закрепленные за данными органами местной власти, позволяют им составлять, рассматривать, утверждать и исполнять свои бюджеты, распоряжаться муниципальными финансами. Формирование и использование местных финансов основываются на следующих важных принципах: гласности, самостоятельности и государственной финансовой поддержке.

Бюджет муниципального образования (местный бюджет) - это форма образования и расходования денежных средств в расчете на финансовый год, предназначенных для обеспечения задач и функций, отнесенных к предметам ведения местного самоуправления, путём исполнения расходных обязательств соответствующего муниципального образования.[2]

Деятельность, связанная с бюджетным процессом на уровне местного самоуправления, включает себя:

- составление и рассмотрение проекта местного бюджета;
- утверждение и исполнение проекта местного бюджета;
- контроль над исполнением проекта местного бюджета;
- утверждение отчета об исполнении.

В основе бюджетного процесса лежит Бюджетный Кодекс РФ (ст. 9), а также нормативные акты, принятые органами местного самоуправления.

Участниками бюджетного процесса являются представительные, а также иные органы местного самоуправления (местная администрация, финансовый отдел или управление, муниципальное казначейство, отраслевые муниципальные службы, муниципальная налоговая инспекция).

Местные бюджеты играют особо важную роль в решении социально значимых задач определенного муниципального образования и его жителей. Объективной причиной использования местных бюджетов в качестве экономического инструмента регулирования является реальная возможность за счет централизации денежных средств оказывать влияние на процессы общественного воспроизводства, следить и контролировать течение экономических явлений и процессов в регионе, регулировать своевременность и объемы поступления финансовых ресурсов в распоряжение органов местного самоуправления. [3,с.86].

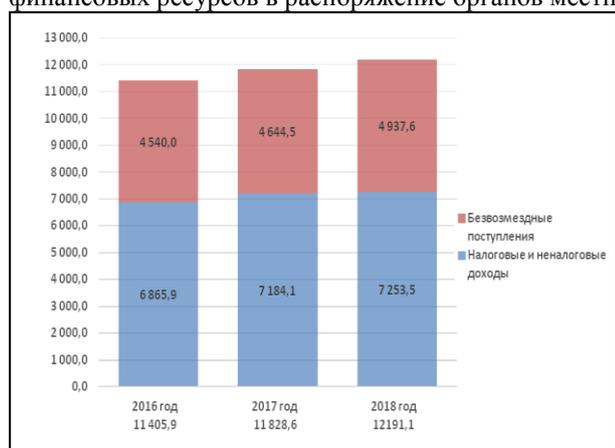


Рис.1. Структура доходов бюджета муниципального образования город Тула на 2016-2018 годы

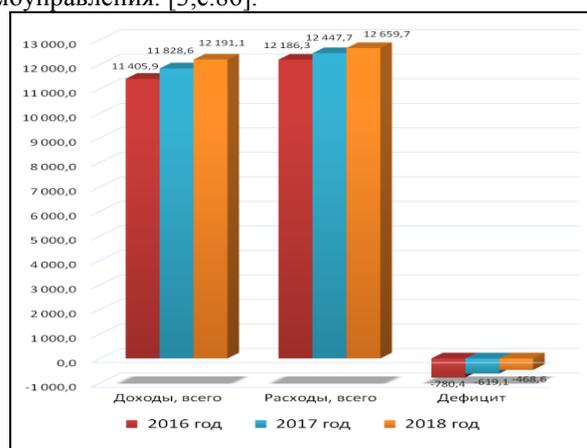


Рис. 2. Основные параметры бюджета МО город Тула на 2016-2018 годы

Основные приоритеты бюджетной и налоговой политики муниципального образования город Тула на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годов:

- обеспечение долгосрочной сбалансированности и устойчивости бюджетной системы;
- повышение эффективности бюджетных расходов и оказания населению муниципальных услуг;
- повышение качества муниципальных программ и расширения их использования в бюджетном планировании;
- обеспечение прозрачности бюджета и бюджетного процесса;
- совершенствование системы внутреннего муниципального финансового контроля;
- повышение эффективности и стабильности налоговой системы, а также реализация мероприятий, направленных на увеличение налоговой базы бюджета города.

Бюджет муниципального образования город Тула на 2016-2018 годы основан на:

- основных направлениях бюджетной политики и основных направлениях налоговой политики;
- прогнозе социально-экономического развития город Тула до 2018 года;
- муниципальных программах, проектах муниципальных программ.

Доходы бюджета города формируются за счет поступлений от федеральных налогов и сборов, местных налогов и неналоговых доходов, а также за счет безвозмездных поступлений, передаваемых из бюджета области в бюджет города. [4]

Приведенная структура доходов и расходов бюджетов муниципальных образований дает теоретическое представление о том, как формируются местный бюджет и на какие цели выделяются средства из него. Для того чтобы понять реальное положение дел, оценить и сопоставить различные источники доходной части местного бюджета, оценить их роль и процентное соотношение в его структуре, а также проанализировать основные расходы местных бюджетов и показать их структуру, количественные показатели, необходимо более детально углубиться в изучение показателей реального бюджета муниципального образования.

Список литературы

1. Курченко Л.Ф. Бюджетная система Российской Федерации: субфедеральный и местный уровни: учебное пособие. - М.: Дашков и К, 2012. - 252 с
2. Российская Федерация. Законы. Бюджетный кодекс Российской Федерации. URL: <http://www.consultant.ru/popular/budget>

3. Шевелева Н.А. Бюджетная система России. - СПб.: Издательский дом Санкт-Петербургского государственного университета, 2013 - 280 с.
4. Администрация города Тулы Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.tula.ru/>

Михайлина Е. Н.
Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.
Тульский филиал Финуниверситета

СУЩНОСТЬ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ

В современных условиях функционирования социально-экономических систем все большую актуальность приобретают вопросы антикризисного управления.

Каждая организация в процессе своего существования проходит определенный ряд стадий развития, именуемый жизненным циклом организации. Как правило, принято выделять четыре основные фазы активности организации.

Первая фаза – подъем, который наступает после достижения низшей точки цикла (дна). Характеризуется постепенным ростом занятости и производства. Происходит внедрение инноваций в экономике с коротким сроком окупаемости. Реализуется спрос, отложенный во время предыдущего спада.

Вторая фаза – пик, именуемый «высшей точкой» экономического подъема. В этой фазе безработица обычно достигает самого низкого уровня либо исчезает совсем, производственные мощности работают с максимальной или близкой к ней нагрузкой.

Третья фаза – спад. Данная фаза характеризуется сокращением объемов производства и снижением деловой и инвестиционной активности. Вследствие этого увеличивается рост безработицы.

И четвертая фаза – дно или «низшая точка» производства и занятости.

Вместе с этим, ни одна организация не застрахована от такого явления как кризис, который характеризуется крайним обострением социально-экономических, внутривы производственных отношений, а также отношений организации с внешнеэкономической средой.

Кризисные явления возникают, время от времени, в любой организации, особенно в условиях постоянно изменяющейся, динамичной среды. Современные изменения в деловой среде связаны с усилением конкурентных сил, развитием информационных технологий, глобализацией бизнеса и многими другими факторами [3, с. 14].

Поэтому руководитель организации, помня о цикличности развития и необратимости смены этапов жизнедеятельности, должен предвидеть наступление кризиса и заблаговременно подготовить платформу преобразований, чтобы вовремя осуществить переход на очередную стадию развития. И этой платформой выступает антикризисное управление.

В связи с этим, разнятся мнения теоретиков и практиков о сути антикризисного управления. Одни главной целью такого управления считают недопущение кризисного состояния, а другие – вывод предприятия из кризиса непосредственно. Третьи суть антикризисного управления сводят только к финансовым механизмам, а некоторые рассматривают управление социально-экономическими системами в рамках процедур банкротства, и в частности, во время процедуры конкурсного производства, когда вся деятельность направлена на ликвидацию предприятия. Но чаще всего бытует мнение, что антикризисные меры следует принимать тогда, когда финансовое положение предприятия становится уже неудовлетворительным, а перспектива банкротства становится реальной [1, с. 26].

Так что же представляет собой понятие «антикризисное управление»?

Антикризисное управление – процесс применения форм, методов и процедур, направленных на социально-экономическое оздоровление финансово-хозяйственной деятельности индивидуального предпринимателя, предприятия, отрасли, создание и развитие условий для выхода из кризисного состояния [4].

В широком смысле антикризисное управление – всеобщая управленческая деятельность в организации по переводу ее из неустойчивого состояния (стагнация, коллапс) в равновесное сбалансированное воспроизводство. Особенностью такого менеджмента является чрезвычайно высокая степень неопределенности внутренней и внешней среды организации.

В узком смысле антикризисное управление – кратковременные управленческие действия в масштабах всей организации или достаточно длительные управленческие действия в одном из ее элементов, который находится в переходном состоянии или предрасположен к изменению качества.

Сущность и назначение антикризисного управления заключаются в следующих аспектах:

- предварительная диагностика причин возникновения кризиса в организации;
- анализ внешней среды и потенциала преимуществ хозяйствующего субъекта для выбора направлений его стратегического развития;
- разработка эффективного бизнес-плана по повышению конкурентоспособности и финансовому оздоровлению предприятия;
- формирование процедур финансового оздоровления организации и системы контроля выполнения осуществляемых мероприятий [2, с. 73-74].

Основной целью антикризисного управления является поддержание конкурентоспособности организации на определенном уровне в течение длительного периода времени, которое позволит получить доход, достаточный для погашения всех обязательств, сохранения надежной финансовой устойчивости и дальнейшего развития организации [3, с. 15].

Заметим, что специфика антикризисного управления связана с необходимостью принятия сложных управленческих решений в условиях ограниченных финансовых средств, при большой степени неопределенности и риска.

Выделим четыре основных этапов антикризисного управления:

На первом этапе определяется главная цель антикризисного управления организации, а также ее финансово-производственное состояние.

Второй этап характеризуется проведением анализа фактической ситуации, входе которого создается прогноз на текущую и стратегическую перспективу.

В следующем этапе формулируется проблема антикризисного управления.

На последнем этапе осуществляется разработка и реализация оперативных, тактических и стратегических решений деятельности организации [2, с. 74].

Кроме того, антикризисное управление включает две основные тенденции: управление по предотвращению кризиса и управление в условиях кризиса. Последний процесс, в свою очередь, подразделяется на: управление по выводу из кризиса до открытия производства по делу о несостоятельности и управление в рамках процедур банкротства предполагающее санацию ограниченную реорганизационными процедурами или ликвидацию предприятия должника.

В этих условиях, на наш взгляд, особую значимость приобретает функция контроля, которая призвана обеспечить эффективную реализацию всех направлений антикризисного управления. Контроль в управлении предполагает три основных аспекта.

Первое направление антикризисного управления рассматривает контроль как текущий сбор и обработку информации, проверку отклонений фактических показателей деятельности от нормативных или плановых, а также подготовку рекомендаций для принятия решений. Способствуя координации деятельности по управлению предприятием для достижения поставленной цели, контроль обеспечивает выполнение функции «управления управлением» и является синтезом планирования, учета экономического анализа, организации информационных и денежных потоков, что весьма актуально для предотвращения кризиса. В этом направлении контроль носит превентивный характер. Рассмотрение контроля в таком контексте является близким к концепции контроллинга.

В рамках второго направления, благодаря контролю уже в условиях кризиса выявляются слабые стороны предприятия, что позволяет оптимально использовать ресурсы, вводить в действие резервы для вывода предприятия из кризиса и избежать банкротства. Кроме того, контроль лежит в основе процесса принятия решений по выводу предприятия из кризиса, составления программы оздоровления и обеспечивает планомерную реализацию санационных мероприятий.

В рамках процедуры ликвидации (конкурсного производства), контроль выступает гарантом для максимально возможного удовлетворения требований кредиторов должника; сохранения организации как имущественного комплекса, позволяющего возобновить бизнес другим собственникам; сохранения максимально возможного количества рабочих мест и т. д., [1, с. 28].

Таким образом, антикризисное управление является неотъемлемой важной составляющей в жизненном цикле организации. От того насколько эффективно проводится упомянутый тип управления, будет зависеть дальнейшее существование организации.

Список литературы

1. Аминова Р. М. Значение и роль контроля в антикризисном управлении [Электронный ресурс] // РИНЦ. 2014, № 3 (11). С. 26-30. https://elibrary.ru/download/elibrary_22595530_98186929.pdf (Дата обращения: 23.10.2017).
2. Крюкова О. В. Антикризисное управление: назначение и этапы. [Электронный ресурс] // РИНЦ. 2016. С. 72-78. https://elibrary.ru/download/elibrary_26652972_89325082.pdf (Дата обращения: 23.10.2017).
3. Масюкова Т. Г. Антикризисное управление как особый тип управления в условиях рынка. [Электронный ресурс] // РИНЦ 2017. С. 14-16. https://elibrary.ru/download/elibrary_27694205_65469643.pdf (Дата обращения: 23.10.2017).
4. Антикризисное управление [Электронный ресурс]: Википедия – свободная энциклопедия. https://ru.wikipedia.org/wiki/Антикризисное_управление (Дата обращения: 09. 10. 2017).

Морозова М.А.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Панина О. В.
Финансовый университет

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ ТУЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ФАКТОР СНИЖЕНИЯ ОТТОКА ТРУДОСПОСОБНОГО НАСЕЛЕНИЯ

Современный мир характеризуется глобальными миграционными процессами, которые влияют как на демографическую ситуацию внутри страны, так и на межгосударственные отношения. Миграционные потоки

могут вызвать снижение количества населения, проживающего на определенной территории, а значит, вызовет экономический регресс в одних районах и концентрацию населения в других. Детальное исследование миграционных процессов, причин их побудивших и их последствий позволяет прогнозировать возможные проблемы, предупреждать их и разрешать уже имеющиеся. Особое значение имеют подобные исследования на уровне конкретных территорий, особенности развития которых предопределяют степень развития проблем и направлений их решения.

В последние годы на территории Тульской области возросла роль проблемы, связанной с трудовой миграцией населения. Миграционные процессы оказывают значительное влияние на количество населения, его половозрастную структуру [1, с.177]. Анализ миграционных потоков показывает большой коэффициент выбытия местного населения, за счет чего регион нуждается в трудовых ресурсах. В период с января по сентябрь 2017 года на каждую тысячу приходилось 22 человека, покинувшего территорию региона. При этом сохраняется отрицательный баланс обмена населением с другими субъектами Российской Федерации, который увеличился в 1,7 раза по сравнению с предыдущим периодом и составил 3379 человек [2]. Выезжают из Тульской области в основном молодые высококвалифицированные кадры в возрасте от 18 до 35 лет, которые стремятся реализовать свой потенциал в крупных городах. Выбытие компенсируется приростом населения с низкой квалификацией за счет миграции из государств-участников СНГ. Миграционные оттоки частично компенсируются и миграцией беженцев и вынужденных переселенцев.

Данная проблема оказывает воздействие не только на региональный рынок труда, но и на демографическую обстановку в Тульской области в целом.

В настоящее время ключевыми проблемами в сфере занятости и на рынке труда Тульской области являются [3, с.40]:

- неблагоприятное демографическое развитие;
- тенденция превышения предложения рабочей силы над спросом на нее;
- высокий уровень дифференциации городских и сельских рынков труда по уровню безработицы и условиям обеспечения занятости населения;
- низкий уровень территориальной мобильности рабочей силы, который препятствует эффективному использованию трудовых ресурсов;
- недостаточный уровень профессионально-технической подготовки высококвалифицированных кадров на производственных предприятиях;
- недостаточный уровень адаптации системы среднего и профессионального образования к требованиям рынка труда в вопросах учета будущего спроса на рабочую силу в профессионально-квалификационном разрезе;
- низкий уровень конкурентоспособности ряда социально-демографических групп населения, который обусловлен ужесточением требований, предъявляемых работодателями к претендентам на вакансии.

В Тульской области, как и во многих регионах России ситуация в сфере занятости населения определяется наличием дисбаланса между спросом на рабочую силу и ее предложением, наличием структурных диспропорций – состав рабочей силы и структура рабочих мест не соответствуют потребностям рынка труда. В экономике Тульской области дефицит в рабочей силе носит не только количественный, но прежде всего качественный характер. Несоответствие квалификационного уровня и профессиональной структуры образования, преподаваемого на всех уровнях, потребностям регионального рынка труда приводит к дисбалансу и нехватке квалифицированных кадров по ряду специальностей и профессий.

Тульская область является промышленным центром. Анализ спроса на рабочую силу показывает, что наиболее востребованными в области являются квалифицированные специалисты рабочих профессий.

В связи с длительным оттоком молодого населения из области из-за близости Московской агломерации, Тульская область является одним из наиболее неблагоприятных регионов в демографическом отношении. Исходя из этого, в области наблюдается довольно низкая рождаемость, превышение численности пожилого населения над численностью работоспособных граждан, а продолжительность жизни в регионе – одна из самых низких в России.

Проанализировав сложившуюся ситуацию, можно сделать вывод, что решение проблем, связанных с функционированием рынка труда и демографической обстановкой, невозможно без воздействия на молодое население и создание условий, способствующих удержанию граждан на территории Тульской области.

В результате губернатором Тульской области Алексеем Дюминым было принято решение о разработке программы развития региона [4], основной целью которой станет повышение качества жизни населения, проживающего на территории региона [5].

Для решения сложившейся проблемы возникает необходимость растить кадры, которые будут востребованы на территории Тульской области. Так как в Тульской области преобладают отрасли промышленности, необходимо максимально приблизить как среднее, так и высшее образование к потребностям оборонных и производственных предприятий Тульской области, а также ввести систему непрерывного технического образования, в рамках которого детям, начиная с дошкольного возраста, начнет прививаться интерес к науке и технике. Данное направление продолжится в школах — в профильных классах. Финальным этапом данного процесса станет обучение в вузе по техническим специальностям. При этом необходимо проводить строительство новых дошкольных и учебных учреждений, а также производить модернизация уже

имеющихся. А что касается высшего образования, то здесь глава региона предлагает открыть в Тульской области промышленный университет кампусного типа. Все вышеизложенные меры позволят растить инженеров и управленцев в тех отраслях, которые преобладают на территории Тульской области, и обеспечить тульскую промышленность высококвалифицированными кадрами.

Также в программе необходимо вынести пункт о необходимости налаживания обмена производственных технологий между военной и гражданской промышленностью. В качестве инструмента развития данного направления можно использовать создание свободной экономической зоны с привязкой к научно-исследовательским центрам, образованным рядом с предприятиями, находящимися на территории Тульской области. В качестве первого проекта губернатор Тульской области Алексей Дюмин предлагает создать свободную экономическую зону в Узловой, где на сегодняшний день осуществляется строительство первого регионального технопарка. Если данный проект будет иметь успех, то опыт Узловой можно будет распространить на территории всей области.

Помимо создания свободных экономических зон необходимо уделять внимание развитию малого и среднего предпринимательства на территории Тульской области. Малый и средний бизнес должен занять свое место наравне с крупными промышленными предприятиями. А где-то и взять на себя отдельные этапы производственного процесса.

Губернатором также отмечается значимость проблемы оттока трудоспособного населения, проживающего на территории Тульской области. Выносятся задача по созданию условий, способствующих удержанию населения на территории Тульской области, чтобы каждый, кто родился на тульской земле, смог найти на ней жилье, достойную работу и место в жизни.

Для решения поставленной задачи необходимо создавать комфортные условия для жизни населения, а также возможность приобретения жилья для молодых специалистов. Это можно сделать путем увеличения доли жилья эконом-класса для людей с низкими и средними доходами; расселения аварийных и ветхих домов (до окончания 2017 должны переселить 16 тысяч человек, проживающих на территории Тульской области); разработки программ льготного ипотечного кредитования для специалистов, работающих на промышленных предприятиях (данные меры позволят уменьшить отток кадров из Тульской области и привлечь новые).

Список литературы

1. Соболева О.Е. Особенности миграционных процессов в Тульской области, Ставропольский государственный аграрный университет, сборник трудов конференции, с. 177-178
2. Официальный сайт территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Тульской области // Электронный ресурс: <http://tulastat.gks.ru>
3. Павлова С.А., Павлов И.Е., Измайлова В.Д. Реализация государственных программ для решения проблем демографической ситуации в Тульской области, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, сборник трудов конференции, с. 39-41
4. Официальный сайт губернатора Тульской области Алексея Дюмина // Электронный ресурс: <https://gubernator.tularegion.ru/>
5. Программа социально-экономического развития Тульской области на период до 2021 года // Электронный ресурс: <https://ser.tularegion.ru/>

Осипов А.Ю.

Научн. рук: канд. техн. наук, доцент Городничев С.В.
Тульский филиал Финуниверситета

ЗАПАДНЫЕ И РОССИЙСКИЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА

Вначале мы рассмотрим западные методики оценки вероятности банкротства.

Для оценки вероятности банкротства в зарубежной практике широко используются количественные методы, среди которых наибольшую известность получили двух- и пятифакторная модели Альтмана, система показателей У. Бивера. В российской практике антикризисного управления некоторыми авторами сделаны попытки разработки аналогичных моделей, которые будут рассмотрены ниже в данной работе.

Двухфакторная модель Альтмана — это одна из самых простых и наглядных методик прогнозирования вероятности банкротства, при использовании которой необходимо рассчитать влияние только двух показателей это: коэффициент текущей ликвидности и удельный вес заемных средств в пассивах. Формула модели Альтмана принимает вид:

$$Z = -0,3877 - 1,0736 \times K_{тл} + 0,579 \times (ЗК/П)$$

где $K_{тл}$ — коэффициент текущей ликвидности;

$ЗК$ — заемный капитал;

$П$ — пассивы.

При значении $Z > 0$ ситуация в анализируемой компании критична, вероятность наступления банкротства высока. [1, с. 236]

Пятифакторная модель Альтмана для акционерных обществ, чьи акции котируются на рынке. Самая популярная модель Альтмана, именно она была опубликована ученым 1968 году. Формула расчета пятифакторной модели Альтмана имеет вид:

$$Z = 1,2 \times X_1 + 1,4 \times X_2 + 3,3 \times X_3 + 0,6 \times X_4 + X_5$$

где X_1 — оборотный капитал к сумме активов предприятия. Показатель оценивает сумму чистых ликвидных активов компании по отношению к совокупным активам.

X_2 — не распределенная прибыль к сумме активов предприятия, отражает уровень финансового рычага компании.

X_3 — прибыль до налогообложения к общей стоимости активов. Показатель отражает эффективность операционной деятельности компании.

X_4 — рыночная стоимость собственного капитала/бухгалтерская (балансовая) стоимость всех обязательств.

X_5 — объем продаж к общей величине активов предприятия характеризует рентабельность активов предприятия.

В результате подсчета Z — показателя для конкретного предприятия делается заключение:

- Если $Z < 1,81$ — вероятность банкротства составляет от 80 до 100%;
- Если $Z = 1,81-2,77$ — средняя вероятность краха компании от 35 до 50%;
- Если $Z = 2,77-2,99$ — вероятность банкротства не велика от 15 до 20%;
- Если $Z > 2,99$ — ситуация на предприятии стабильна, риск неплатежеспособности в течении ближайших двух лет крайне мал.

Точность прогноза в этой модели на горизонте одного года составляет 95%, на два года — 83%, что является ее достоинством. Недостатком же этой модели заключается в том, что ее по существу можно рассматривать лишь в отношении крупных компаний, разместивших свои акции на фондовом рынке. [1, с. 238]

Уильям Бивер стал одним из первопроходцев в исследовании денежных потоков предприятия. Данная модель заключается в том, что по анализируемому предприятию рассчитывают ряд показателей, которые потом сравнивают с нормативными значениями трех групп предприятий (благоприятные; предприятия за 5 лет до банкротства; предприятия за 1 год до банкротства), и затем делают прогноз банкротства на основании той группы, в которую попало большинство показателей. Система значений показателей У. Бивера представлена в таблице 1. Система показателей У. Бивера предполагает, что отношение чистого денежного потока к сумме долга может определить риск банкротства предприятия. Формула коэффициента, выражающая его величину именуется формулой Бивера.

Таблица 1. Таблица Бивера:

| Финансовый показатель: | Формула коэффициента | 1 | 2 | 3 |
|---|---|----------|------|-------|
| Коэффициент Бивера | (Чистая прибыль + Амортизация) / (Долгосрочные + текущие обязательства) | 0.4-0.45 | 0.17 | -0.15 |
| Коэффициент рентабельности активов, % | Чистая прибыль * 100/ Активы | 6-8 | 4 | -22 |
| Коэффициент финансового «рычага» | (Долгосрочные + текущие обязательства) / Активы | <0.37 | <0.5 | <0.8 |
| Коэффициент покрытия активов чистым оборотным капиталом | (собственный капитал – Внеоборотные активы) / Активы | 0.4 | <0.3 | -0.06 |
| Коэффициент покрытия | Оборотные активы / текущие обязательства | <3.2 | <2 | <1 |

Данный коэффициент занимает главную позицию в системе коэффициентов модели Бивера, которая представлена ниже.

Основным отличием системы Бивера от иных систем диагностики банкротства предприятия является то, что в данной системе основным не является интегральный показатель (если сравнивать с моделями Альтмана), а также не учитывается вес каждого отдельного коэффициента. Значения нескольких коэффициентов сравниваются с нормативными величинами, и в соответствии с ними предприятию присваивается одно из трех состояний:

- 1 Финансово устойчивое
- 2 Вероятное банкротство в течении пяти лет
- 3 Вероятное банкротство в течении одного года [1, с. 239]

Разберем отечественные модели прогнозирования банкротства, построенные с помощью инструментария множественного дискриминантного анализа (MDA).

Модель Беликова-Давыдовой.

Одна из первых отечественных моделей прогнозирования банкротства предприятия была предложена А.Ю. Беликовым в своей диссертации в 1998 году. Научным руководителем у него была Г.В. Давыдова. Поэтому более правильно называть эту модель оценки финансовой устойчивости предприятия – модель Беликова. Зачастую эту модель называют моделью ИГЭА. Регрессионная формула модели выглядит следующим образом:

$$Z = 8.38 \cdot K1 + 1 \cdot K2 + 0.054 \cdot K3 + 0.63 \cdot K4$$

Таблица 2. Таблица Беликова-Давыдовой:

| Коэффициент | Формула расчета |
|-------------|---|
| K1 | K1 = Оборотный капитал / Активы |
| K2 | K2=Чистая прибыль / Собственный капитал |
| K3 | K3 = Выручка / Активы |
| K4 | K4 = Чистая прибыль / Себестоимость |

Оценка предприятия по модели прогнозирования банкротства ИГЭА

Если $Z < 0$, риск банкротства максимальный (90-100%).

Если $0 < Z < 0.18$, риск банкротства высокий (60-80%).

Если $0.18 < Z < 0.32$, риск банкротства средний (35-50%).

Если $0.32 < Z < 0.42$, риск банкротства низкий (15-20%).

Если $Z > 0.42$, риск банкротства минимальный (до 10%) [1, с. 245]

Модель Зайцевой

Следующая модель прогнозирования вероятности банкротства была предложена профессором О.П. Зайцевой. Регрессионная формула расчета следующая:

$$K_{\text{факт}} = 0.25 \cdot K1 + 0.1 \cdot K2 + 0.2 \cdot K3 + 0.25 \cdot K4 + 0.1 \cdot K5 + 0.1 \cdot K6$$

Таблица 3. Таблица Зайцевой:

| Коэффициент | Формула расчета | Норматив |
|-------------|--|---------------------|
| K1 | K1 = Прибыль (убыток) до налогообложения / Собственный капитал | K1 = 0 |
| K2 | K2= Кредиторская задолженность / Дебиторская задолженность | K2 = 1 |
| K3 | K3 = Краткосрочные обязательства / Наиболее ликвидные активы | K3 = 7 |
| K4 | K4 = Прибыль до налогообложения / Выручка | K4 = 0 |
| K5 | K5 = Заемный капитал / Собственный капитал | K5 = 0,7 |
| K6 | K6 = Активы / Выручка | K6=K6 прошлого года |

Для определения вероятности банкротства предприятия необходимо произвести сравнение фактическое значение интегрального показателя с нормативным. $K_{факт}$ сравнивается с $K_{норматив}$. Нормативное значение $K_{норматив}$ рассчитывается по следующей формуле:

$$K_{норматив} = 0.25 * 0 + 0.1 * 1 + 0.2 * 7 + 0.25 * 0 + 0.1 * 0.7 + 0.1 * K_{бпрошлого\ года}$$

Если все сократить, то получается:

$$K_{норматив} = 1.57 + 0.1 * K_{бпрошлого\ года}$$

Если $K_{факт} > K_{норматив}$, то высока вероятность банкротства предприятия. Если наоборот, то риск банкротства незначительный. [1, с. 246-247]

Модель Савицкой

Модель построена на 200 производственных предприятиях за период 3 года. Формула расчета интегрального показателя следующая:

$$Z = 0.111 * K_1 + 13.23 * K_2 + 1.67 * K_3 + 0.515 * K_4 + 3.8 * K_5$$

Таблица 4. Таблица Савицкой:

| Коэффициент | Формула расчета |
|-------------|--|
| K1 | $K_1 = \text{Собственный капитал} / \text{Оборотные активы}$ |
| K2 | $K_2 = \text{Оборотный капитал} / \text{Капитал}$ |
| K3 | $K_3 = \text{Выручка} / \text{Среднегодовая величина активов}$ |
| K4 | $K_4 = \text{Чистая прибыль} / \text{Активы}$ |
| K5 | $K_5 = \text{Собственный капитал} / \text{Активы}$ |

$Z > 8$, риск банкротства отсутствует,

$5 < Z < 8$, риск банкротства небольшой,

$3 < Z < 5$, риск банкротства средний,

$1 < Z < 3$, риск банкротства большой,

$Z < 1$, риск банкротства предприятия максимальный. [2, с. 45-47]

Список литературы

1. Балдин К.В., Быстров О.Ф., Рукоусев А.В. Антикризисное управление: макро- и микроуровень: Учебное пособие. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2009. – 316 с.
2. Савицкая Г.В. Экономический анализ : учебник / Г.В. Савицкая. — 14-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 649 с

Пипкина А.А.

Научн. рук.: ст.преп. Зотова О.И.
Тулский филиал Финуниверситета

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД К ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ

Тайм-менеджмент становится все более и более популярным инструментом организации своего личного, рабочего и корпоративного времени. Он включает в себя ряд техник и инструментов, позволяющих заставить неосязаемый ресурс времени работать на себя и достигать вполне конкретных результатов [5].

Каждый из нас может наблюдать то, что в эпоху информационного общества человечество внедряет всё больше и больше инноваций. Одной из таких инноваций и является тайм-менеджмент. Абсолютно все люди имеют определённое количество времени, причём у всех оно одинаковое. Люди не могут каким-то образом воздействовать на данное им время, но могут научиться эффективно и грамотно его организовывать. Поэтому тайм-менеджмент (с англ. «time management», управление временем, организация времени) — это управление по наиболее рациональному использованию времени, с целью ускорения решения проблем, осуществления мероприятий, выполнения работ. На основании анализа определённых проблем, которые могут возникнуть в организации, мы приходим к выводу: в связи с увеличением нагрузок на сотрудников компаний и их руководителей, а также необходимостью в ускоренном режиме достигнуть поставленных руководителем целей

– тайм-менеджмент с невероятными темпами обретает свою популярность. Именно это определяет актуальность данной статьи.

Точная дата возникновения тайм-менеджмента неизвестна по наши дни, но первые упоминания о попытках организовать своё время были обнаружены в трудах римского философа Луция Сенеки. Также известно, что одним из первых учёных, который обеспокоился проблемой нерационального использования времени, является Бенджамин Франклин. В своё время он создал систему распределения задач, которая впоследствии явилась основой базы современного тайм-менеджмента [4, с. 22].

Тайм-менеджмент представляет собой целостную и структурную систему управления временем, которая включает в себя определённые элементы. Именно они и составляют структуру тайм-менеджмента. В эту систему входят следующие процессы:

- анализ;
- моделирование стратегий с учётом проведённого анализа;
- целеполагание: постановка цели или определение ключевого направления развития, определение и формулирование цели;
- планирование и расстановка приоритетов, разработка плана достижения поставленных целей;
- реализация: конкретные шаги и действия в соответствии с намеченным планом и порядком достижения цели;
- контроль достижения цели, выполнения планов, подведение итогов по результатам [4, с. 33].

Исследователь и писатель Глеб Алексеевич Архангельский в своей книге «Тайм-драйв. Как успевать жить и работать» утверждает, что тайм-менеджмент помогает более эффективно использовать не только рабочее время, но и время отдыха. В частности, он рекомендует не брать работу на дом, организовать свой быт так, чтобы он занимал как можно меньше времени, заранее и досконально планировать свободное время и придерживаться этих планов. В деловых поездках стоит распланировать своё свободное время (от нескольких часов до дня-двух) так, чтобы не забыть уделить внимание осмотру местных достопримечательностей. На время отпуска установить расписание пользования телефоном, электронной почтой, социальными сетями, интернетом и пр. и стараться следовать ему [3, с. 125].

В настоящее время существует огромное количество техник тайм-менеджмента, но основную тройку призёров составляют три школы управления временем:

1. Пирамида Франклина (1706 – 1790 гг.) (рис.1).

Система Франклина «направлена вперёд» — она работает с тем, что должно быть сделано. Глобальная задача делится на подзадачи, те, в свою очередь, далее делятся на еще более мелкие подзадачи.

Визуально эту систему можно отобразить в виде ступенчатой пирамиды, а процесс её применения — как процесс постройки этой пирамиды.

2. Матрица Эйзенхауэра (1890-1969 гг.) (рис.2).

3. Хронометраж (начало 1970-х гг.). Данная техника относится к великим достижениям российской школы тайм-менеджмента (система А.К. Гастева). Суть хронометража заключается в фиксации времени всех действий, выполняемых в течение дня, с точностью до 5—10 минут. После сбора всей необходимой информации (записи следует вести не менее 2 недель), можно провести учёт и «инвентаризацию» потраченного времени, выявить наиболее актуальные лично для вас «поглотители времени» [1, с. 82].

Чтобы правильно распределить своё время, необходимо точно знать, как оно расходуется в реальности. Поэтому, в самом начале следует провести анализ использования времени, который поможет разобраться во временных потерях, осуществляемых человеком.

После того, как все ошибки выявлены и учтены, мы можем переходить ко второй стадии — постановка перед собой задачей, целей, которые хочет достичь менеджер за определённый период времени (например, наиболее быстро и качественно организовать поставку продуктов на предприятие или своевременно осуществлять контроль за выполнением производственных заданий).

Уместно заметить, что, по мнению японских менеджеров, один час, потраченный на планирование, даёт экономию 3—4 часа при выполнении работы [2, с. 57]. По моему мнению, устанавливать задачи стоит соотношением 60:40, т. е. составлять план не на всё рабочее время, а лишь на его определённую часть (приблизительно на 60 %). Стоит помнить о том, что какие-то важные события, которые трудно



Рис. 1. Пирамида Франклина

| | СРОЧНО | НЕ СРОЧНО |
|----------|--------|-----------|
| ВАЖНО | А | В |
| НЕ ВАЖНО | С | D |

Рис.2. Матрица Эйзенхауэра

предусмотреть, отвлекающие моменты, а также личные потребности (еда, вода, сон, отдых и т.д.) не могут быть запланированы заранее и с абсолютной точностью. Немало важно восполнять допущенные потери времени, устанавливать приоритеты, т. е. точно определять, какое задание является приоритетным, делегировать полномочия.

Стало быть, задачи и цели поставлены, осталось перейти к их реализации. Автор считает, что выполнять задачи нужно от более сложных (они будут приоритетными) к более лёгким, то есть менее трудоёмким, краткосрочным, причём необходимо вести записи по ходу выполнения задач, потому что, осуществление менее долгих целей даёт правильное соотношение лишнего времени и времени, оставшегося на выполнение длительных задач, которое менеджер может дополнительно добавить на выполнение приоритетных целей. В результате этого у менеджера останется свободное время, которое он может потратить на себя, на своих близких и на свои интересы.

Идя дальше, необходимо подвести итоги по результатам, определив кризисные моменты, наиболее частые ошибки. Реализация рассмотренных выше рекомендаций в практической работе руководителей обеспечивает повышение эффективности системы управления фирмой.

Современный тайм-менеджмент – это комплексная система управления собой и своей деятельностью, состоящая из следующих основных ступеней (рис.3). В любой организации общий и специальный менеджмент существуют в органическом единстве, составляя общую систему менеджмента. Взаимосвязь тайм-менеджмента с общим менеджментом проявляется в части изучения технологии организаторской деятельности и формирования профессионально-личностных компетенций предпринимателя в системе основных управленческих процедур. В настоящее время тайм-менеджмент является одним из основных инструментов развития организации. Прохождение модуля «Тайм-менеджмент» позволит предпринимателям научиться рационально использовать имеющийся ресурс времени, правильно планировать свою деятельность, управлять своими задачами и делами, расставлять приоритеты, ставить перед собой цели и достигать их, распределять свою рабочую нагрузку, находя время и для работы и для отдыха [6, с.5].

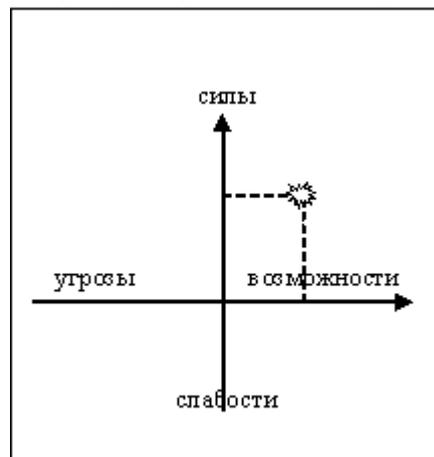


Рис.3. Элементы системы тайм-менеджмента

В современном мире тайм-менеджмент играет особую роль в управлении фирмой и ее функционировании. Вспомогательная аналогия «управление личным временем – управление фирмой», мы можем перенести в личную стратегию такой широко известный инструмент стратегического планирования, как SWOT-анализ (по первым буквам английских слова «сила, слабость, возможность, угроза»). Чтобы определить сравнительную важность наших целей с точки зрения соответствия внешней среде, можно выписать наши силы и слабости, определить возможности ситуации и угрозы извне (все это нелишне упорядочить по важности), а затем рассмотреть различные пересечения этих двух основных осей, как показано на рисунке 4 [7, с.63]. Примером использования тайм-менеджмента в организации в современных условиях является крупнейшая российская сеть гипермаркетов «Лента», которая имеет свои филиалы по разным городам страны. «Лента» была основана в 1993 г. Олегом Жеребцовым, и на данный момент имеет оборот в 306,35 млрд. руб.(2016 г.). Именно грузоперевозки и поставка товара является составляющей тайм-менеджмента, т.к. на это работникам отводится определённое количество времени, и, так или иначе, оно у каждого ограничено. За отведённое время сотрудник должен привезти товар в один пункт приёма, а затем, не выходя за рамки данного времени, отправиться с остальным товаром в другой пункт его приёма, который может находиться в другом городе.

У каждого сотрудника какого-либо предприятия есть определённый график, которому он должен следовать. Это еще одна инновационная разработка тайм-менеджмента, ведь рабочий день большинства людей расписан в буквальном смысле по часам. В качестве примера создания тактического обзора, т.е. обзора небольших задач, приведем изображенный на рисунке график регулярных дел (рис. 5.1.), которые не привязаны жестко ко времени. При наступлении конца соответствующего периода (как правило, удобное всего использовать неделю) напротив всех дел ставится или галочка (выполнено), или прочерк (не выполнено).

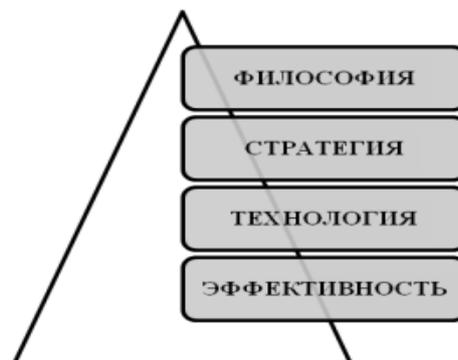


Рис.4.SWOT-анализ

Прочерк ничего плохого не означает: какие-то дела не обязательно выполнять каждую неделю. Более того, в недельной таблице могут быть и ежемесячные дела (норма – примерно одна галочка на три прочерка). Создаваемый при этом обзор очень четко подсказывает необходимость совершения того или иного дела.

В другом графике регулярных дел использовали двухмерное представление информации (рис. 5.2.). Это тоже график регулярных дел, но уже жестко привязанных ко времени. Еще одна отличительная черта этого графика – не контроль исполнения дел, как в предыдущем графике, а планирование [7, с.74].

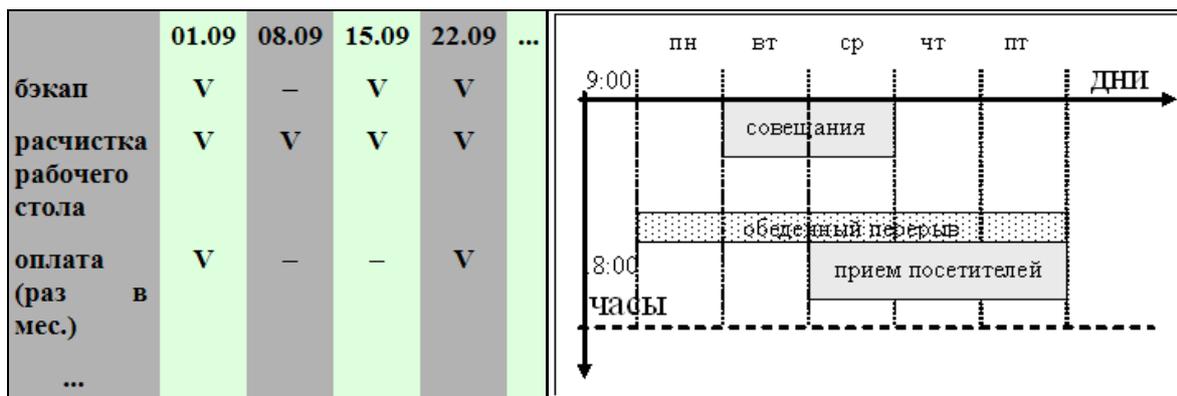


Рис.5.1. График регулярных дел

Рис. 5.2. Двухмерный график регулярных дел

В заключение, я хотела бы сказать, что тайм-менеджмент можно рассматривать как деятельность, направленную не только на оптимизацию использования рабочего времени, но и времени отдыха. Поэтому тайм-менеджмент могут использовать не только руководители крупных фирм и компаний или бизнесмены, но и обычные люди, с целью усовершенствования своего свободного времени. Один раз попробовав, вы раз и навсегда поймёте для себя всю полезность и эффективность этой инновации, которая в ближайшее будущее войдёт в жизнь каждого человека. Успейте всё!

Список литературы

1. Аллен Д. Как привести дела в порядок. Искусство продуктивности без стресса. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 368 с.
2. Архангельский Г.А. Время на отдых: Для тех, кто много работает. — М.: Альпина Паблишер, 2013. — 185 с.
3. Архангельский Г.А. Тайм-драйв. Как успевать жить и работать.— М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 272 с.
4. Архангельский Г.А., Лукашенко М.А., Телегина Т.В., Бехтеров С.В. Тайм-менеджмент. Полный курс. — М.: «Альпина Паблишер», 2012. — 312 с.
5. Тайм-менеджмент – управление временем. Бесплатный электронный журнал «К Вершине» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:<http://uptothetop.biz/taim-menedzhment/taim-menedzhment-upravlenie-vremenem.html>
6. Улас Ю.В. Тайм-менеджмент : учеб. пособие (рабочая тетрадь) / Ю.В. Улас; СФУ. – Красноярск, 2013. – 53 с.
7. Борновалова-Белова Т.И., Ожгихина А.А., Ильченко О.А. учебное пособие «Тайм-менеджмент» – М., Московская финансово-промышленная академия. 2005. – 114 с.

Пипкина А.А., Акимкина Я.М.
 Научн. рук.: преп. Гуляева О.А.
 Тульский филиал Финуниверситета

СОВРЕМЕННАЯ ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТРУДА В РОССИИ

Рынок труда является составной частью рыночной экономики. Он представляет собой совокупность социально-трудовых отношений между наемными работниками и работодателями по поводу условий найма и использования рабочей силы.

Если обратиться к истории, рынок труда возник тогда, когда произошло отделение работника (крепостного крестьянина) от средств производства (прежде всего от земли) с предоставлением ему героической свободы. В связи с этим работник оказался лишённым средств к существованию и был вынужден продавать свою рабочую силу или свою способность к труду. Так появился новый товар, который дал название новому рынку.[1,с.3]

На сегодняшний день рынок труда динамично развивается так же, как и раньше, этому свидетельствует то, что в оборот входят новые востребованные профессии, а изжившие себя профессии «уходят» с рынка труда. Например, в 19 веке на смену конной тяге пришли автомобили и вытеснили много старых профессий: кучер, конюх, шорник, гораздо меньше стало нужно ветеринаров, кузнецов подковы, но возник бум новых профессий,

связанных с автомобилем: шофёр, механик, жестянщик, заправщик. Так же и сейчас, новые технологии создают спрос на новые специальности, и бояться здесь нечего, новые профессии – это новые возможности.

Как показывает статистика российской биржи труда, востребованными профессиями в сфере финансов и экономики являются:

- аудитор;
- бизнес-аналитик;
- бухгалтер;
- внутренний аудитор;
- консультант по налогам и сборам;
- страховой брокер;
- специалист по банковскому делу;
- специалист по операциям на межбанковском рынке;
- специалист по финансовому мониторингу;
- специалист по экономической безопасности;
- специалист факторинговым операциям;
- специалист по кредитному брокериджу;
- специалист по страхованию;
- специалист форекс-дилера и др.[3]

Состояние рынка труда – это один из важнейших показателей в макроэкономике, его эффективное функционирование является необходимым фактором ускорения экономического роста страны и основой для социальной и политической стабильности в обществе и гармоничного общественного развития в целом.[2, с.129]

Если рассмотреть состояние рынка труда на примере Тульской области, то получатся приведённые ниже данные(рис.1). [3]

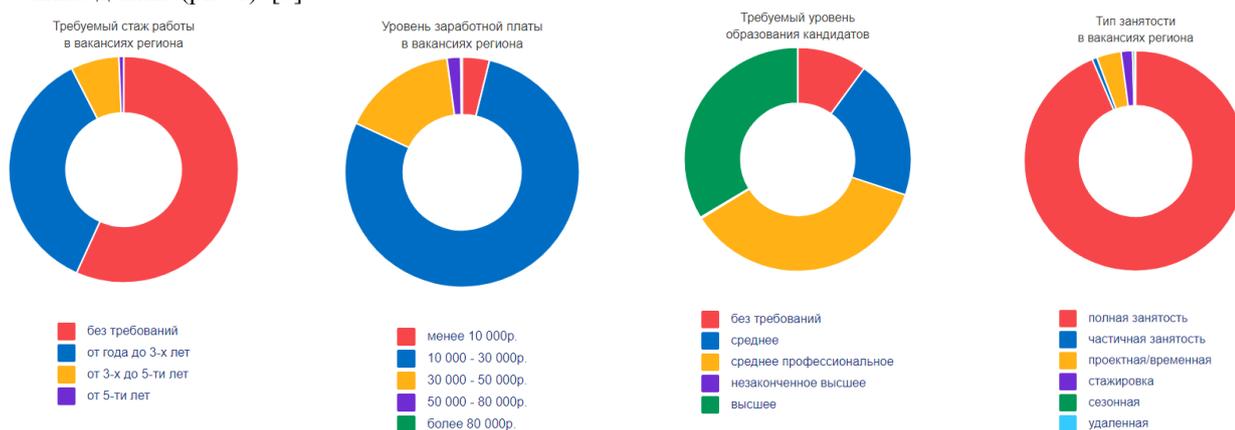


Рис.1. Состояние рынка труда Тульской области

Рынок труда – это система социально-экономических отношений между государством, работодателями и трудящимися по поводу всего комплекса трудовых отношений, купли-продажи трудовых услуг, включающая в подготовку, переподготовку, повышение квалификации и вовлечение людей в процесс производства. [1, с.4]

К субъектам рынка труда относятся: наёмные работники, работодатели и государство. [1, с.7]

Трудовые ресурсы – экономически активное население, трудоспособное население, часть населения, обладающая физическими и духовными способностями для участия в трудовой деятельности. [5,с.438]

Трудовые ресурсы делятся на две категории: экономически активное население и экономически неактивное население. В свою очередь, экономически активное население делится на занятых и безработных (рис.2).

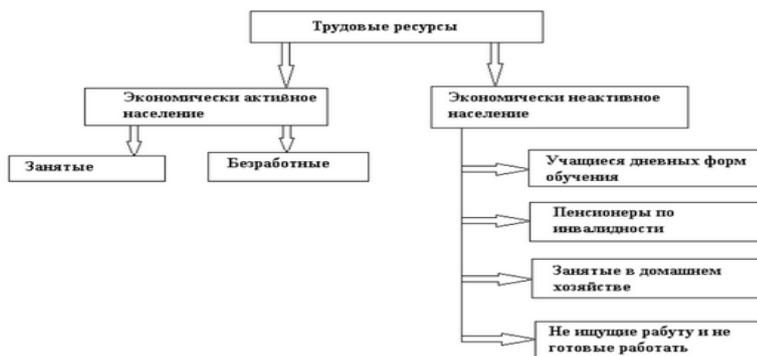


Рис. 2. Трудовые ресурсы

Уже сейчас в развитых странах мира 75-90% прироста ВВП обеспечивается за счет роста инновационного сектора, а в России этот показатель пока находится на уровне 10%, что негативно сказывается на общей эффективности экономики.

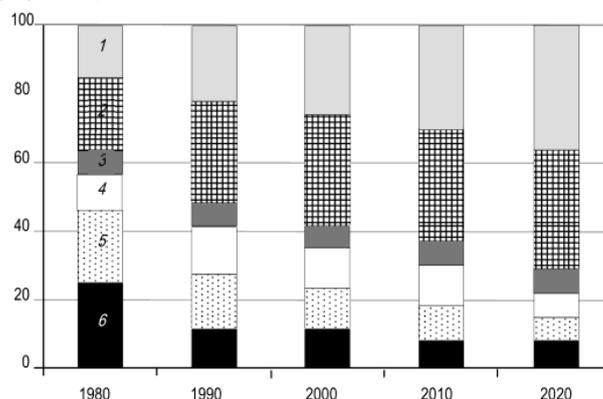


Рисунок 1. Товарная структура мирового экспорта по отношению к общему объему мировой торговли в 1980-2010 гг. и прогноз на 2020 г., %: 1 — изделия высокой техноёмкости; 2 — изделия средней техноёмкости; 3 — изделия низкой техноёмкости; 4 — ресурсоемкие изделия; 5 — базовые ресурсы; 6 — топливо

Потому для России сырьевой путь развития ведет не только к утере значимости в мировой экономике, но и к тому, что России придется очень жестко конкурировать с другими добывающими странами, у которых условия добычи полезных ископаемых более благоприятны.

Роль сырьевого прироста мировой экономики бесперспективна в контексте сокращения природных богатств. Сырьевая зависимость чревата экономической зависимостью России от других стран мира.

В 2013 г. Россия заняла 64-е место в мировом рейтинге конкурентоспособности экономик World Economic Forum (WEF). По сравнению с предыдущим изданием Россия поднялась на три позиции. Однако среди стран БРИКС именно экономику России эксперты по-прежнему оценивают, как наименее конкурентоспособную.

Повышение рейтинга России эксперты WEF объясняют в первую очередь улучшением макроэкономической ситуации. Тем не менее конкурентоспособность экономики страны подрывает низкая эффективность работы государственных институтов (118-е место), недостаток инновационного потенциала (78-е место), слабость финансового рынка (121-е место), низкий уровень конкуренции (135-е место) и дефицит доверия инвесторов к финансовой системе страны (132-е место). По мере того как страна движется к более продвинутой стадии экономического развития, слабый уровень внедрения

новых технологий будет представлять собой все более серьезные вызовы прогрессу, отмечается в отчете WEF1.

Стратегия инновационного развития призвана ответить на стоящие перед Россией вызовы и угрозы в сфере инновационного развития, определить цели, приоритеты и инструменты государственной инновационной политики. Вместе с тем она задает долгосрочные ориентиры развития субъектам инновационной деятельности, а также ориентиры финансирования сектора фундаментальной и прикладной науки и поддержки коммерциализации разработок.

Ставится цель довести в 2020 г. объем промышленных предприятий, осуществляющих технические инновации, до 40-50% (с 9,4% в 2009 г.). Для Германии, например, этот показатель составляет 71,8%, для Эстонии и Финляндии — 52,8 и 52,5% соответственно. [3]

Также стоит цель увеличить к этому сроку количество патентов, ежегодно регистрируемых россиянами в патентных ведомствах ЕС, США и Японии, с 63 в 2009 г. до 2 500-3 000. Удельный вес инновационной продукции в общем промышленном объеме должен увеличиться с 4,9% в 2009 г. до 25-35%.

Реализация стратегии инновационного развития включает решение ряда задач по всем ключевым направлениями социально-экономической политики (рис. 2):



Рисунок 2. Направления реализации Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года

Главным образом необходимо сформировать экономику лидерства и инноваций в нашей стране. А именно: занять существенную долю на рынке высокотехнологичных и интеллектуальных услуг, повысить долю высокотехнологического сектора в ВВП, увеличить долю инновационной продукции в выпуске промышленности, увеличить долю инновационно активных предприятий.

Если Россия планирует выход на новые мировые рынки, то именно инновационный рост может ей обеспечить такую возможность, так как инновации предполагают создание новых товаров, а значит, создание новых рынков. При этом создавать рынки и занимать на них лидирующие позиции проще, нежели пытаться закрепиться на уже существующих рынках с жесткой конкуренцией.

Проанализированные реформы в Канаде, Великобритании, Италии, Германии и Японии за последние 3-5 лет, охватившие организационную структуру и управление национальными инновационными системами, показывают, что правительства этих стран ищут наиболее эффективные методы организации и стимулирования инновационной деятельности, стремясь занять ведущее положение на мировых рынках инновационной продукции и услуг XXI в.

Также Россия имеет право претендовать на самые высокие позиции в производстве авиакосмической техники, композитных материалов, в разработке и использовании нанотехнологий, в отдельных направлениях рационального природопользования и экологии, в других сферах деятельности.

Этот вариант характеризуется резким подъемом спроса на новые научные и инженерные кадры, предполагает возможность формирования развитой национальной инновационной системы и восстановления лидирующих позиций в области российской фундаментальной науки. [1]

Формирование совершенно новой модели для экономического роста РФ должно выражаться из необходимости осуществления условий для инновационного развития, которое в свою очередь в значительной степени зависит от текущего состояния экономического развития страны и всех ее регионов. В целом на современном этапе развития экономики для осуществления всех модернизационных процессов необходимо усиление и диверсификация государственного участия. Это будет являться ключевым условием успешного инновационного развития РФ. [2]

Список литературы:

1. Галиева Г. Ф. Механизмы перехода на инновационный путь развития: монография. М.: Креативная экономика, 2012. 160 с.
2. Управление экономикой регионов России в процессе перехода на инновационный путь развития: монография / под науч. ред. В.А. Тупчиенко. М.: Тривант, 2012. 342 с.
3. Плотникова Е.В., Склярова А.В. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ // Экспериментальные и теоретические исследования в современной науке: сб. ст. по матер. I междунар. науч.-практ. конф. № 1(1). – Новосибирск: СибАК, 2017. – С. 95-98.

Полякова В.А., Самокатова С.С.
Научн. рук.: преп. Гуляева О.А.
Тульский филиал Финуниверситета

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КОРЗИНА РОССИИ

На сегодняшний день тема о потребительской корзине разных стран является актуальной. Для нашей страны это очень важно, так как в России за чертой бедности находится 13,5 % населения – 19,8 миллионов человек (данные на 2016 год). [6] В этой работе хотелось бы сравнить основные показатели, связанные с потребительской корзиной в России и некоторых странах Европы.

Потребительская корзина – минимальный набор продуктов питания, непродовольственных товаров и услуг, необходимых для сохранения здоровья человека и обеспечения его жизнедеятельности. [4] Она позволяет дать реальную оценку сложившейся ситуации на рынке товаров и услуг, узнать об уровне потребления и покупательской способности граждан, рассчитать уровень инфляции.

С 1 января 2013 года вступил в силу Федеральный закон от 3 декабря 2012 г. N 227-ФЗ "О потребительской корзине в целом по Российской Федерации", который будет действовать до 2018 года.

Он включает в себя:

- минимальный набор продуктов питания;
- минимальный набор непродовольственных товаров;
- минимальный набор услуг. [1]

Потребительская корзина разрабатывается как в общем по России, так и в субъектах Российской Федерации и делится на разные виды: для трудоспособного населения, для пенсионеров и для детей. [2] В потребительскую корзину включены продукты питания, которые приведены в таблице. [1]



Рис. 1. Процентное соотношение услуг, продовольственных и непродовольственных товаров в 2017 г

Таблица 1. Набор продуктов питания в потребительской корзине

| Продукты | Единица измерения | Гарантированный объем (кол-во) | | |
|---------------------------|-------------------|--------------------------------|------------|-------|
| | | Трудоспособные | Пенсионеры | Дети |
| Хлеб, мука, бобовые крупы | кг | 126,5 | 98,2 | 77,6 |
| Картошка | кг | 100,4 | 80,0 | 88,1 |
| Др. овощи | кг | 114,6 | 98,0 | 112,5 |
| Фрукты | кг | 60,0 | 45,0 | 118,1 |
| Кондитерские | кг | 23,8 | 21,2 | 21,8 |
| Мясо | кг | 58,6 | 54,0 | 44,0 |
| Рыба | кг | 18,5 | 16,0 | 18,6 |
| Молокопродукты | кг | 290,0 | 257,8 | 360,7 |
| Яйца | шт. | 210 | 200 | 201 |
| Растительные жиры | кг | 11,0 | 10,0 | 5,0 |
| Соль, специи, чай и т.п. | кг | 4,9 | 4,2 | 3,5 |

Стоимость потребительской корзины на 2017 год составляет для трудоспособных граждан (лиц, старше 16 лет) – 6300 рублей в месяц, для детей – 6400 рублей в месяц, для пенсионеров – 5400 рублей в месяц. [5] Исходя из цены потребительской корзины, рассчитывается прожиточный минимум. Его величина на II квартал 2017 года составила 10329 рублей на душу населения. [3] Потребительская корзина пересматривается раз в пять лет, а прожиточный минимум изменяется ежеквартально и определяется исходя из действующих цен на продукты питания, товары и услуги, а также расходов по обязательным платежам и сборам.

Проведем сравнительный анализ потребительских корзин различных стран.

В разных государствах состав и стоимость потребительской корзины не совпадает. Главной причиной этих различий является не одинаковый уровень экономического развития стран. По сравнению с другими странами российская потребительская корзина очень скудна. В Германии насчитывается 475 наименований продуктов, товаров и услуг; во Франции – 250; в США – 300; в Англии – 350, а в России всего лишь 156 наименований. Мы видим, что у главного конкурента Российской Федерации США количество наименований превосходит почти в 2 раза.

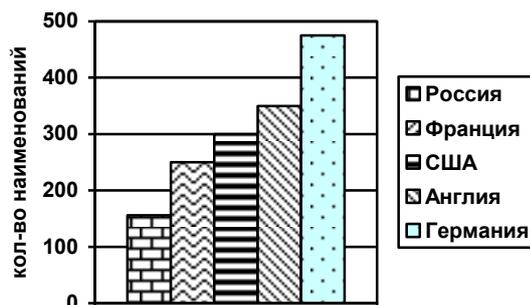


Рис. 2. Сравнение количества наименований в потребительской корзине разных стран

Отметим, что в потребительской корзине России продукты питания составляют около 50% стоимости потребительской корзины, а в странах Западной Европы эта цифра не превышает 20%.

Говоря о составе потребительской корзины, нельзя упустить тот факт, что в каждой стране она своеобразна. К примеру, в США такого понятия как «потребительская корзина» не существует. В данной стране существует так называемый индивидуальный набор товаров и услуг для каждого жителя, проживающего в конкретном штате. А наполнение английской или французской потребительских корзин считается в относительных показателях, то есть является индексом. Кроме того, Англия и Франция считают по своей корзине индекс потребительских цен и инфляцию, а у нас такой индекс считается на основе перечня Росстата, который гораздо более обширен. [3]

В то же время в Западных странах состав потребительской корзины корректируется ежегодно. И там есть такие позиции, которых в потребительской корзине РФ не будет еще долгое время. Это, к примеру, расходы на покупку электронных книг, оплата различных мобильных приложений для знакомств, а также оплата интерната, мобильной связи и прочие "развлечения". [5] В Германии услуга Интернета приравнены к предметам первой необходимости и включена в состав потребительской корзины, что является вполне объективно. Во французскую потребительскую корзину попали немалые затраты на посещение парикмахерской, покупка косметических средств. В составе потребительской корзины США можно увидеть алкоголь и табачные изделия.

До Западных стран России сегодня еще далеко, потому что сегодня малоимущий житель страны выживает на 5000 рублей, а где-то во Франции такой же человек тратит на себя не менее 600 евро (41542 руб.).

Такую тему, как потребительская корзина нельзя обходить стороной. Анализируя потребительскую корзину России и Западных стран, можно сделать вывод, что понимание этого словосочетание у нас и в Европе совершенно разное. Все эти факты дают нам достаточно ясное представление о том, что потребительская корзина Европы способствует не только функционированию человека как биологического существа, но и дает возможность развиваться духовно, приобщаться к культуре и полностью поддерживать свое физическое здоровье. В России же, наоборот, потребительская корзина является тем минимумом, который необходим человеку просто для того, чтобы прожить, обеспечивая себе минимальным пропитанием.

При формировании потребительской корзины правительству следует учитывать данные о фактическом потреблении продуктов питания населением. Оно должно рассматривать варианты расширения объема минимального потребительского набора и, соответственно, увеличения его стоимости.

Список литературы

1. Федеральный закон от 3 декабря 2012 г. № 227-ФЗ "О потребительской корзине в целом по Российской Федерации"//СПС Гарант
2. Кокшарова Т. С. Потребительская корзина и прожиточный минимум в России // Молодой ученый. — 2016. — №13. — С. 444-448.
3. Мустафин А.И., Мустафин А.Н. Особенности формирования потребительской корзины в Российской Федерации// Устойчивое развитие науки и образования – 2017 г. – № 4 – с. 139-142
4. Новая экономическая энциклопедия / Румянцева Е.Е., - 4-е изд. - М.:ИНФРА-М Издательский Дом, 2016. - 882 с.
5. Величина прожиточного минимума в целом по РФ [Электронный ресурс],- <http://base.garant.ru/3921257/>
6. Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума в целом по России и по субъектам Российской Федерации // Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс], - http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/poverty/#

Прудникова

Научн. рук.: канд. пед. наук, доц. Ляшко В.Г.

Тулский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМА ИНВЕСТИЦИЙ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ

Прибыльность фирмы на прямую зависит от инвестиций, которые вкладываются во все компоненты производственного процесса. Одним из главных составляющих этого процесса является человеческий капитал - особый капитал в форме интеллектуальных способностей и практических навыков, полученных в процессе образования и практической деятельности человека. Резкий скачок экономического интереса вызван зависимостью экономического развития от прогресса человеческого капитала. В отличие от других видов капиталов отдача вложений зависит от продолжительности жизни индивида, следовательно, те вложения, которые были произведены на ранних этапах формирования человеческой личности начинают окупаться быстрее. Понятие человеческого капитала и его теории возникло во второй половине XX века как ответ экономической науки на вызовы времени, на формирование инновационной экономики, постиндустриального и информационного обществ, в которых роль специалистов и работников интеллектуального труда выросла колоссально, а роль и доля неквалифицированного труда, напротив, снизилась. Процесс замещения

физического и природного капиталов человеческим в национальных богатствах развитых стран, подавляющее превалирование объемов инвестиций в человеческий капитал над инвестициями в физический капитал — характерные и превалирующие процессы второй половины XX и XXI веках для развитых стран мира, а также быстро развивающихся стран мира. Само создание теории человеческого капитала шло от низшего уровня к высшему — от индивидуального человеческого капитала к национальному. Теорию индивидуального человеческого капитала создали Теодор Шульц (Нобелевская премия по экономике за 1979 год) и Гэри Беккер (1992г.).[1]

В постиндустриальном обществе, построенном на знаниях, роль высококвалифицированных и творческий работников возрастает. Человеческий капитал на данный момент является наиболее важным, чем природные ресурсы и накопленное богатство. Для работодателя он приобретает противоречивую структуру. Минусом являются большие затраты, но для развития творческих умений и навыков работников необходим высокий уровень знаний. Формирующаяся на рынке цена труда представляет собой экономическую оценку человеческих ресурсов. От уровня этой оценки зависят доходы работников и издержки работодателей. Экономическая оценка, в свою очередь, зависит от экономического эффекта использования высококвалифицированных человеческих ресурсов, определяемого уровнем их использования. В рамках теории человеческого капитала инвестиции в развитие человеческих ресурсов определяются как стоимость (ценность) будущего потока доходов в результате производительного использования человеческих ресурсов. Проблема развития человеческого капитала связана процессом инвестиций [2]

Главным инвестором выступает сам человек. Принимая решение о целесообразности инвестиций в образование, саморазвитие, приобретение новых знаний и т.д., человек сравнивает дисконтированные потоки всех вложений и ожидаемый уровень доходов от рационального использования своего человеческого капитала. При этом чем ниже ставка дисконта, тем больше средств будет затрачено с целью получения в будущем существенных доходов. [4]

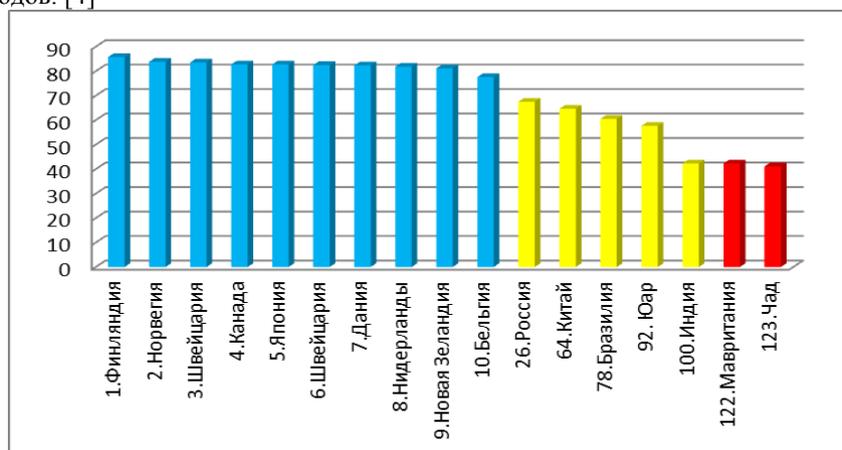


Рис.1 Мировые инвестиции в человеческий капитал

Россия занимает 26 место на международной арене по инвестициям в человеческий капитал, это свидетельствует о том что этому вопросу уделяется недостаточное внимание в теории и практике инвестиционного менеджмента, что является одной из важных проблем в отечественной экономике. Об этой проблеме говорит в своей работе И.Н. Краковская: «Несмотря на то что в последние десятилетия в менеджменте человеческих ресурсов человеческому капиталу придается стратегическое значение, а инструменты управления человеческими активами постоянно развиваются и совершенствуются, инвестиции в данный вид активов остаются одним из самых “уязвимых” направлений деятельности как коммерческих, так и некоммерческих организаций. [6]

Ко всему прочему одной из важных проблем, обуславливающих низкую привлекательность человеческого капитала как объекта инвестиций, является отсутствие единой системы подготовки и переподготовки кадров. В нашей стране также не существует системный механизм переподготовки персонала, адаптированный к условиям инновационного развития, пишет Т.А.-Коркина

Одним из шагов к решению этой проблемы является формирование- корректного понятийного аппарата. Так, Т.А. Коркина предлагает ввести в оборот категорию «инвестиционная привлекательность работника», под которой автор понимает «наличие совокупности свойств работника, обеспечивающих одновременное развитие его потенциала и возможность достижения целей инвестора с учетом риска инвестиций в человеческий капитал. К таким свойствам отнесены креативные способности работника и способности к саморазвитию, тип инновационного поведения и эффективность выполнения трудовых функций» При этом данная категория должна рассматриваться в качестве критерия принятия управленческого решения при определении направлений распределения средств, предназначенных для развития персонала.

Государство имеет широкие возможности для прямого и косвенного влияния на производство человеческого капитала. К обязательным мерам можно отнести формальное образование в объеме средней школы, определенные медицинские профилактические мероприятия и др. Но чтобы человек смог раскрыть и развить свой творческий потенциал, государство должно обеспечить условия для его самореализации. Чтобы

человеческий капитал стал фактором социально-экономического развития страны, нужны значительные государственные инвестиции в развитие сферы образования, науки, НИОКР, высоких технологий, культуры – всего того, что обеспечивает научно-технический прогресс, расширение новых технологических укладов, продвижение страны к постиндустриальной экономике. Здоровье нации, расширенное воспроизводство рабочей силы (как в количественном, так и в качественном отношении), формирование здоровой социально-психологической атмосферы в обществе – это основа для достижения социально-экономической эффективности общественного производства. Для развития производительных сил нужна коренная реформа распределения доходов и модернизация экономического порядка в России. Необходимо не только увеличивать доходы населения, но и создавать комфортные условия для жизни, которые являются неоспоримым требованием современного инновационного пути развития нашего общества. Без этого невозможно обеспечить преобладание творческого характера труда в условиях формирования инновационной экономики. Выработка основных направлений инновационного развития должна полнее увязываться с интересами человека. Эти интересы должны находить отражение как в оплате, так и в стимулировании мотивации труда. Уровень качества человеческого капитала на данном этапе определяет динамизм развития экономической и социальной жизни современного общества. Вот почему в развитых странах инвестиции в человеческий капитал растут значительно быстрее, чем в природный и производственный капитал. [7]

Список литературы:

1. Корчагин Ю.А. Российский человеческий капитал - фактор развития или деградации? - Воронеж: ЦИРЭ, 2005
2. Е.Б. Романова инвестиции в развитие человеческого капитала. Санкт-Петербург 2012
3. В.П Горбачев Современные проблемы в человеческий капитал 2013
4. М.В. Герман, Н.С. Помулева человеческий капитал как основной фактор инновационного развития.
5. Бондаренко .Г.И. человеческий капитал :основные факторы его производства и развития. Ростов-на-Дону: Тера,2005
6. Краковская И.Н. Разработка теории и методологии управления инвестициями в человеческий капитал в условиях инновационного развития организации :автореф.дис. д.э.н.М.: МГТУ,2011,с.3
7. К. Н. Муравьева Инвестиции в человеческий капитал

Пряникова А.С.

Научн. рук.: докт. экон. наук, доц. Поляков В.А.
Тульский филиал Финуниверситета

МЕРЧАНДАЙЗИНГ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ

На протяжении всей истории товарно-денежных отношений продавец каждый раз старался выделить свой товар, сделать его привлекательнее. Сегодня задача заключается в том, чтобы товар был востребован, чтобы он обладал такими свойствами, которые необходимы потребителю. Казалось, сделано все: создана марка, вещь оптимально соответствует критерию «цена - качество», готова упаковка, разработаны методы коммуникации с потребителем для создания необходимого спроса и осуществляются мероприятия по продвижению. Однако остается еще один последний шанс выделить свой товар и, соответственно, заставить его лучше продаваться или продаваться вообще. Эта работа в системе маркетинговых коммуникаций называется мерчандайзингом.

Мерчандайзинг — это комплекс мероприятий, производимых в торговом зале и направленных на продвижение того или иного товара, марки или упаковки, результатом которого всегда является стимулирование желания потребителей выбрать и купить продвигаемый товар.

Основными требованиями для применения мерчандайзинга являются:

- предприятие должно всегда иметь в наличии полный ассортимент товара;
- необходимо специальное оформление: организация торговых залов, включая специальные холодильные установки, стеллажи, витрины, прилавки и т.д.;
- расстановка оборудования по залу, окраска стен, освещение;
- внутри предприятия должны быть созданы небольшие торговые точки, как правило, с более дорогими и эксклюзивными товарами;
- выкладка товара должна осуществляться таким образом, чтобы «заставить» потребителя как можно дольше ходить по торговым залам предприятия, практически не прибегая к помощи продавцов.

Мерчандайзинг, как комплекс мероприятий, направленный на максимальное увеличение объемов продаж в розничной торговле, включает в себя следующие основные направления:

- 1) оптимальную планировку магазина и торгового зала, в частности;
- 2) выявление конструктивных особенностей торгового оборудования и принципов его расположения в торговом зале;
- 3) разработку тактики размещения товара на торговом оборудовании и на площади торгового зала;
- 4) формирование внешнего вида места продажи товара;
- 5) привлекательную и удобную упаковку товара;

- 6) рекламное оформление места продажи;
- 7) контроль за своевременным пополнением товарных запасов и за наличием товара в торговом зале;
- 8) качество обслуживания покупателей и учет их мнения на всех этапах осуществления покупки;
- 9) рациональные подходы к ценообразованию реализуемых товаров;
- 10) разработку методов стимулирования продаж товаров конкретных торговых марок.

Таким образом, использование мерчендайзинга позволяет оказывать влияние на подсознание потребителей путем правильной планировки, расстановки оборудования, размещения товара, использования различных цветов, ароматов и музыки.

Результатом мерчендайзинга всегда является стимулирование желания потребителей выбрать и купить продвигаемый товар. Мерчендайзинг, как система стратегий продвижения товара, марки или упаковки, позволяет контролировать процесс продажи в розничной торговой сети, стимулировать потребителей в выборе и покупке товара. Применение данной технологии в процессе реализации продукции, с одной стороны, делает более простым процесс ориентации покупателя в предлагаемом ассортименте товаров, улучшает узнаваемость торговых марок, с другой, — экономит бюджет компании по продвижению товара, увеличивает объемы продаж и прибыли.

Проводя любую деятельность, направленную на продвижение товаров, немаловажным является оценка эффективности применяемых технологий. Это касается и использования инструментов мерчендайзинга.

Эффективный мерчендайзинг:

- 1) обеспечивает увеличение оборота с минимальными затратами.
- 2) является отработанной на практике технологией формирования дополнительной прибыли и узнаваемости розничного магазина.
- 3) обеспечивает эффективную организацию внешнего и внутреннего пространства магазина, выстроенную в единой концепции.

Необходимо оптимально оценивать эффективность мероприятий по мерчендайзингу в отношении магазина в целом, групп товаров или ассортимента бренда, а также в отношении отдельного товара. То есть необходимо провести наблюдение за воздействием мерчендайзинга на сбыт по нескольким замерам различных масштабов.

Об эффективности мерчендайзинга в целом можно судить при помощи следующих показателей:

1. Количество чеков (проходимость торговой точки). Этот показатель отражает доступность магазина. Доступным считается магазин, в котором созданы для потребителей следующие возможности:

- а) быстро найти магазин (щиты и указатели, развешенные по городу);
- б) быстро подъехать (удобный поворот с проезжей части);
- в) быстро припарковаться (чистая парковка с направлением движения и разметкой для стоянки);
- г) быстро взять тележку (стоят на входе, различаются по грузоподъемности и объему корзины);
- д) свободно перемещаться с тележкой по магазину;
- е) быстро сориентироваться, где искать нужные товары (удобные, легко читаемые таблички и схемы);
- ж) быстро взять то, что искали (есть в наличии, удобно брать);
- з) быстро найти кассы и расплатиться (достаточное количество работающих касс, расстояние между ними позволяет пройти с нагруженной тележкой);
- и) быстро выйти из магазина (отдельные автоматические двери на выход).

2. Сумма среднего чека. Отражает количество товара, которое покупатель приобрел за одно посещение магазина. Высокий показатель достигается с помощью комплексных продаж в одном месте.

3. Отдача одного квадратного метра магазина – объем продаж с 1 кв. м площади. На этот показатель влияют расположение и соседство отделов.

Эффективность мерчендайзинга по отделам внутри магазина продемонстрируют такие показатели:

- 1) Распределение покупок по категориям (количество чеков по категориям - число покупателей, которые пришли в магазин за товаром конкретного отдела, нашли и купили его).
- 2) Количество наименований товаров одного отдела в покупке (отражает комплексную покупку внутри отдела).
- 3) Отдача одного квадратного метра отдела. Сравнение показателей отражает популярные (с правильно подобранным ассортиментом и грамотно установленными ценами, удобным расположением товаров) и менее популярные отделы.

Таким образом, можно заключить, что применение мерчендайзинга имеет такое же значение для успешной продажи разработанной продукции, как создание бренда товара, проведение рекламных акций в компании; ориентация на потребности покупателя; профессионализм торговых представителей и мерчендайзеров. В результате применение данной технологии в процессе реализации товаров делает более простым ориентацию покупателя в предлагаемом ассортименте товаров, улучшает узнаваемость торговых марок.

Список литературы:

1. Иваненков И. М., Иваненкова Т. Е., Смирнова И. В. Мерчандайзинг как инструмент продвижения товаров на предприятиях розничной торговли // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 21. – С. 35–46. – [Электронный ресурс]. URL: <http://e-koncept.ru/2017/770415.htm>.
2. Ньюман Э. Розничная торговля: Учебник / Э. Ньюман, П. Кален. - СПб.: Питер, 2014. - 204 с.
3. Сысоева С.В. Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице/ Сысоева С.В., Бузукова Е. А. – М.: Питер, 2015. – 240 с.
4. Ошибки мерчандайзинга и оценка его эффективности. [Электронный ресурс]. URL: http://www.marketch.ru/marketing_marginalia/everal_errors_merchandising/

Самокатова С.С.

Научн. рук.: ст. преп. Романовская Н.Н.
Тулеский филиал Финуниверситета

ВЛИЯНИЕ ЗАПАДНЫХ САНКЦИЙ НА СИТУАЦИЮ В СФЕРЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

Современная экономика России подвержена внешним и внутренним влияниям, которые ведут к нестабильной экономической ситуации в стране. В настоящее время происходит расширение западных санкций, что оказывает негативное влияние на экономическую и продовольственную безопасность России[3].

Проблема, рассматриваемая в статье - влияние западных санкций против России на сельское хозяйство Российской Федерации. В последнее время, можно сказать, что влияние санкций против России приобрело пристальное внимание у специалистов, и имеет особую актуальность у всего народа страны.

Ведение сельскохозяйственной деятельности всегда сопряжено с различными видами рисков. Наиболее существенными являются риски природно-климатические (засухи, наводнения и др.) и финансово-экономические (экономический кризис, дефолт и др.)[4].

Российское сельское хозяйство, несмотря на наличие различных рисков, последние 5 лет развивается устойчиво и динамично, о чем свидетельствуют показатели обеспечения продовольственной безопасности.

После длительных переговоров, в 2012 г. Российская Федерация стала полноправным членом Всемирной торговой организации.

ВТО начала свою деятельность в 1995 г. в результате соглашений, достигнутых в ходе Уругвайского раунда многосторонних торговых переговоров ГАТТ (1986–1994 гг.).

ВТО занимается преимущественно международной торговлей. Она является инструментом глобализации, содействует уменьшению барьеров для торговли и снятию ограничений в различных отраслях экономики, включая услуги и интеллектуальную собственность.

Сама ВТО не принимает правила политики, а является лишь формально институциональной основой, под эгидой которой участники заключают и выполняют торговые соглашения. На дату заключения Соглашения об учреждении ВТО (Марракеш, 1994 г.) было 115 участников, но их количество постоянно растет (сегодня 164).

Присоединение к ВТО вселило надежду в российских предпринимателей, в том числе аграрных, на равноправное участие в международном распределении товаров. Субъекты российского агробизнеса на основе конкуренции могли бы выйти на мировой агропродовольственный рынок.

Наша страна обязалась действовать строго в соответствии с правовыми актами ВТО. Однако эволюционное участие России в ВТО было прервано с применением в отношении нашей страны экономических и иных санкций, которые грубейшим образом нарушили не только нормы права ВТО, но и привели к очевидному кризису всего международного права.

Согласно, распространенной точки зрения, санкции в отношении нашей страны со стороны ЕС и США были спровоцированы вхождением Крыма в состав РФ, а также конфликтом на востоке Украины. В 2014 году был принят первый пакет санкций, который спровоцировал быстрый рост курса иностранной валюты. Позиции рубля стали слабеть, и в начале 2015 года доллар превысил отметку в 50 рублей.

Инициатором введения санкций выступили Соединенные Штаты Америки. Действия санкционного пакета разворачивались на территории Евразии, не причиняя никакого вреда Америки и ее экономике. По данным еврокомиссии на 3 квартал 2014 года ЕС в сфере сельского хозяйства имел потери в экспорте техники на сумму около 50% (около 5 млрд. евро) от суммы, которая была введена до санкций.

Применение в отношении Российской Федерации санкций вызвало ответные меры о приостановке поставок в Россию сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия из стран-инициаторов санкций – США, государств ЕС, Канады, Австралии и Норвегии. Во исполнение указа Президента РФ от 6 августа 2014 г. № 560 постановлением Правительства РФ от 7 августа 2014 г. № 778 был утвержден перечень сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, страной происхождения которых являются США, ЕС, Канада, Австралия и Норвегия, ввоз которых запрещен сроком на один год.[1]

Учитывая то, что страны-инициаторы антироссийских санкций без достаточно веских оснований досрочно продлили их действие, Правительство приняло постановление от 25 июня 2015 г. № 625 «О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 7 августа 2014 года № 778».

Согласно документу из обновленного списка санкционных продуктов были исключены биоматериалы для аквакультуры: молодь мидий, устриц и форели. Кроме того, Правительство РФ ужесточило требования к импорту сыров и сырных продуктов в рамках продэмбарго. Так, в перечень подсанкционной продукции были включены пищевые или готовые продукты, изготовленные по технологиям производства сыра и содержащие 1,5 % или более массовой доли молочного жира. Под этим названием в Россию ввозился сыр и сырные продукты из подсанкционных стран. Таким образом, Правительство закрыло еще одну лазейку для европейского сыра в условиях продэмбарго[2].

Постановление Правительства от 25 октября 2017 года № 1292 расширило перечень сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, запрещенных к ввозу из стран, которые ввели ограничительные меры по отношению к России. В перечень включены живые свиньи (за исключением чистопородных племенных животных), а также отдельные виды пищевых субпродуктов и жиров сельскохозяйственных животных.

До введения санкций импорт живых свиней в Россию из стран Евросоюза до введения запрета в связи с АЧС составлял: в 2012 году – 227,6 тыс. голов (на сумму более 78 млн долл. США, 98% от общего их импорта), в 2013 году – 29,5 тыс. голов (23 млн долл. США, 36%). В 2015-2016 гг. импорта живых свиней из стран ЕС не было. В 2016-ом он составил 8,4 тыс. голов, из которых на поставки из стран, которые ввели ограничительные меры в отношении России (ЕС, США, Канады, Австралии, Норвегии, Украины, Албании, Черногории, Исландии и Лихтенштейна), пришлось 42%.

Импорт пищевых субпродуктов ежегодно сокращался, и в 2016 году из 91,6 тыс. тонн общего импорта пищевых субпродуктов на эти страны приходилось лишь 7,8% от общего объема импорта (7,1 тыс. тонн).

Импорт в Россию свиного жира до запрета, в связи с АЧС, в 2012-2013 годах достигал 270 тыс. тонн, более 90% поставлял Евросоюз. В 2016 году импорт свиного жира составил только 18,1 тыс. тонн, причем на страны, которые ввели ограничительные меры, приходилось 3,8 тыс. тонн[6].

Правительство России после введения санкций незамедлительно отреагировало экстренными мерами по стабилизации экономики, результатом этого стало снижение импорта со стороны ЕС. Рассмотрим результаты предпринятых мер для нашей страны (таблица 1).

Таблица 1

Динамика производства продукции аграрного сектора РФ, %

| Показатели | 1990 год | 2013 год | 2014 год |
|--------------------------------|----------|----------|----------|
| Продукция сельского хозяйства | 100 | 89,3 | 92,6 |
| Продукция растениеводства | 100 | 119,5 | 125,5 |
| Продукция животноводства | 100 | 66,4 | 67,8 |
| Индексы физического объема ВВП | 95,9 | 101,3 | 100,6 |

Из данных, представленных в таблице 2, можно выявить положительные и отрицательные тенденции. Положительные – рост объема продукции растениеводства. Отрицательные – снижение продукции животноводства и сельского хозяйства в целом, по сравнению с 1990 годом. Также нужно отметить, что показатели производства продукции сельского хозяйства России в 2014 году в целом по отрасли выросли по сравнению с 2013 годом на 3,3%. Таким образом, состояние сельского хозяйства России находится на удовлетворительном уровне развития.

Можно сказать, что санкционный пакет США и ЕС пошел только на пользу аграрному сектору России. Стала наблюдаться тенденция перехода роли импортера от ЕС к России[5].

В 2017 году в сельском хозяйстве заместить импорт лучше всего удалось в продажах свинины и птицы, где потребление заморского мяса сократилось в 3 и 2.5 раза соответственно. Импорт овощей упал вдвое.

Программа импортозамещения в России ставит перед российскими производителями задачу создать такую высококачественную продукцию, которая бы не только заменила собой импорт, но также была привлекательна за рубежом и приумножила российский экспорт. Иными словами, российские товары и услуги должны стать конкурентоспособными на мировой арене.

Экспорт российской продукции сельского хозяйства за рубеж в 2016 году вырос до \$17 млрд, за январь-май 2017 года он ещё подрос на 17% к аналогичному периоду 2016 года. К 2020 году экспорт продукции сельского хозяйства должен составить \$21 млрд / год.

Перед сельскохозяйственными предприятиями нашей страны стоят следующие задачи:

- эффективное управление внешними и внутренними ресурсами (управление дотациями, снижение кредиторской задолженности и т.п.);
- разработка инструментов оперативного управления финансовыми и инвестиционными ресурсами;
- принятие решений о целесообразности страхования урожая и поголовья скота, закупки новой техники и оборудования в лизинг, а также участия в государственных программах[5].

Подводя итог вышесказанному, можно отметить, что у России есть высокий потенциал в развитии сельского хозяйства и последующем выходе на мировой рынок как крупного экспортера продукции. Для этого необходимо увеличивать размеры государственной поддержки аграрного сектора, повысить валовый сбор и качество урожая.

Список литературы:

1. Постановление Правительства РФ от 7 августа 2014 г. N 778 "О мерах по реализации указов Президента Российской Федерации от 6 августа 2014 г. N 560, от 24 июня 2015 г. N 320, от 29 июня 2016 г. N 305 и от 30 июня 2017 г. N 293" (с изменениями и дополнениями)//Система ГАРАНТ: <http://base.garant.ru/70712500/#ixzz50J6n0taS>
2. Постановление Правительства РФ от 25 июня 2015 г. N 625 "О внесении изменений в постановление Правительства Российской Федерации от 7 августа 2014 г. N 778"//Система ГАРАНТ: <http://base.garant.ru/71102682/#ixzz50J7NykrN>
3. Блинова М.О., Бродягина М.В. Влияние санкций на продовольственную безопасность России // Электронный журнал научных публикаций студентов и молодых ученых. 2016. № 25 [Электронный журнал]. URL: <http://ego.uara.ru/ru/issue/2016/02/7/> (дата обращения: 28.10.2017).
4. Воронин Б.А. Развитие российского сельского хозяйства в условиях санкций. 2016 [Электронный ресурс] URL: http://aon.urgau.ru/uploads/article/pdf_attachment/233/Воронин_Б.А..pdf
5. Шейкина Е.А., Чайковская Н.В. Анализ влияния санкций на развитие аграрного сектора России // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2016. № 11 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2016/11/12994> (дата обращения: 28.10.2017).
6. [Электронный ресурс] Министерство сельского хозяйства РФ. URL: <http://mcx.ru/press-service/news/pravitelstvo-rasshirilo-perechen-produktsii-zapreshchennykh-k-vvozu-v-rossiyu/>

Свиридова Т.В.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Ефремова Н.Е.

Тулский филиал Финуниверситета

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

На данный момент проблема оценки конкурентоспособности предприятий все чаще ставится перед специалистами по маркетингу на промышленных предприятиях. В качестве основной задачи определяется установление критических факторов влияющих на конкурентоспособность и повышение эффективности управления конкурентоспособностью в долгосрочном периоде.

Конкурентоспособность предприятия - это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами.[2. С . 345]

Конкурентоспособность отражает эффективность функционирования предприятия, продуктивность использования всех видов ресурсов. Конкурентоспособность предприятия не имеет абсолютного измерителя, она может определяться по отдельному или нескольким параметрам деятельности фирм.

Под фактором понимают:

- движущую силу какого-либо процесса, определяющую его характер или отдельные черты [3];
- причину, воздействующую на показатель [2, С.33].

В качестве факторов может выступать ситуация, среда, обстоятельства. Исходя из всего этого, под фактором конкурентоспособности предприятия предлагается понимать условия, с учетом влияния которых предприятие вынуждено функционировать, и которые определяют характер поведения предприятия, ориентированного на достижение определенной (установленной, целевой) конкурентоспособности.

Дальнейшее развитие и формирование рыночных отношений вызывает необходимость повышения качества продукции и, следовательно, конкурентоспособности производства. Решение этой проблемы на сегодняшний момент затруднено из-за нестабильной экономической ситуации, нехватки денежных ресурсов у предприятий, неэффективной системы государственного регулирования рыночных отношений, низкого уровня информационного обеспечения и недостаточного профессионализма кадров. Кроме того, отсутствует общепринятая методика оценки конкурентоспособности производства.

Конкурентоспособность производства включает в себя такие понятия как «конкурентоспособность товара» и «конкурентоспособность предприятия»

Несмотря на значительное количество публикаций по повышению конкурентоспособности продукции как важнейшего резерва экономического роста предприятия, конкурентоспособность предприятия и факторы, на нее влияющие, еще недостаточно изучены. Эти факторы можно разделить на внешние и внутренние.

Внешние факторы включают в себя: [3. С . 278]



Рис. 1. Внешние факторы конкурентоспособности предприятия

Обширные исследования этих факторов выявили их влияние и взаимосвязь на уровень конкурентоспособности предприятия, они объединены в «национальный ромб» – систему свойств страны, формирующих конкурентную среду для ее предприятий (см. рис.2). Эти факторы, находясь во взаимодействии, усиливают или ослабляют потенциальный уровень конкурентоспособности фирм этой страны.

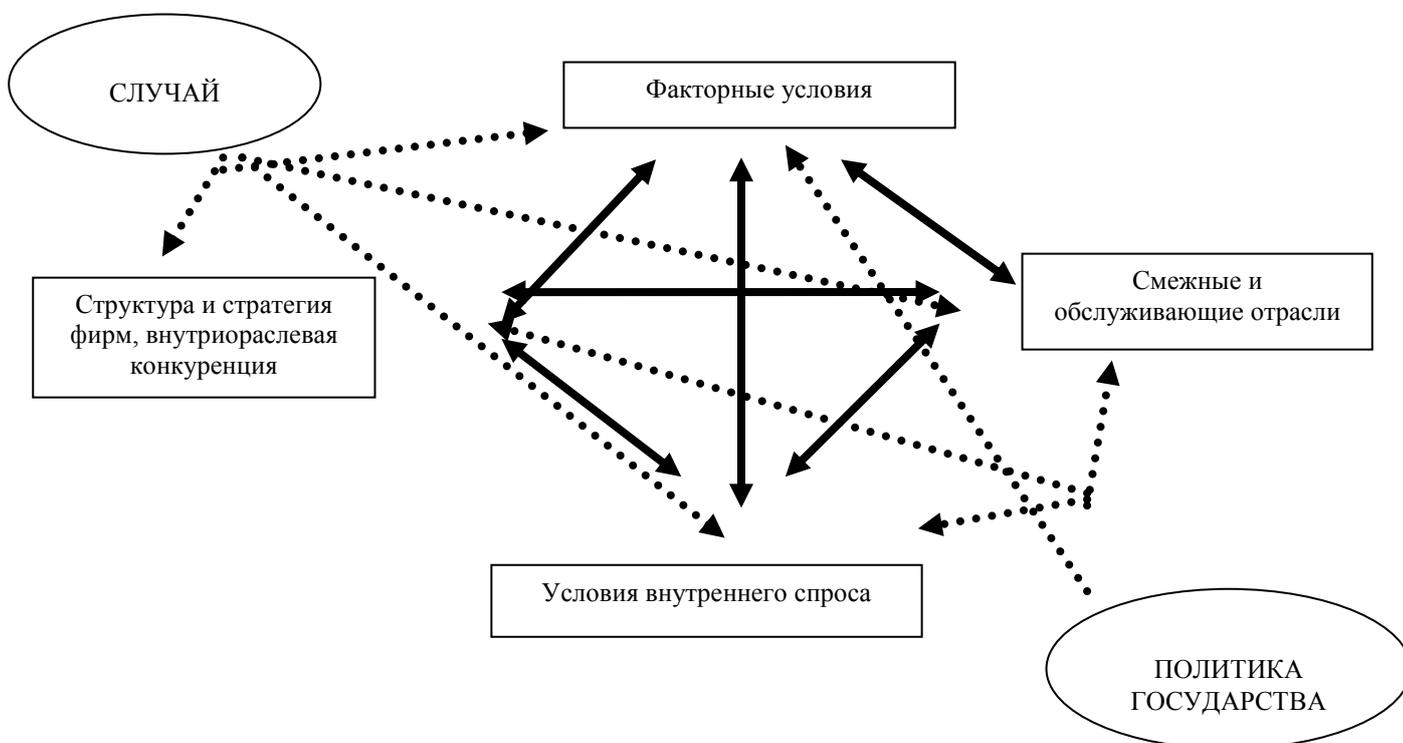


Рис.2. Детерминанты конкурентного преимущества страны ("национальный ромб").
К внутренним факторам относятся [4,5]



Рис. 3. Внутренние факторы конкурентоспособности предприятия

Эти факторы влияют на конкурентоспособность глобальных предприятий. Изменение внутреннего содержания факторов позволяет им оказывать воздействие на конкурентоспособность любой организации.

Под рыночной эффективностью понимается максимально возможное удовлетворение потребителей на основе выполнения ряда условий: близость к потребителю; анализ конкурентов; поиск преимуществ;

информационное обеспечение. Под эффективностью издержек подразумевается соответствие общей стратегии фирмы, оптимизации послепроизводственных издержек и координации связей, возникающих, когда метод какого-либо вида деятельности предприятия – производство, маркетинг, управление финансами и т.д., влияет на стоимость или эффективность других. [1. С. 177] Экологическая эффективность означает минимизацию ущерба окружающей среде.

Конкурентоспособность предприятия во многом зависит от эффективности менеджмента, на уровень которой влияют личные качества менеджеров, способность руководства разрабатывать и реализовывать стратегию предприятия и адаптироваться к изменениям внешней среды, единая система учета и контроля и умение подбирать высококвалифицированные кадры.

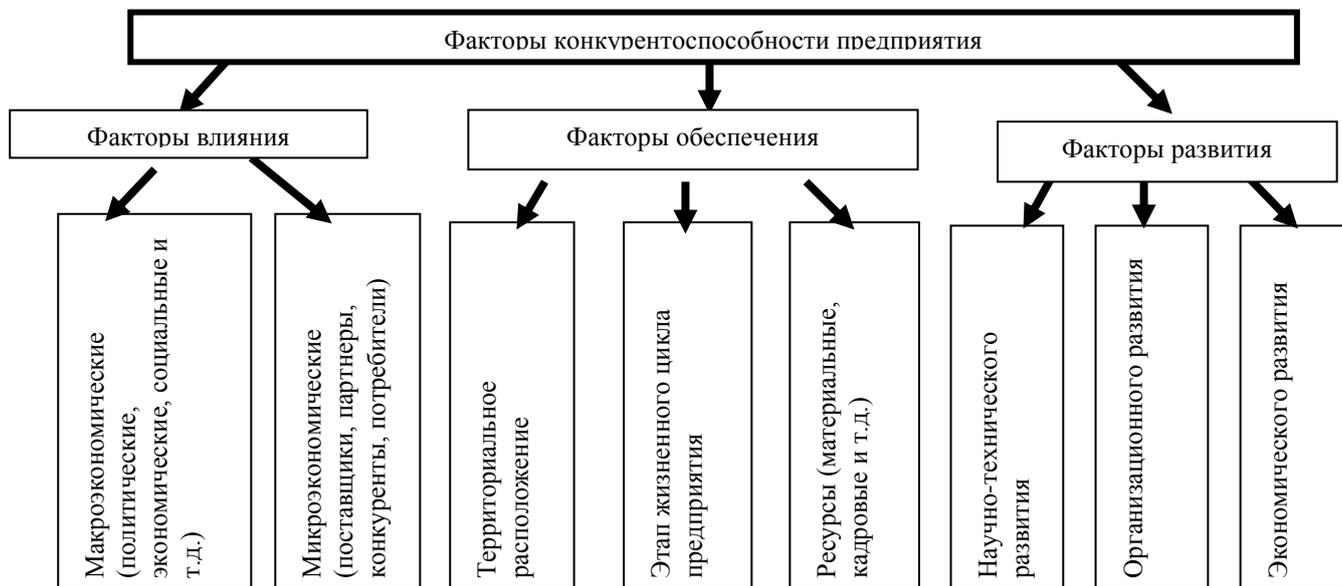


Рис.4. Факторы конкурентоспособности предприятия

На рисунке 4 представлено авторское видение совокупности факторов конкурентоспособности предприятия.

В группу факторов влияния необходимо отнести те аспекты, которые оказывают на конкурентоспособность предприятия воздействие в разной степени интенсивности, но в тоже время само предприятие не может на них влиять. Это факторы макросреды – политический, экономический, социальный, научно-технический. [4]

Факторы микросреды представлены влиянием конкурентов, поставщиков и партнеров, потребителей на действия предприятия. Конкуренты «вынуждают» предприятие бороться за рынок сбыта, предлагая потребителю более выгодные товары, условия их реализации и сервиса. Поставщики воздействуют качеством и ценой сырья и материалов. Следовательно, предприятие должно знать и учитывать нужды потребителя, степень их удовлетворенности, основные тренды их развития в дальнейшем.

Факторы обеспечения конкурентоспособности предприятия: «В условиях конкуренции необходимо поддерживать ресурсную базу в таком состоянии, чтобы она постоянно была актуальна потребностям рынка. Этот процесс, а также грамотное использование имеющихся ресурсов с точки зрения конкуренции определяются, прежде всего, конкурентоспособностью высшего руководства» [5, С.111-114].

Факторы развития конкурентоспособности предприятия следует подразделить на факторы, определяющие направление и степень технического, экономического, организационного развития. Факторы, способствующие техническому и технологическому развитию, определяются не только уровнем научно-технического прогресса в глобальном масштабе, но и с научно-техническим потенциалом самого предприятия. [6]

Выделенные факторы могут по-разному воздействовать на конкурентоспособность предприятия, поэтому изучение их влияния позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия, возможности и угрозы его развития. Система внешних и внутренних факторов не претендует на достаточную полноту. Однако, даже в таком виде она показывает, насколько сложна проблема повышения конкурентоспособности и удержания позиций предприятия на рынке.

Список литературы

1. Голубков Е.П. Маркетинг: выбор лучшего решения. — М.: Экономика, 2016 — 356 с.
2. Сафронова Н.А. Экономика предприятия/ Под ред. проф. Н.А. Сафронова. — М.: «Юрист», 2013 —

3. Некрасов С.И. Факторы организационного развития предприятия: монография [электронный ресурс] / С.И. Некрасов, Н.А. Некрасова, О.В. Бусыгин. – М.: Академия естествознания, 2014.
 4. Терентьева О. Макросреда предприятия и ее факторы [электронный ресурс]// ФБ.ру. – 2015.
 5. Шкардун В. Д. Стоя перед зеркалом... Конкурентоспособность предприятия // Российское предпринимательство. – 2015. – №2(1). - С. 111-114.

Свиридова Т.В.
 Научн. рук.: преп. Гуляева О.А.
 Тульский филиал Финуниверситета

ВЛИЯНИЕ БРЕНДА НА ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Мировая экономика давно вступила в стадию, которую называют экономикой знаний, и чуть ли не главным символом этой фазы общественного развития стал феномен брендов. [3]

Производители с помощью брендов не только информируют потребителей о ключевых ценностях своих рыночных предложений, но и стараются сделать свой бизнес более устойчивым. Потребителям же бренды служат своеобразным путеводителем среди конкурирующих фирм и товаров, снижая рыночную неопределенность и экономя время на принятие решений о покупке. [1,3]

Бренды известны с давних времен. Имеются исторические свидетельства, что бренд как торговая марка применялся еще в 1300 г. до н. э. в Индии. Маркировка товаров (брендинг) практиковалась еще во времена расцвета Древнего Египта, когда мастера, изготавливавшие кирпичи, ставили на них именное клеймо. Подобные знаки можно было увидеть на легендарном древнекитайском фарфоре.

Этимология слова «бренд» восходит к понятиям «выжженное тавро», «клеймо», «марка», хотя единства мнений в вопросе о происхождении этого термина нет. [1]

Бренд - легко узнаваемый за счет эффективно разработанных вербальных и визуальных идентификаторов услуг. Представляющий потребителям уникальные ценности, в максимальной степени отвечающие их потребностям. [4]

Понятие бренда широкое, и можно сказать, бренд — это больше, чем маркетинг или реклама. Бренды - основа существования и процветания многих фирм. Сильные бренды приносят хорошие доходы и обладают огромной властью, но существует очень много проблем, которые могут препятствовать их развитию и угрожать их существованию. Основными составляющими элементами бренда являются:

- сам товар (услуга) и его характеристики
- товарный знак (знак обслуживания)
- обещание потребителю преимуществ использования товара
- ожидания, ассоциации, появляющиеся у потенциального потребителя по отношению к товару
- воздействие на потребителя через имеющийся арсенал средств [2]

Бренд должен обладать следующими характеристиками, они рассмотрены на рисунке 1.



Рисунок 1. Характеристики развитого бренда (составлен автором по данным источника 2)

Бренд способствует продвижению товара на рынке, потому что он придает продукции индивидуальность, выделяется на фоне конкурентов и показывает свою уникальность. [2]

Бренд помогает решить следующие задачи: идентифицировать (узнать) товар при упоминании; отличаться от конкурентов, т.е. выделять товар из общей массы; создать в сознании потребителей привлекательный образ; сосредоточить положительные эмоции, связанные с товаром; принять решение о

покупке и получить удовлетворение от принятого решения; сформировать группу постоянных покупателей, ассоциирующих с брендом свой образ жизни (приверженцы бренда).

Товары с известным брендом могут быть доступны для каждого потребителя, а могут иметь высокую цену, и это не по карману человеку со средним достатком. К примеру, популярный бренд «Coca-Cola», может позволить себе большинство покупателей, дело только во вкусовых предпочтениях. Существуют дорогие бренды, например, крупные автомобильные компании как «BMW», «Mercedes», на наш взгляд мало кто откажется приобрести машину таких известных брендов, но здесь решающую роль играет денежный вопрос. Владея вещами дорогих известных марок, человек ощущает роскошь, превосходство, владение современными технологиями. Например фирма «Apple» постоянно обновляет и усовершенствует свою продукцию. Многим людям неважно удобен такой телефон или нет, но ему важно владеть телефоном именно этой фирмы, потому что это «модно» и современно. [5]

Таблица 1. Рейтинг мировых брендов.[6]

| Место в 2016 | Место в 2015 | Изменение в рейтинге, пунктов | Бренд | Стоимость бренда в 2016, \$ млрд | Изменение стоимости 2016 к 2015 |
|--------------|--------------|-------------------------------|-----------|----------------------------------|---------------------------------|
| 1 | 2 | 1 | Google | 229,20 | 32% |
| 2 | 1 | -1 | Apple | 228,46 | -8% |
| 3 | 3 | 0 | Microsoft | 121,82 | 5% |
| 4 | 6 | 2 | AT&T | 107,39 | 20% |
| 5 | 12 | 7 | Facebook | 102,55 | 44% |

Для продвижения своего бренда, многие фирмы используют звезд в качестве рекламы: потребитель будет смотреть на своего кумира, которому он подражает, и обязательно купит этот товар, к примеру руководствуясь мыслью «он пользуется товаром этого бренда, значит, он ему доверяет, у этого продукта отличное качество, и поэтому хочу тоже владеть этой вещью».

Многочисленные исследования показывают, что товары и услуги, продаваемые под известными брендами, стоят значительно дороже немаркированных аналогов, значит установление прочных отношений между брендом и потребителем – процесс вполне естественный и закономерный.

Есть ли разница между любовью к брендам и доверием к ним? Исследование показало, что респонденты любят далеко не все бренды, которыми пользуются и которым доверяют. В некоторых случаях потребители пользуются одним, а любят – совсем другое. Соотношение пользования, доверия и любви к брендам на примере пятерки самых любимых брендов соков можно увидеть на следующей диаграмме:

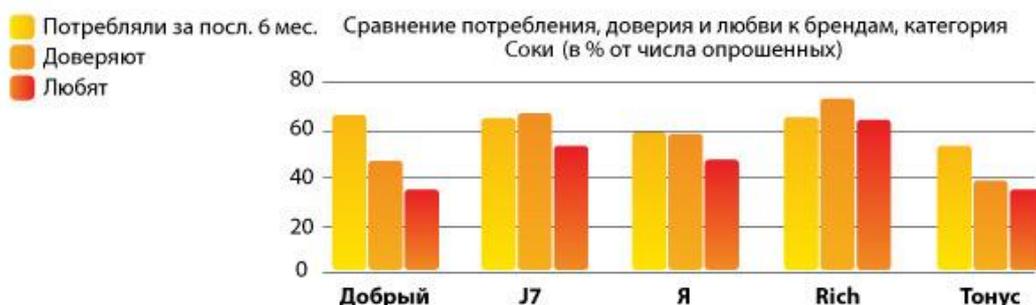


Рисунок 2. Сравнение потребления, доверия и любви к брендам на примере соков [7].

Как показал опрос, не все соки, которые употребляют участники исследования, достойны доверия. Однако если респондент доверяет бренду сока, то можно с большой долей вероятности утверждать, что он его любит.

Иначе обстоит дело в сегменте автомобилей. Здесь доверие к бренду и тем более любовь необязательно связаны с потреблением. Следующая диаграмма иллюстрирует данный тезис:

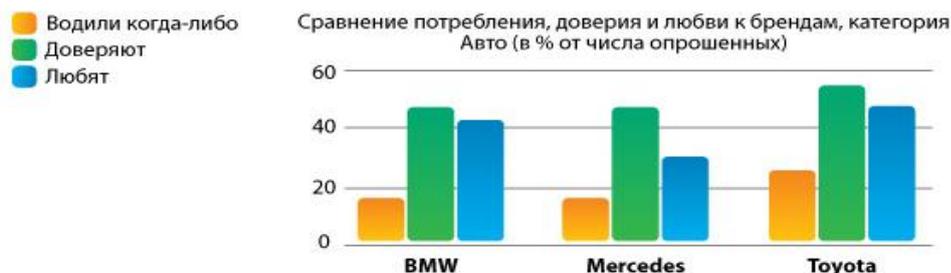


Рисунок 3. Сравнение потребления, доверия и любви к брендам на примере автомашин [7].

Таким образом, любовь к бренду не всегда основана на опыте потребления. Зачастую никакие изменения, происходящие с брендами, и даже исчезновение брендов с рынка не могут повлиять на любовь к

ним. Ярким примером является любовь людей к советским брендам (например, шоколадных конфет, мороженого, лимонада и т.п.).[7]

Под воздействием брендинга товар обретает свое «лицо», наделяя производителей и потребителей определенными преимуществами.

Так например, покупатели обретают следующие выгоды:

- легче узнают товар и отличают его от подобных;
- экономят время и более эффективно выбирают товар;
- с помощью бренда получают гарантию качества;
- снижают риск некачественной покупки;
- могут почувствовать себя принадлежащим определенной соц.группе;
- получают определенный статус при покупке товара конкретного бренда.

Производители же получают возможность:

- поддерживать запланированный объем продаж на конкретном рынке;
- создать и закрепить в сознании потребителей образ товара;
- устанавливать на брендовый товар цену намного выше (более 40% наценка за бренд), чем на небрендовый, аналогичный по качеству;
- уменьшить рекламные инвестиции на продвижение новой марки товара;
- привлекать дополнительные инвестиции и увеличивать прибыль;
- в рекламных материалах учитывать запросы потребителей и обеспечивать эмоциональный контакт с покупателями;

Несмотря на обширный список преимуществ, которые получает производитель в результате брендинга, существует ряд проблем его реализации.

Далее в таблице 1 приводятся положительные и отрицательные стороны применения брендинга. [4]

Положительные и отрицательные стороны применения брендинга

Таблица 2

| № | Положительные стороны | Отрицательные стороны |
|---|--|--|
| 1 | Помогает поддерживать предприятию объем продаж на рынке, увеличивать доход компаниям | Ухудшение ситуации с одним некачественным товаром негативно влияет на состояние всего бренда |
| 2 | Позволяет устанавливать более высокую стоимость на брендовый товар | Успешный бренд всегда должен подтверждать высокое качество товара или услуги |
| 3 | Уменьшает расходы на продвижение новой марки товара и помогает повысить уникальность товаров | В реализации концепции бренда нужно быть последовательным, несмотря на любые изменения конъюнктуры |
| 4 | Обеспечивает увеличение прибыльности в результате расширения ассортимента товаров | Многие бренды крепко привязаны к имиджу своих владельцев, поэтому любые ссоры между ними могут привести к ослаблению или гибели бренда |
| 5 | Учитывает запросы потребителей | Необходим целостный подход к брендингу |
| 6 | Способствует идентификации товара и упрощает процесс логистики | «Раскрутка» бренда - процесс дорогой, тяжелый и долговременный |
| 7 | Облегчает процесс установления отношений между производителем и потребителем | Требует проведения постоянных маркетинговых исследований покупательских предпочтений, мотивов осуществления покупок |
| 8 | Помогает развивать отрасли производства и экономики в целом | Укрепление бренда требует инноваций в аспектах маркетинговой программы |

От перечисленных проблем не застрахована ни одна компания, но рассмотренные плюсы не оставляют сомнений в необходимости создания сильных брендов, являющихся двигателем прогресса. Чем больше успешных марок будет на российском рынке, тем более развитой и конкурентоспособной станет отечественная экономика, а значит и уровень благосостояния населения страны значительно улучшится. Как говорится: «Начинай с малого, но мечтай о великом».

Список литературы

1. Барлоу Джанелл, Стюарт Пол Сервис, ориентированный на бренд. Новое конкурентное преимущество / М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2013. - 288 с
2. Годин А. М., Дмитриев А. А., Бабленков И. Б. Брендинг: Учебное пособие. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. -364 с.)
3. Кузина О.Е., Ибрагимова Д.Х. Экономика брендов как глобальное явление // Капитал страны- 2015- №8.

4. ЛеПла Ф. Дж. Интегрированный брендинг: Пер. с англ. / Ф. Дж. ЛеПла, Л. М. Паркер // Под ред. С. Г. Божук // СПб.: ИД «Нева»; М.: «Олма-Пресс Инвест». –2013.–318 с.
5. Старов С.А. Бренд, понятие, сущность, эволюция // Вестн. С.-Петерб. ун-та. Серия 8. Менеджмент. 2013. Вып.2. С.3-39.
6. Корзун А.В. Эволюция бренда // Бренд-менеджмент. 2016 № 1 (38). С.2-9.
7. Любимые бренды россиян [Электронный ресурс] http://www.top20brands.ru/ru/the_study/

Селиванова Е.А.

Научн. рук.: канд. пед. наук, доц. Ляшко В.Г.
Тульский филиал Финуниверситета

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ В ОРГАНИЗАЦИЯХ

Концепция человеческого капитала имеет многоплановый характер и подразумевает некие ценности накопленные в самом человеке, которые способны приносить ему доход в будущем. Накопление человеческого капитала связано с вложениями индивида в собственные: здоровье, образование и профессиональную подготовку. Фактически, эти накопления – определенное богатство, неотделимое от самого человека и возрастающее в течение всей его жизни [1, с.93].

Можно выделить ряд проблем в исследовании человеческого капитала в России:

- неполным является определение сущности и структуре человеческого капитала как экономической категории;
- нет четкости в представлениях об источниках формирования человеческого капитала, в том числе о том, являются свойства человека создавать такой капитал врожденными или же только приобретенными;
- дискуссионным является вопрос о собственности на человеческий капитал;
- нет единства ученых в отношении измерения и оценки человеческого капитала на любом уровне его функционирования [3, с.88].

Начиная с классической политической экономии, исследователи человеческого капитала, не могли не признать, что знания, умения и опыт являются, с одной стороны, неотъемлемой частью человека, а с другой - самовозрастающей стоимостью, способной приносить ее носителю дивиденды.

В трактовке Г. Беккера человек представляется как некий капиталный актив, вложение денег в который обеспечивает в будущем определенный поток доходов. И. Фишер рассматривает капитал как «полезный предназначенный материальный объект», Т. Шульц - как приобретенные полезные способности всех граждан какой-либо страны. Среди современных отечественных исследователей проблем человеческого капитала можно отметить: И. М. Плячкайтене, А. Н. Добрынина, Р. И. Капелюшников и С. А. Дятлова и других [2, с.117].

Так, Р. И. Капелюшников под человеческим капиталом понимает «воплощенный в человеке запас способностей, знаний, навыков и мотиваций. Его формирование, подобно накоплению физического или финансового капитала, требует отвлечения средств от текущего потребления ради получения дополнительных доходов в будущем. Ученые не пришли к единому мнению относительно того, являются ли врожденные способности человека частью человеческого капитала или нет. Остался открытым вопрос о составе накапливаемого в человеке богатства. Несмотря на многочисленные исследования человеческого капитала, экономисты иногда рассматривают его достаточно узко («запас здоровья и профессиональных навыков»), а иногда очень широко и неконкретно (мотивация деятельности) [5, с.116].

Вложения в человеческий капитал делают самые различные субъекты экономики: в этом принимают участие и государство, и предприятия. Содержание человеческого капитала нельзя ограничить только уровнем профессиональной подготовки, здоровья и образования. Поскольку человеческий капитал неотделим от своего носителя - человека, то весь процесс социализации личности влияет на его развитие. Если понимать под социализацией передачу формирующейся личности ценностей, созданных до нее человечеством, то человеческий капитал содержит в себе тот объем присвоения материальных и нематериальных благ, на который способен человек.

Таким образом, способности человека можно рассматривать как возможность усвоения, принятия в свою сущность общечеловеческих и узкопрофессиональных ценностей. Эту мысль пытались развить многие исследователи, однако узкое понимание материальных аспектов предмета экономической теории не позволило им трактовать человеческий капитал с этой точки зрения [4, с.90].

Для оценки эффективности инвестиций в человеческий капитал на предприятиях Тулы мы использовали систему показателей уровня развития человеческого капитала. В процессе управленческого консультирования ряда тульских предприятий была создана модель оценки эффективности инвестиций в человеческий капитал с использованием системы показателей уровня развития человеческого капитала (табл. 1).

Показатели оценки развития человеческого капитала для предприятий Тулы [6, с.102]

| Показатели развития человеческого капитала | Обозначение показателя | Значение показателя при высоком уровне развития, % | Уровни показателей развития | | |
|--|------------------------|--|-----------------------------|---------|--------|
| | | | высокий | средний | низкий |
| Доля новой продукции в общем объеме продаж | К 1 | 85 | 1 | 0,55 | 0,2 |
| Численность сотрудников с высшим профессиональным образованием | К 2 | 55 | 1 | 0,7 | 0,4 |
| Внедрение инноваций | К 3 | 85 | 1 | 0,75 | 0,3 |
| Число работников, повышающих квалификацию | К 4 | 100 | 1 | 0,6 | 0,3 |
| Текучность кадров на предприятии | К 5 | 15 | 1 | 0,6 | 0,2 |
| Лояльность персонала | К 6 | 85 | 1 | 0,75 | 0,3 |
| Объем продаж в расчете на одного работника | К 7 | 75 | 1 | 0,75 | 0,2 |
| Доходность от продаж в расчете на одного клиента | К 8 | 60 | 1 | 0,55 | 0,3 |
| Количество работников-мигрантов | К 9 | 100 | 1 | 0,60 | 0,1 |

В табл. 2 мы обобщили эти показатели для использования их в процессе исследования уровня развития человеческого капитала на нескольких условных предприятиях Тулы.

Дифференциация предприятий по уровню развития человеческого капитала [6, с.103]

| Коэффициент развития человеческого капитала предприятия | АО "ТОЗ" | АО "Тулажелдормаш" | ООО "Инмарко" | АО "ТПЗ" | ООО "Стройкомплект" |
|---|----------|--------------------|---------------|----------|---------------------|
| К 1 | 0,55 | 0,75 | 0,55 | 0,55 | 0,55 |
| К 2 | 0,65 | 0,65 | 0,65 | 0,55 | 0,65 |
| К 3 | 0,75 | 0,65 | 0,55 | 0,55 | |
| К 4 | 1 | 0,58 | 0,65 | 0,75 | |
| К 5 | 0,65 | 0,65 | 0,55 | 0,55 | |
| К 6 | 0,86 | 0,85 | 0,85 | 0,85 | |
| К 7 | 0,85 | 0,75 | 0,85 | 0,75 | |
| К 8 | 0,75 | 0,75 | 0,55 | 0,55 | 0,55 |
| К 9 | 0 | 0 | 0 | 0,2 | 0,2 |

Данные таблицы 2 показывают, что уровень развития человеческого капитала на пяти предприятиях - выше среднего. Наиболее высокий уровень - на АО "Тульский оружейный завод" и АО "Тулажелдормаш". Это объясняется политикой управления персоналом на этих предприятиях, которая предусматривает повышение квалификации и поощрение разумной инициативы работников. На ООО "Инмарко", АО "ТПЗ" и ООО "Стройкомплект" развитие человеческого капитала находится на среднем уровне, что объясняется их крупными размерами и длинной управленческой цепочкой [6, с.104].

Список литературы

1. Борисов Е.Ф. Теория организации: Учебник. – 3-е изд. перераб. и доп. – М.: Юрийт-Издат, 2016.- 399 с.
2. Морозова Т.Г., Пикулькин А.В. Теория организации. - М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 2014. - 303с.
3. Стиглиц Дж. Ю. Теория организации. - М.: Инфра-М, пер. с английского, 2015. - 718с.
4. Тимофеев Л.М. Теория организации. – Вильнюс: VIMO, 2015. - 271с.

5. Учебник по основам экономической теории. / Под ред. В.Д. Камаева. - М.: Владос: Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2015.-290 с.

6. Экономика и бизнес (теория и практика предпринимательства). / Под ред. В.Д. Камаева. – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э.Баумана, 2016.-210 с.

Сынчикова Д.С.

Научн. рук.: канд. пед. наук, доц. Ляшко В.Г.

Тулский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМА БЕЗРАБОТИЦЫ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

Безработица среди молодежи является одной из важных социально-экономических проблем для современного общества. Из-за безработицы происходит снижение национального дохода государства. Также бюджет страны несёт значительные расходы на выплату пособий по безработице, переквалификацию безработных. Для того, чтобы удовлетворить различные потребности, человек должен предлагать свои услуги, то есть особый вид товара - рабочую силу, и получать за это вознаграждение, следовательно, заработную плату. При неиспользовании ресурсов рабочей силы экономическое развитие не осуществляется в полной мере. Каждый человек стремится "продать" свой труд как можно выгоднее, для того, чтобы удовлетворить свои личные потребности. человек не думает о пользе обществу, а исходит лишь из своих мотивов, нопоступая эгоистически, он приносит пользу обществу. Отсутствие работы, ее дефицит приводит молодых людей к деградации, появляются проблемы в развитии человека, резко растет число разводов, уменьшается рождаемость, возрастает количество правонарушений, становятся распространенными наркомания, пьянство, детская беспризорность.

Сегодня работа для студента является получением профессионального опыта, новых знаний, которые ускоряют процесс их профессионального становления и, следовательно, их следующего трудоустройства; приобщение с условиями работы в разных организациях, что помогает студентам формироваться как работникам, выбирать место постоянной работы после окончания учебы, заинтересовать собой работодателя. Для значительной части студентов работа — это возможность для самостоятельного зарабатывания денег. [4, С.135]

Безработица в настоящее время является актуальной проблемой для молодого населения страны. Молодые люди составляют 1/3 трудоспособного населения, но являясь наиболее приспособленными к обучению, обладающие энергией, убежденными в собственных способностях и уверенными в своём будущем при сравнении с другими категориями населения, они в особенности уязвимы пред лицом жизненных трудностей, а также они ощущают огромные проблемы при поиске работы и устройстве на работу. [1, С.45]

Рынок труда - является одним из важных элементов экономики. Экономическое положение страны сильно зависит от его функционирования.

По данным статистики, молодые люди являются наиболее многочисленной категории безработных. А также, около 50 % работающих молодых людей составляют категорию с невысоким статусом, т. е. работают не по своей квалификации.

По данным ГСЗН, продолжительность безработицы молодых россиян растет: поиски работы занимают в среднем до восьми-девяти месяцев. Как считают специалисты, незанятость молодежи, которая длится более полугода, ведет не только к утрате профессиональных навыков и деградации, но и к появлению неуверенности в себе. Складывается общая картина молодежной безработицы, которая осложняется наличием скрытой, не учитываемой безработицы, которая, по оценкам экспертов, превышает официальную в 5-7 раз. [5]

Специалисты считают, что молодежь обращается за помощью в центры занятости только в редких случаях. Чаще всего молодые люди прибегают к самостоятельному поиску работы (помощь знакомых, СМИ, обращения в кадровые агентства).

В настоящее время основное противоречие, которое является характерным для современного молодежного рынка труда, - это увеличивающийся разрыв между трудовыми притязаниями молодых людей и возможностями для их удовлетворения. По результатам изучений факторами довольно высокой безработицы посреди молодых людей считаются [3]:

- отсутствие рабочей системы распределения выпускников высших учебных учреждений на рабочие места в соответствии с приобретенной квалификацией;
- несоответствие между тем, какие квалификации на определенный момент востребованы на рынке труда, и тем, профессионалов каких квалификаций готовят институты;
- низкая конкурентоспособность среди молодежи, которая объясняется высокими расходами на их приспособление к окружающей среде и рисками работодателей при их найме;
- уклонение о принятия на работу юных работников без опыта;
- уровень мотивации молодых людей к работе;
- низкая зарплата;

Исходя из всего вышесказанного, нужно сказать, что является полезной разработка мер, которые нацелены на создание благоприятных условий для самоопределения юного человека при выборе подходящей профессиональной отрасли, которая отвечает его квалификации.

Важна роль кадровых агентств в событиях, которые проводятся Центрами занятости: ярмарках вакансий, ежемесячных собраний в Центре занятости с работниками кадровых служб, взаимных посещениях с целью решения определенных задач по устройству на работу молодежи. Для более действенного содействия занятости молодых людей нужно увеличить взаимодействие между учебными учреждениями, центром занятости, кадровыми службами и фирмами. Такая общая служба станет взаимовыгодна как для учебных учреждений (устройство на работу выпускников); кадровых агентств (познание единой обстановки в городке, отбор персонала, обращение с сотрудниками сообразно интересующей дилемме); так и для Центра занятости народонаселение (уведомление о заключенных уговорах на стажировку выпускников с указанием компаний и квалификаций сообразно сделанным трудящимся местам и, как последствие, устройство на работу жителей населенного пункта).

Согласно статистике, порядка 20 % безработной молодежи владеет неповторимыми способностями для открытия личного дела, однако, в силу конкретных событий, лишь 5 % находят решение на это. Для решения предоставленной трудности нужно утвердить программы помощи молодежного предпринимательства [3].

Сложно вовлекать молодежь во временную занятость и общественную работу в силу очевидной непрестижности тех видов деятельности, которые входят в составы общественных работ и мероприятий временной занятости.

Поэтому особо важно учитывать специфики молодежи и применять в этой работе такие подходы:

1. Реализовывать предоставления услуг по трудоустройству в таких формах, чтобы молодые граждане не отказывались от их получения по соображению непрестижности в молодежной среде.

2. Обеспечивать наличия гражданско-патриотических составляющих общественных работ и временной занятости молодых людей с целью восприятия их как участия в решениях государственных задач, удачный старт карьеры, а не проявление безысходности.

3. Государство должно создавать молодежи атмосферу стабильности и защищенности.

4. Пересматривать и дорабатывать законодательную базу.

5. Корректировать политику трудоустройства молодежи.

6. Перестроить образовательную деятельность Высших и Средних учебных заведений, сократив программы, которые являются не востребованными, и расширить спектр профессий, которые востребованы в современных условиях.

7. Так же в образовании увеличить практическую часть, возможно, с накоплением профессионального опыта, введя стажировки, большее количество часов практик.

8. Создавать рабочие места для молодых специалистов.

Рассматривая проблему молодежной безработицы, можно сделать вывод, что главным путем преодоления общественной напряженности на рынке труда среди молодых людей является создание нормативно-законной и финансовой базы единой комплексной системы общественно-профессиональной ориентации и привыкание молодых людей, как совместной части политики становления людских ресурсов, в которых принимали бы участие все заинтересованные стороны. На российском рынке труда важно найти активный тип воздействия на уровень занятости молодежи, заключающийся в создании новых рабочих мест.

Следовательно, несмотря на кризисные явления в экономике России и безработицу как спутник рыночной экономики государство является необходимым т.к. в его руках сосредоточена трудовая обеспеченность населения страны.

Список литературы

1. Багаев В. Занятость молодежи - задача государственная //Человек и труд. -2013. - №12. с.45-46.
2. Чернышева Н.И. Проблема трудоустройства выпускников учеб-ных заведений и поиск путей ее решения //Наука и экономика: научно--информационный журнал. - №1(5). - январь 2014. - Иваново: ООО «Науч-ная мысль», 2014. - С. 62-63
3. Распоряжение Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. N 1662-р «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года» (с изменениями и дополнениями) [электронный ресурс] - http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/
- 4.Рофе А.И., Збышко Б.Г., Ишин В.В. Рынок труда, занятость населения, экономика ресурсов для труда: Учеб. пособие / Под ред. А.И. Рофе. - М.: Издательство "МИК", 1997.
5. Государственная служба занятости [электронный ресурс] -<https://trudvsem.ru>

Сынчикова Д.С.

Научн. рук.: преп. Гуляева О.А.
Тульский филиал Финуниверситета

МИКРОФИНАНСОВЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЕ ПОЛНОМОЧИЯМИ В НИХ

Сегодня без сомнения есть множество способов получения денег в кредит, а также вкладов под процент, наиболее известными в этой области являются ломбарды и кредитные организации. На данный

момент большой популярностью пользуются микрофинансовые организации. Микрофинансовой организацией называется небанковская организация, которая выдает кредиты физическим и юридическим лицам. МФО является юридическим лицом, которое зарегистрировано в форме фонда, автономной некоммерческой организации, учреждения (за исключением бюджетного учреждения), некоммерческого партнерства, хозяйственного общества или товарищества, осуществляющее микрофинансовую деятельность и внесенное в государственный реестр микрофинансовых организаций в порядке, предусмотренном настоящим Федеральным законом [1].

Банк является финансовой организацией, накапливающей и хранящей временно свободные деньги, проводящий расчетно-денежные операции, контролирующий движение денег, предоставляющий их временное пользование в виде кредитов, выпускающий в обращение деньги и ценные бумаги. В соответствии с банковским законодательством банк - это такая кредитная организация, которая выполняет депозитные, расчетные и кредитные операции [3, 198 с.].

МФО организация наиболее привлекательная по вложению денежных средств для потенциального клиента по сравнению с банками. Т.к. процент по вкладу денежных средств является выше, чем в банках. Из этого следует, что клиенты обращаются в МФО для получения наибольшей прибыли. Но у МФО есть и отрицательные стороны. В этой сфере высок риск мошенничества. Собрав в маленький срок денежные средства, они пропадают или становятся банкротами. Это связано с тем, что со временем МФО не могут отдавать долги, поэтому отказывают клиентам в досрочном погашении займа.

Микрокредит - это краткосрочная выдача денежных средств заемщику, которая осуществляется юридическим лицом. Особенностью такого вида кредита являются минимальные требования к заемщику, быстрота рассмотрения заявки на получение ссуды и практически нулевой процент отказов. Из документов необходим только паспорт и ИНН. Сумма микрозайма обычно находится в пределах 20-30 тысяч рублей, но она может быть увеличена до 50 тысяч. Более крупные суммы уже не относятся к микрозаймам, и для их получения в МФО требуется залог.

В МФО организациях существует много схем мошенничества. Например, сотрудники могут оформлять займы неплатежеспособным клиентам за «откат». Также наиболее распространенным и популярным видом мошенничества является оформление займов на недействительные и краденые паспорта. Наиболее показательным случаем в этом примере является приговор, вынесенный пятерым сотрудникам компании «Домашние деньги». В составе организованной преступной группы они похитили у известной МФО порядка 12 миллионов рублей. Все займы оформлялись на недействительные паспорта, после чего происходило обналичивание денежных средств. Руководил группой региональный менеджер города Кирова. Все пять человек получили от 2 до 5 лет тюремного заключения. Так же вариантом мошенничества являются «мнимые отказы» при оформлении займов. Сотрудник говорит клиенту, что его заявка не рассматривается. Сотрудник МФО использует паспортные данные клиента для составления фиктивного договора на кредит. Деньги мошенник оставляет себе, а должником становится клиент.

Процентные ставки микрозаймов начисляются в коротких промежутках времени. В разных МФО процентная ставка за день может различаться от 1 до 2%, что составляет 365-730% годовых, а в некоторых фирмах даже достигать 1000%.

По данным Национального бюро кредитных историй, с начала 2016 года в России зафиксировано 124,3 тысячи кредитов с признаками мошенничества, эти данные превысили предыдущие года (рис. 1).



Рис. 1. Динамика выдачи кредитов с признаками мошенничества [6]

В случае, когда возникает ситуация мошенничества клиенту следует:

- Постараться извлечь денежные средства до момента закрытия организации и признания банкротом.

- При факте мошенничества или пропажи денег необходимо незамедлительно написать заявление в полицию.
- Если наступил срок выплаты, а начисление денежных средств не произошло, то стоит подать жалобу начальнику данной организации. Если происходит игнорирование, стоит идти в суд.
- обратиться с жалобой в Центральный Банк и антимонопольную службу.

Если же клиент решает взять кредит или вложить денежные средства, то ему следует учесть некоторые особенности МФО, хорошо ознакомиться с компанией, прочесть отзывы потенциальных клиентов перед тем как заключить договор с организацией.

Представленные ниже рекомендации помогут обезопасить клиента от потери денежных средств:

1. Следует внимательно читать договор перед подписанием, а также не игнорировать написанное мелким шрифтом.

2. При необходимости проконсультироваться с юристом.

Ниже указаны пять видов МФО, которые действуют на территории РФ на сегодняшний день. Данным организациям доверяют клиенты, а также они находятся в рейтинге лучших организаций. Эти организации зарекомендовали себя как лучшие. Это проявляется в хорошей статистике данных, отсутствия мошенничества, отзывах клиентов.

Таблица 1. Рейтинг микрофинансовых организаций Российской Федерации [4].

| Наименование | Сумма займа | Срок займа | Проценты/ день | Возраст заемщика |
|--------------|------------------|------------|----------------|------------------|
| Кредито 24 | до 30 тыс. руб. | 7-30 дней | от 1,9 % | от 18 |
| Займер | до 30 тыс. руб. | 7-30 дней | от 0,63% | от 18 |
| Манимен | до 30 тыс. руб. | 7-30 дней | от 0,76 % | от 18 |
| СМСфинанс | до 30 тыс. руб. | 1-90 дней | от 1,6 % | от 18 |
| МигКредит | до 100 тыс. руб. | 3-336 дней | от 0,48 % | от 21 |

Таблица 2. Динамика среднего размера микрозайма («займа до зарплаты») в 2016-2017гг.

| Возраст заемщиков | Средний размер микрозайма, в руб. | | Динамика, в % |
|-------------------|-----------------------------------|----------------|---------------|
| | 2 квартал 2016 | 2 квартал 2017 | |
| до 25 лет | 7 267 | 7 812 | 7,5% |
| от 25 до 29 лет | 8 765 | 9 777 | 11,5% |
| от 30 до 39 лет | 10 298 | 10 897 | 5,8% |
| от 40 до 49 лет | 10 828 | 11 592 | 7,1% |
| от 50 до 59 лет | 9 581 | 10 458 | 9,1% |
| от 60 до 65 лет | 8 286 | 8 934 | 7,8% |
| старше 65 лет | 7 812 | 8 481 | 8,6% |

Исходя из статистических данных, можем сказать, что средний размер займа не превышает 11 тысяч рублей. наименьший средний размер выданного займа у людей в возрасте моложе 25 лет – 7,8 тыс. руб. Наибольшие суммы «до зарплаты» берут заемщики в возрастном диапазоне от 40 до 49 лет – 11,6 тыс. Руб. [6]

Положительные стороны у микрофинансовых организаций присутствуют.

• Например, при появлении новой организации, то для привлечения новых клиентов она старается установить процентную ставку близкую к нулю. А также следует обратить внимание на тот факт, что снижаются доходы населения, с этим и связано обращение клиентов в микрофинансовые организации;

- отсутствует необходимость сбора многочисленных документов;
- быстрая скорость оформления заявки;
- доступный микрозайм различным слоям населения; возможность перечисления средств на карту или счёт любого банка РФ;
- быстрый ответ рассмотрения заявки;
- наличие кредита в другой организации не является отказом для выдачи займа.

В заключении стоит отметить, что в настоящее время Центральным Банком ведутся активные меры по борьбе с мошенничеством в микрофинансовых организациях. Микрофинансовые организации обязаны отчитываться в Банк России и предоставлять отчетность только в электронном виде, но эти факторы не исключают злоупотребления полномочиями сотрудников МФО, поэтому стоит всегда относиться с повышенной внимательностью при получении займа и передачи своих личных данных.

Список литературы

1. Федеральный закон от 02.07.2010 N 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» (ред. от 01.05.2017).
2. Коробова Г.Г. Банковское дело: Учебник. / Под ред. Г.Г. Коробова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр, 2016. - 590 с.
3. Склярова Ю.М. Деньги. Кредит. Банки. - Ст: СтГАУ «АГРУС», 2013. – 198 с.
4. Информационный портал "Рейтинг МФО России 2017" [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://credits-on-line.ru/rating-mfo/> (дата обращения: 16.10.2017)

5. Методическое пособие «Организация деятельности микрофинансовых организаций» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://uchebnik.online/management-finansovyy/metodicheskoe-posobie-organizatsiya.html> (дата обращения: 16.10.2017)

6. Бюро кредитных историй. [Электронный ресурс]. - Режим доступа <https://www.nbki.ru>

Сюсина К.М

Научн. рук.: канд. техн. наук., доц. Городничев С.В
Тульский филиал Финуниверситета

БЫСТРОРАСТУЩИЕ ФИРМЫ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

1. Формулировка проблемы

На протяжении нескольких десятилетий средний бизнес в Российской Федерации рассматривался в качестве второстепенного игрока на рынке: фокус внимания правительства смещался от крупных государственных компаний как возможных «локомотивов» экономики к поддержке малого частного предпринимательства. На пересмотр отношения к среднему бизнесу значительно повлиял положительным мировой опыт в построение программ государственной поддержки быстрорастущих компаний (БРК) [1, с.93].

Одним из ярких примеров удачно реализованной государственной поддержки БРК выступает Дания с программой «GrowthHouses», которая предоставляет 220 видов и инструментов государственных услуг, которыми могут воспользоваться компании участники программы. В Нидерландах действует долгосрочная программа «GrowthAccelerator», запущенная в 2009 году. Данный проект направлен на поддержку местных компаний, оборот которых составляет не менее 10 млн евро, при этом за участие в программе участники оплачивают порядка 75 тысяч евро за обучение в рамках данной программы [3, с.113].

2. Доказательства существования проблемы

В России активный интерес к быстрорастущим компаний начался сравнительно недавно и в данный момент характеризуется несколькими государственными и частными проектами, такими как рейтинги БРК, программа медиахолдинга Эксперт «Конгресс газелей» и государственным проектом «Поддержка частных высокотехнологических компаний-лидеров» («Национальные чемпионы»). Среди основных преград на пути роста отечественных компаний выделяют следующие факторы, приведенные на рисунке 1. В России активный интерес к быстрорастущим компаний начался сравнительно недавно и в данный момент характеризуется несколькими государственными и частными проектами, такими как рейтинги БРК, программа медиахолдинга Эксперт «Конгресс газелей» и государственным проектом «Поддержка частных высокотехнологических компаний-лидеров» («Национальные чемпионы»). Среди основных преград на пути роста отечественных компаний выделяют следующие факторы, приведенные на рисунке 1.



Рисунок 1. Факторы, препятствующие росту компаний [2, с.45].

Более того, по результатам опроса, приведенном в докладе «От «ТехУспеха» к национальным чемпионам» представители БРК выделили ряд мер государственной поддержки, которые наиболее необходимы им для дальнейшего роста и развития:

финансирование НИОКР из средств государственного бюджета;

- субсидирование части затрат на НИОКР;
- ограничение доступа зарубежных конкурентов на российский рынок, в том числе
- получение проектного заемного финансирования в Фонде развития промышленности;

административная поддержка при решении вопросов в органах власти [2, с.116].

В рамках проекта «Национальные чемпионы» предполагается выделение на основе рейтинга «ТехУспех» за период с 2017 по 2019 год выделение 30 наиболее успешных компаний и оказание господдержки данным компаниям для их экспансии и развития экспортного потенциала с целью формирования транснациональных компаний российского базирования. Данный проект основан на лучших мировых практиках и основан на активном сотрудничестве быстроразвивающихся компаний с федеральными и

местными органами исполнительной власти, кластерами и отраслевыми бизнес-ассоциациями. Проект «Национальные чемпионы» включает в себя разработку форм поддержки отобранных компаний участников, помощь в преодолении административных барьеров, консультационная помощь в проработке стратегий, бизнес-планов и получении инвестиций, помощь в реализации внешнеэкономических проектов. Проект рассчитан на период с 2016 по 2020 года и предполагает к концу реализации достижения ряда ключевых показателей, приведенных в таблице 1 [6, с.115].

Таблица 1- Ключевые показатели проекта «Национальные чемпионы» (составлено авторами справки по приоритетному проекту «Поддержка частных высокотехнологических компаний-лидеров» («Национальные чемпионы»))

| Показатель | Значение | Количество компаний-участников проекта |
|---|---------------------------------|--|
| Рост объема высокотехнологичного экспорта | В 4 раза | Не менее 15 |
| Объем продаж | Не менее 1 млрд долларов в год | Не менее 2 компаний проекта |
| | Не менее 500 млн долларов в год | Не менее 10 компаний проекта |

Для участия в программе на основе анализа мирового и российского опыта в области методических подходов отнесения компаний к быстрорастущим выбраны общие и специфические критерии, приведенные в таблице 2.

Таблица 2- Требования к быстрорастущим компаниям [5, с.99]

| Показатель: КРІ БРК | Значение |
|---|--------------------------------|
| Выручка | От 100 млн. до 10 млрд. рублей |
| Среднегодовой темп роста выручки за 3-5 лет | МБ - 20%, СБ - 15%, КБ - 10% |
| Форма собственности | частная |
| Доля затрат на НИОКР, технологические инновации | не менее 5% |
| Возраст предприятий | минимум 3 года |

Стратегическая цель проекта «Поддержка частных быстрорастущих компаний - лидеров роста» - к 2030 году обеспечить опережающий рост частных быстрорастущих компаний (БРК) для формирования на их базе компаний федерального значения, обеспечивающих до 50% от ежегодных темпов прироста ВРП. К 2025 году в экономике региона должно быть не менее 10 БРК с совокупной выручкой не менее 600 млрд. Рублей [4, с.88].

3. Пути решения проблемы

Для достижения стратегической цели проекта предусмотрено последовательное решение ряда задач:

1. Создание реестра быстрорастущих компаний (БРК) на основании критериев отнесения компаний к быстрорастущим с учетом российской и зарубежной специфики путем статистического обследования предприятий и с учетом заявительного порядка формирования реестра.

2. Формирование пакета финансовых и нефинансовых услуг для БРК, оптимизация существующих портфелей финансовых инструментов бизнеса в рамках отраслевых государственных программ. В рамках данной задачи предусмотрено осуществление в режиме консердж-сервиса быстрого и «легкого» доступа к таким инструментам, как проектное финансирование, финансирование лизинговых сделок, гарантирование кредитов, экспортное страхование, консалтинг и т.п., как на уровне субъекта, так и на федеральном уровне, а также формирование видов льгот для поддержки инвестиционных проектов БРК.

3. Оказания содействия в разработке и сопровождении стратегий развития БРК с учетом поддержки государства.

4. Предоставление БРК пакетов сервисных услуг в рамках госпрограммы поддержки [5, с.114].

Таким образом, с учетом современного состояния развития экономики и реализации программ федерального значения, государственная поддержка развития быстрорастущих компаний на региональном уровне является обязательной частью программ стратегического развития и должна учитывать зарубежный и отечественный опыт поддержки БРК для формирования стартовой площадки сообщества высокоэффективных компаний, создающих благоприятные условия для долговременного устойчивого роста и вносящих весомый вклад как в развитие отдельно взятого региона, так и отечественной экономики в целом.

Список литературы

1. Борисов Е.Ф. Теория организации и организационное поведение: Учебник. – 3-е изд. перераб. и доп. – М.: Юрифт-Издат, 2016.- 399 с.
2. Морозова Т.Г., Пикулькин А.В. Теория организации и организационное поведение. - М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 2014. - 303с.
3. Стиглиц Дж. Ю. Теория организации и организационное поведение. - М.: Инфра-М, пер. с английского, 2015. - 718с.
4. Тимофеев Л.М. Теория организации и организационное поведение. – Вильнюс: VIMO, 2015. - 271с.
5. Учебник по основам экономической теории. / Под ред. В.Д. Камаева. - М.: Владос: Изд-во МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2016.-290 с.

Татарина А.А.
Научн. рук.: ст.преп. Зотова О.И.
Тулский филиал Финуниверситета

МОТИВАЦИЯ МОЛОДОГО РАБОТНИКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В условиях рыночной экономики, перед организациями встаёт необходимость работать по-новому, считаясь с законами и требованиями рынка, овладевая новым типом экономического поведения, приспособлявая все стороны производственной деятельности к меняющейся ситуации. В связи с этим возрастает вклад каждого работника в конечные результаты деятельности предприятия. Одна из главных задач для предприятий различных форм собственности - поиск эффективных способов управления трудом, обеспечивающих активизации человеческого фактора. Решающее значение в трудовой деятельности играет мотивация.

Проблема трудовой мотивации всегда является актуальной. Но в настоящее время следует выделить тот факт, что наиболее значимую проблему представляет мотивация молодых работников. Молодыми работниками являются недавние выпускники учебных заведений, которые стремятся найти работу, которая могла бы удовлетворить их существующие потребности. Не имея должного опыта работы им присуще большое желание работать, стремление к карьерному росту, потребность самореализации. К сожалению, работодатели не всегда могут правильно и рационально организовать работу для молодых специалистов. При этом важно отметить, что динамичность и желание модернизации у молодых работников начальство стремится почему то сократить. Заикливаясь на старых методах работы, работодатели пытаются избегать каких то нововведений, новых подходов к работе. Но следует подчеркнуть, что возможен и другой вариант: работодатель стремится найти инициативных и неординарных сотрудников, но со стороны молодых работников отсутствуют желаемые качества.

Любое предприятие, состоящее из совокупности взаимосвязанных всех структурных элементов, предполагает наличие управленческой составляющей, как основы регулирования, координирования и осуществления необходимых целей и задач. Управление в этом плане, понимается как умение направлять все усилия и способности сотрудников к достижению нужной для организации цели, а не конкретной цели сотрудника, но и так, чтобы они не чувствовали никакого при этом принуждения. Исходя из этого, стоит выделить важность и необходимость эффективного управления.

Трудовая мотивация – одна из главных функций управленческой деятельности. И одной из причин трудностей стимулирования молодых работников является именно неэффективная работа управляющего. Также важно и необходимо знание не только о механизмах построения правильной рабочей организации, но и не менее важными следует отметить знания социальной психологии и психологического воздействия на каждого отдельно взятого сотрудника, тем более, когда речь идет о молодых, неопытных сотрудниках.

Рассматривая современные теории мотивации, основанные на результатах психологических исследований, можно прийти к выводу, что истинные причины, побуждающие человека отдавать работе все силы, чрезвычайно сложны и многообразны. По мнению одних учёных, действие человека определяется его потребностями. Придерживающиеся другой позиции исходят из того, что поведение человека является также и функцией его восприятия и ожиданий.

Но в настоящее время данная проблема стимулирует создание новых подходов для ее решения. Необходимо полнее использовать личные цели участников трудового процесса и цели организации. При рассмотрении мотивации следует сосредоточиться на факторах, которые заставляют человека действовать и усиливают его действия. Основные из них: потребности, интересы, мотивы и стимулы

Также с помощью опроса можно выяснить, какой вид вознаграждения предпочтителен молодым работникам. [2, с.54] Но необходимо и понимать, что в случае с молодыми работниками, для работодателя будет нелогичным в интересах бюджета фирмы мотивировать подчиненных постоянными прибавками к зарплате или неограниченным карьерным ростом. Ведь изначально, при приеме на работу, оговариваются должностные обязанности, что необходимо выполнять работнику. И формировать трудовую мотивацию, исходя только из поощрения, будь то материальное или нематериальное, будет нерациональным.

К примеру, Р. Оуэн и А. Смит считали деньги единственным мотивирующим фактором: «Люди - чисто экономические существа, которые работают только для получения средств, необходимых для приобретения пищи, одежды, жилища и так далее»

Следующее направление улучшения мотивации - совершенствование организации труда - содержит постановку целей, расширения трудовых функций, обогащения труда, производственную ротацию, применение гибких графиков, улучшению условий труда. С установкой «реальные требования - реальные результаты», создается фиксированная гарантированная оплата труда и происходит оценка достижения результата. Таким образом, молодой работник может реально оценить будущее вознаграждение в соответствии с затраченными усилиями. Но крайне актуальным для молодых специалистов здесь будет насколько достаточны полномочия и

навыки для выполнения необходимой работы. Ведь именно это будет являться проекцией результата и оплаты труда.

Также одним из методов развития трудовой мотивации служит принудительная мотивация, которая основывается на использовании власти и угрозе в случае невыполнения работником соответствующих требований. Это может быть применение санкций - выговоры, штрафы, сокращение премиальных выплат и многие другие. Эта мотивация является очень негативной. Но именно посредством таких мер управляющий добивается порядка и организации труда на рабочем месте. Но и необходимо заметить, что такие меры следует рационально и предусмотрительно использовать.

Применять те или иные методы нужно в соотношении не только с психологической стороной работника, но и с особенностями трудовой деятельности. Для работников с творческим уклоном необходимо правильно и в нужной степени выработать мотивацию, а в случае с санкциями может произойти конфликт, который станет демотивирующим.

Возможным решением проблемы трудовой мотивации, прежде всего, следует отметить гласность и открытость вознаграждений за выполнение фиксированного объема работы и формирование специализированного подразделения, которое сможет обеспечить работников своевременной информацией и проконсультировать в случае возникшего недопонимания. В этом случае, увеличивается вероятность того, что при знании необходимых условий работы и возможности детально уточнить трудные вопросы, молодые сотрудники смогут более открыто вести диалог о дополнительных нормах работы. Особенным для молодых работников является тот факт, что уточнение каких - либо непонятных моментов у своего непосредственного начальника ассоциируется с представлением о себе как не очень хорошем работнике.

Невозможно не выделить ротацию кадров как эффективное средство для развития трудовой мотивации молодых работников. Именно прохождение должностей, не связанное с повышением или понижением молодых кадров, позволяет развивать кругозор сотрудников, устранить рутинность работы, обеспечивает возможность оценить ситуацию при смене мест и сформировать лучшее понимание разных подразделений, что очень важно для успешного выполнения работы. [1, с.210]

Важную роль при формировании трудовой мотивации играет кадровая служба. Именно в этом подразделении происходит набор и распределение сотрудников на должности. Кадровики подбирают кандидатов, которые действительно соответствуют заявленным характеристикам и готовы бороться за работу. Конкуренция за рабочее место выступает хорошим стимулом для продвижения молодого работника в своей деятельности.

Таким образом, руководителям необходимо изучать трудовую мотивацию молодых сотрудников, чтобы обеспечить организованную работу и достигнуть высоких результатов. Существует множество различных теорий, подходов к пониманию мотивации, что характеризует ее как многогранный и нетривиальный процесс, требующий сочетания знаний для успешной реализации на практике.

Проанализировав трудовую мотивацию молодых работников в современных условиях, можно сделать следующий вывод: реализация мотивационной деятельности и стимулирования труда работников всегда требует больших затрат, но, как показывает практика, результат чаще всего оправдывается. Если молодой специалист заинтересован работой, то он будет стремиться улучшать свои результаты, как качественно, так и количественно, что в свою очередь позитивно отразится на динамике роста конкурентоспособности и успешности предприятия.

И конечно, достижение этого может быть только тогда, когда результаты от работы сотрудника распространяется как для компании, так и для него в виде поощрений, премий, благодарностей. Для этого, приоритетной задачей становится изучение и понимание не просто трудовой мотивации, но и личных потребностей работников, которые ведут их к выполнению работы. Важным является и обеспечение таких условий, при которых молодой сотрудник будет иметь заинтересованность и возможность реализации трудовых задач.

Для менталитета России характерно стремление к коллективному труду, признанию и уважению коллег. Сегодня, когда из-за сложной экономической ситуации трудно платить высокую оплату труда, особое внимание следует уделять нематериальному стимулированию, создавая гибкую систему льгот для работников, гуманизируя труд, в том числе:

- признавать ценность работника для организации, предоставлять ему творческую свободу,
- применять программы обогащения труда и ротации кадров;
- использовать скользящий график, неполную рабочую неделю, возможность трудиться как на рабочем месте, так и дома;
- устанавливать работникам скидки на продукцию, выпускаемую компанией, в которой они работают;
- предоставлять средства для проведения отдыха и досуга, обеспечивать бесплатными путёвками, выдавать кредит на покупку жилья, садового участка, автомашин и так далее

При этом необходимо учитывать справедливость в вознаграждении и затраченных усилиях, чтобы избежать дисбаланса и конфликтогенности в коллективе.

Список литературы:

1. Шмаков А.Г., Топоркова А.В. Мотивация трудовой деятельности как фактор управляющего воздействия на результат труда персонала.//Вестник Челябинского государственного университета. 2013. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lib.csu.ru/vch/294/023.pdf>

2. Пригожина Т. Главное не контроль, а понимание персоналом задачи и мотивация.//Управление персоналом. 2015. №1. [Электронный ресурс]. URL:<http://www.top-personal.ru/issue.html?3808>

Терехова О.Е., Понамарёва К.В.
Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.
Тульский филиал Финуниверситета

РАЗВИТИЕ БАНКОВСКИХ КАРТ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Новые технологии и темпы развития нашего общества в рамках мирового сообщества побуждают к эффективной работе всю банковскую систему. Данная статья рассматривает стремительно развивающийся рынок банковских пластиковых карт, показывает степень интеграции банковской системы и общества, анализирует проблемы рынка, развитие инфраструктуры эквайринговой сети, стабильность работы технических средств и риски мошенничества, рассматривает положительную динамику развития посредством продвижения банками бонусных программ, перспективы потребительского кредитования, отмечает развитие Российской национальной платежной системы.

Банковская сфера России в современных экономических условиях является важной составляющей общенациональных интересов. В нашей стране сегодня большое количество коммерческих банков, предлагающих разнообразные услуги, вступающих в жёсткую конкуренцию и вынужденных искать и развивать наиболее доходные виды деятельности. Один из таких видов это [изготовление пластиковых карт](#), обслуживание и увеличение количества услуг, с ними связанных.

Можно с уверенностью сказать, что тенденция развития безналичных форм финансовых расчётов отчётливо наблюдается в последние десятилетия. И это неудивительно, поскольку такой способ платежей позволяет ускорять оборачиваемость средств и улучшать прозрачность расчётов. Отпадает необходимость в увеличении количества наличных денежных средств. Будучи одним из основных способов совершения безналичных расчётов, пластиковая банковская карта имеет вид пластмассовой, устойчивой к разного рода воздействиям, пластины с определённым набором технических возможностей и стандартными размерами (54x85x0,76 мм.). Отмечается, что мировой объём использования пластиковых карт достиг невероятных размеров. Например, в Европе доверие к такому виду финансовых расчётов очень велико и доля денежных операций при помощи пластиковых карт составляет около 90% от всего количества операций. В России этот уровень составляет всего 15% (2014 г.), однако он вырос на 3% буквально за четыре года.

Популяризация использования пластиковых карт происходит за счёт создания банками большого числа коммерческих предложений для людей из разных социальных слоёв и с разным уровнем дохода. Причём, чем выше статус пластиковой карты, тем больше возможностей она даёт владельцу.

Основная проблема недостаточного развития рынка пластиковых карт в нашей стране это людской менталитет. Наши соотечественники всё ещё больше доверяют наличным средствам. В большинстве своём они используют карты для снятия со счёта наличных денег. В процентном выражении по данным Росстата (2014 г.) всего лишь около 20% от общего объёма операций, связанных с платёжными картами, приходится на оплату товаров и услуг; оставшиеся 80% это снятие наличных.

Есть этому вполне разумное объяснение: более 80% выданных российскими банками карт это зарплатные проекты. Такие проекты считаются в нашей стране самым быстрым и эффективным способом распространения пластиковых карт. Для предприятия, организации или компании любого размера такой метод выплаты сотрудникам заработной платы самый выгодный и удобный. Благодаря переходу на использование зарплатных карт у компании отпадает необходимость оборудовать кассы и нанимать кассиров, заботиться об обналчивании, транспортировке и хранении крупных сумм денег.

Сотрудники тоже получают ряд преимуществ. Им не нужно стоять в очереди в кассу, везти в общественном транспорте крупные суммы. Появляется возможность совершать оплату покупок, работ и услуг через Интернет, из дома или с рабочего места. Сохраняется конфиденциальность.

Чтобы решить проблему недоверия россиян к платёжным картам, приучить их пользоваться картами по назначению, многие банки вводят программы лояльности или бонусные программы, в рамках которых клиенты получают скидки, бонусы, расширенные возможности при оплате покупок картами.

В целом, специалисты сходятся во мнении, что рынок пластиковых банковских карт будет в России развиваться и достаточно быстрыми темпами. Этому в немалой степени может поспособствовать и разрабатываемая в настоящее время отечественная платёжная система в качестве замены зарубежных MasterCard и VISA.

Перспективной развития банковских услуг с использованием банковских карт является рынок потребительского кредитования в России. Кредитная карта — следующая ступень развития потребительского кредита после экспресс-кредитования в таких областях, как торговля электроникой, бытовой техникой и спортивными товарами. Средний объём потребительского кредита составляет 15–20 тыс. руб. или 500–700 долл. Во всех цивилизованных странах, где хорошо развит карточный рынок, такие кредиты выдаются с помощью кредитных карт. В ближайшие 2–3 года ситуация кардинальным образом изменится, так как банки заинтересованы в доходности бизнеса, а прибыль лежит именно в развитии кредитных карт. Кредитные карты начнут постепенно вытеснять классическое потребительское кредитование, так как стоимость обслуживания

таких кредитов достаточно высока. Вопрос только в том, каких же карт будет больше, овердрафтных или револьверных. Тут различия идут по рискам. По мнению экономистов, револьверные карты будут популярны. Хотя однозначно предсказать невозможно. Это зависит от ситуации. Технически создать ту или иную карту достаточно просто. Все будет зависеть от того, что покажет статистика: на каких картах зарабатывается лучше, где риски меньше — тем путем и пойдет развитие. [5, с. 9]

Перспективы рынка карт в стране в целом эксперты справедливо связывают с доверием к банкам-эмитентам, с устойчивостью банковской системы в целом. В то же время, банкиров беспокоит слабая законодательная база, регулирующая отношения в сфере пластиковых карт как отечественных, так и международных. Это является одной из причин, согласно которой российские граждане предпочитают международные карты, эмитируемые зарубежными банками (доля таких карт по различным оценкам достигает не менее половины от общего количества карт, обращающихся на российском рынке).

Для того чтобы успешно конкурировать с международными платёжными системами на равных, россиянам необходимо объединяться. Идея, предусматривающая создание единой национальной платёжной системы, уже обсуждается более 10 лет. Её выгодность вполне очевидна, поскольку объединение должно повысить доходность пластикового бизнеса в России как за счет валового объёма комиссионных от резкого роста транзакций, так и за счёт отказа от их дележа с международными платёжными системами.

Для россиян владение карточкой, принадлежащей отечественной платёжной системе, обходится в среднем в два-три раза дешевле, чем международной. Банки же помимо вступительных взносов и ежегодных процентов, отчисляемых в пользу МПС, вынуждены держать депозиты на счетах в иностранных банках, тем самым отвлекая значительные средства из своего оборота (объем депозитов только по одной Visa оценивается в 150 млн долларов). В РСР требование к участникам значительно мягче. Стоимость организации выпуска МПС обходится банку как минимум в 50–100 тыс. долларов, а российской системы — от 30 тыс. долларов. [2, с.49]

В России в количественном выражении наиболее популярны карты категории Electron/Plus. Такую карту любой банк готов выдавать практически каждому обратившемуся. Риск по этой карте минимален, овердрафт практически невозможен. Если по категории Classic/Mass хотя бы минимальная проверка клиента необходима, то по Electron этого не надо делать. Карту Electron можно получить в момент обращения. Такие карты и в дальнейшем будут превалировать. Человек с невысоким доходом, зарплатник, как правило, пользуется картами категории Visa Electron и Cirrus/Maestro. Люди с более высокими доходами, работники крупных предприятий, менеджеры среднего звена, те, кто ездит за границу, пользуются картами категории Classic/Mass. С ними проще получить визу, арендовать машину, забронировать гостиницу и авиабилет.

Карточки являются гибким автоматизированным инструментом и поэтому способны существенно увеличить производительность труда банковских работников, обслуживающих население. Стимулом к использованию пластиковых карт в России будет сочетание нескольких условий: механизм расчетов по карте должен быть не менее удобен, чем с использованием наличных денежных средств, для этого необходимо улучшить качество связи терминала с банковским процессинговым центром, что повысит скорость расчетов. Пользование картами должно быть доступным, то есть минимальным по стоимости и выгодным клиенту. Немаловажным условием является увеличение количества POS-терминалов, которое откроет новые перспективы перед держателями карт и приведет к росту комиссионных доходов банков.

Вместе с тем полноценное использование безналичных расчетов в России невозможно реализовать только усилиями банковского сообщества. Для полноценного развития рынка пластиковых карт необходимы повышение реальных доходов населения на базе роста экономики, вывод ее значительной части из «тени». Поэтому для реализации этой задачи нужна единая сбалансированная политика как государства, так и банковского сектора.

Список литературы:

1. Воронин А. К. «Новые банковские продукты на основе карт» / Расчеты и операционная работа в КБ, № 3/2010.
2. Григорян С. А. Тенденции развития и регулирования российского рынка электронных банковских услуг // Деньги и кредит. — 2008. — № 10. — С.47–53.
3. «Курушина О. Пластиковым картам требуется информационная поддержка.// Город N. 2010. № 18.
4. Пластиковые карты. 2-е издание, переработанное и дополненное. Сост. А. А. Андреев. — М.: Концерн «Банковский Деловой Центр», 2003. — 312 с.: 20 с, (с. 24–25 170).
5. Чернов А. Кредиты упаковывают в пластик.// Город N. 2009. № 19.

Фокина В.

Научн. рук.: докт. экон. наук, доц. Поляков В.А.
Тульский филиал Финуниверситета

СТРАТЕГИЯ, ТАКТИКА И ПЛАНИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

С момента формирования и в процессе активного функционирования каждый современный товаропроизводитель, коммерческая фирма и промышленная компания поставлены перед строгой

необходимостью обеспечения постоянной конкурентоспособности. Такая конкурентоспособность любого современного хозяйствующего субъекта складывается из ряда некоторых преимуществ, которые обнаруживаются на рынке путем постоянного сопоставления с некоторыми соответствующими показателями компаний-конкурентов.

Рассматривая термин «конкурентоспособности» применительно к компании, можно определить его как текущую возможность хозяйственной эффективной деятельности и ее прибыльной практической деятельности в условиях современного конкурентного рынка. Данная деятельность обеспечивается полным комплексом всех имеющихся у компании средств.

Реализация и производство конкурентоспособных услуг и товаров— обобщающий показатель текущей жизнестойкости компании, ее умения эффективно применять трудовой, производственный и финансовый потенциалы.

Одним из методов повышения конкурентоспособности является разработка и реализация рекламной кампании.

Планирование рекламной кампании организации проводится с целью оптимизации затрат на продвижение и увеличения объемов реализуемой продукции. Для этого, прежде всего, нужно понимать, из каких частей состоит рекламная кампания. Ведь этот непростой процесс включает целый комплекс разнообразных мероприятий, каждое из которых является частью общей концепции. Для того чтобы учесть все самые незначительные детали, требуется тщательно проработанный план [1].

Для начала необходимо определить конкретную цель своих действий. Неважно, что это будет, информирование широкой аудитории о новом продукте или поддержка мероприятия, главное, чтобы цель была четко сформулирована. Планирование рекламной кампании призвано обеспечить ее успех и максимальное достижение поставленной задачи.

Стратегическое планирование рекламных кампаний включает множество составляющих. Среди них творческая стратегия, медиастратегия (предполагаемые способы привлечения внимания клиентов), стратегия проведения PR-мероприятий и многое другое. Все эти элементы должны дополнять и усиливать друг друга. Стратегическое бизнес-планирование подразумевает, что все применяемые способы продвижения будут согласованы по видам носителей, времени использования, а также со стороны бюджета. Благодаря хорошо проработанной стратегии он может быть использован наиболее эффективно [2].

Стратегия рекламной кампании крайне важный вопрос в планировании рекламы. Стратегией предусмотрено рациональное планирование продаж в той или иной сфере. Рекламные коммуникации очень активно развиваются, поэтому стратегическое планирование рекламной кампании – это 70% успеха любого дела в предпринимательстве. Необходимо учитывать такие факторы, как целевая аудитория, цели, поставленные перед рекламой, интересы потребителей, рекламный бюджет, технические возможности, результаты маркетинговых исследований, возможность двухсторонней связи с потребителями. Рекламная стратегия компании, должна получить правильную и объективную оценку до и после ее проведения. Главным оценочным фактором является рациональность расходов бюджета при достижении желаемого результата. Целью стратегии любого рекламного проекта является расширение аудитории клиентов, повышение интереса к рекламируемым продуктам или услугам, и как следствие – повышение уровня продаж [1]. Грамотно разработанная стратегия рекламной кампании дает неременный положительный результат. Нужно обязательно учитывать уровень конкуренции на рынке и понимать, что «чужие» рекламные кампании могут нанести существенный ущерб вашей собственной или же оставить ее незамеченной, как более слабый и неинтересный вариант.

Комплекс мероприятий по продвижению интересов фирмы должен иметь конкретную и оцениваемую цель. Это напрямую влияет на выбор используемых каналов воздействия, креативную стратегию компании, использование имеющегося бюджета и т. д. Их необходимо учесть, чтобы временные и денежные затраты принесли должный результат.

После определения цели необходимо проанализировать рынок. Соответственно, планирование рекламной кампании должно начинаться с анализа рынка, который, в свою очередь, включает следующие этапы:

1. Сегментирование рынка. Здесь присутствуют потребители с совершенно разными интересами и потребностями. В зависимости от этих критериев необходимо разбить их на целевые группы. Впоследствии планирование рекламной кампании будет ориентироваться на каждую из них в отдельности.

2. Оценка потенциала различных сегментов. Необходимо понять, работа с каким сектором будет наиболее выгодной для фирмы. Это зависит от многих факторов, например, от его размеров, платежеспособности, потенциальной прибыльности. Также влияет на планирование работы с сегментом и то, сколько конкурентов фирма может встретить и какие преимущества перед ними она имеет [3].

3. Анализ потребностей и поведения потребителей. Выделение целевых групп помогает разработать кампанию, которая будет наиболее эффективно влиять на каждую из них. Транслируемое сообщение должно убеждать конкретных потребителей в необходимости данного товара, его качестве и т. д. При этом обращение должно соответствовать интересам аудитории, распространяться в тех местах, где ее представители часто бывают или транслироваться в удобное для них время.

Далее необходимо сформировать рекламный бюджет. Планирование бюджета рекламной кампании – не менее важная составляющая, чем ее цель и идея. При планировании различных мероприятий и подготовке сообщений нужно учитывать финансовые возможности фирмы [4].

Планирование рекламной кампании предполагает стадию утверждения размера бюджета, который может быть использован на ее реализацию.

Планирование включает два основных решения:

- сумма, которая будет выделена на проведение кампании;
- цель, на которую эти средства будут потрачены.

На следующем этапе формируется рекламное обращение.

Планирование рекламной кампании должно включать разработку интересного и понятного аудитории сообщения [2].

Качество уведомления становится все более важным фактором, поскольку информационный рынок насыщен разнообразной рекламой, при этом печатная площадь и эфирное время достаточно дороги. У большинства людей есть возможность читать разнообразные газеты и журналы, смотреть телеканалы и т. д. Обилие рекламы во всех этих СМИ утомляет, и люди перестают обращать на нее внимание. Таким образом, при планировании кампаний по продвижению продукции необходимо обратить особое внимание на то, чтобы ваши сообщения выделялись на фоне остальных, имели интересную форму и были качественно исполнены.

При планировании рекламной кампании необходимо для начала определиться с тем, какой главный посыл будут содержать ваши сообщения. В основном производители стремятся донести информацию о преимуществах, которые имеет рекламируемый товар. При этом содержание рекламной кампании должно быть выражено простыми и понятными формулировками и делать акцент на особенностях продукта.

Разработка и планирование рекламной кампании включает выбор оптимальных каналов распространения сообщений, а также определение таких характеристик рекламы, как форма, время трансляции и периодичность.

При планировании рекламной кампании важно также понять, сколько печатного места или времени эфира вы собираетесь задействовать, а также когда именно сообщения должны появиться в СМИ.

Планирование рекламной кампании в конечном итоге должно привести к созданию плана и сметы, согласно которым она будет осуществляться. Предполагаемая сумма расходов сравнивается с бюджетом, который был выделен заказчиком рекламы [5].

Медиаплан представляет собой некое расписание, в котором прописывается появление в СМИ всех видов рекламы. Указывается время выхода информации, стоимость публикации, формат, продолжительность эфира, площадь размещения и т. д. Помимо этого, он включает необходимые данные о медиапредпочтениях постоянной аудитории: издания, которые могут ее заинтересовать, время просмотра телеканалов или прослушивания радио. Планирование должно быть максимально точным, чтобы полученную в результате схему рекламной кампании могло воплотить в жизнь любое другое агентство, поскольку в нем представлена вся необходимая информация.

Исследования в области рекламы необходимы потому, что этот вид деятельности всегда связан с определенным риском. При планировании рекламной кампании возникают вопросы относительно того, насколько правильно выделены целевые рынки и группы, верно ли истолкованы интересы ее представителей, соответствует ли аудитория выбранного СМИ целевой группе, сказывается ли реклама на объемах продаж и т. д. Исследования рекламы как раз и проводят для того, чтобы ответить на эти и многие другие вопросы и скорректировать рекламную стратегию компании [4].

Планирование рекламной кампании во многом зависит от подобных исследований, поскольку они помогают повысить результативность ее проведения, избежать возможных рисков и лучше применять финансы. Информация, полученная в результате исследования, помогает выполнять рекламные задачи быстрее и с меньшими затратами.

Можно выделить два вида эффективности рекламы: коммуникационную и конечную (связанную с уровнем продаж).

Объектом исследования чаще становится первый вид результативности, оценить который несколько проще, чем второй. Важно, что мониторинг коммуникационной эффективности проводится не только по итогам кампании, но и в период ее планирования.

Эксперты выделяют ряд причин, с которыми связано, насколько действенным окажется планирование рекламной кампании. Для их характеристики выделены четыре основных критерия, каждый из которых связан с каким-либо направлением исследования:

- узнаваемость рекламы;
- запоминаемость;
- степень побуждения к действию;
- изменение поведения потребителей [5].

Выделение именно этих критериев анализа того, насколько эффективно планирование рекламной кампании, является достаточно условным. Одна из причин – тесная связь между ними, например, между узнаваемостью и запоминаемостью. Поэтому при исследовании эффективности не всегда возможно четко оценить каждый из этих критериев в отдельности.

Важно также и то, что упомянутые выше показатели используются для промежуточной оценки действенности планирования, и зачастую могут расходиться с конечными результатами.

Между тем пренебрегать промежуточной оценкой не стоит, ведь она может своевременно обозначить меру результативности составленных сообщений и всей кампании в целом и дать представление об имеющихся перспективах воздействия на аудиторию.

Список литературы

1. Котлер, Ф. Маркетинг от А до Я. 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер./ Ф. Котлер. — М.: Альпина Паблишер. — 2016—211 с.
2. Макович Г. В. Проектирование рекламной кампании/ Г. В. Макович — М: Академия Естествознания. — 2014—75 с.
3. Скорodelов, К. В. Планирование рекламной кампании рекламным агентством. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-3/06.shtml>
4. Ускова Т. А. Маркетинговое проектирование рекламной компании // Молодой ученый. — 2016. — №20. — С. 446-448
5. Этапы планирования рекламной кампании // Элитариум [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.elitarium.ru/planirovanie-reklamnaya-kampaniya-razmeshchenie-informaciya-celevaya-auditoriya-potrebitel-potrebnost-produkt-vybor-ehffektivnost-plan/>

Черных Н.

Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Фомичева И.В.
Тульский филиал Финуниверситета

СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГА УСЛУГ

Маркетинг услуг – маркетинг, осуществляющийся в качестве сопутствующей деятельности в комплексе с маркетингом потребительских товаров или промышленном маркетинге.

Маркетинг играет двоякую роль: с одной стороны, именно в результате маркетинговых исследований выявляется реалистичность и эффективность альтернативных вариантов развития предприятия, а с другой – служба маркетинга является основным источником комплексной информации о производстве и реализации.

В современный период в развитых странах происходит переход от так называемой индустриальной экономики к «сервисной», что связано с повышением значимости сферы услуг и превращением её в движущую силу хозяйственного развития. Этот процесс требует существенного пересмотра стратегии маркетинга, изменения образа мышления руководителей предприятий и государственных деятелей [1, с.93].

Таблица 1-Отличия «сервисной» экономики от индустриальной [5, с.99]

| «Сервисная» | Индустриальная |
|---|---|
| Цель – полное удовлетворение специфических потребностей клиентов | Цель – максимизация выпуска продукции |
| Полезность продукции – степень совершенства систем, объединяющих материальный продукт и соответствующие услуги | Полезность продукции – это потребительная ценность материальной продукции |
| Качество – постоянные отношения с потребителем, позволяющие максимально удовлетворить его потребности | Качество – совокупность отличных технологических факторов |
| Задача основных технологий – функционирование материально-сервисных систем | Задача основных технологий – преобразование сырья в готовую продукцию |
| Стиль менеджмента – быстрота принятия решений, гибкость, высокая оперативность, сетевая организация, открытость и свобода манёвра | Стиль менеджмента – чрезмерная упорядоченность, иерархичность организации |

Основные признаки проявления «сервисной» экономики:

1. низкие темпы роста материального производства
2. оценка успеха не темпами роста, а критерием удовлетворения запросов потребителя
3. нарастание трудностей сбыта материальной продукции. В «сервисной» экономике многие предприятия обрабатывающей промышленности расширяют предложение услуг.
4. обострение конкуренции на рынке услуг. Общая конкурентоспособность фирм во все большей мере определяется конкурентоспособностью сферы услуг
5. «де бюрократизация» сферы государственных услуг, которая всё более подчиняется требованиям эффективности, для чего необходимы новые концепции государственного управления
6. трансформация плановых экономик. Переход к «сервисному» маркетингу привёл к крушению плановых основ экономических систем ряда стран, т.к. они оказались неспособными обеспечить сфере услуг центральное место в народном хозяйстве [3, с.87].

Услуги оказываются сегодня в центре внимания так же, как в своё время промышленность играла основную роль в индустриальной системе.

Например, фирмы-производители пестицидов сохраняли сегодня масштабы использования своих препаратов и расширили консультационные услуги на этапе их продажи. Применение пестицидов ведётся теперь более селективно с тщательной ориентацией к каждой конкретной ситуации. Такая стратегия привела к повышению качества препаратов и обеспечила лучшую охрану окружающей среды.

Таблица 2. Различия в системе потребностей для «сервисной» и индустриальной экономик [6, с.86]

| «Сервисная» | Индустриальная |
|--|---|
| 1. Покупка клиентом персонифицированных решений своих проблем и материально-сервисных систем | 1. Покупка материальных благ и услуг |
| 2. «Открытость» приобретаемых системе | 2. Ориентация на одного поставщика для обеспечения совместимости с ранее приобретёнными системами |
| 3. Основной критерий выбора – неосязаемые атрибуты (комфорт, внимание) | 3. Основной критерий выбора – осязаемые атрибуты (вес, скорость) |
| 4. Услуги, предполагающие персонификацию, высокие характеристики, большую гарантию | 4. Услуги, обеспечивающие ремонт и техническое обслуживание |
| 5. Услуги оказываются в момент, когда необходимо клиенту | 5. Услуги оказываются по определённому отраслевому графику |
| 6. «Имидж» всего производственного процесса | 6. Высокая репутация производителя |
| 7. Контракты, предусматривающие гибкие отношения с клиентом | 7. В основе деловых отношений лежит формальный контракт |

Всё вышеотмеченное приводит к ряду особенностей маркетинга услуг:

1. Спрос на услуги, а также совокупность материальных предметов и услуг растёт даже при стагнации материального производства (застой в производстве, торговле и других элементах экономики). Функция использования потребителю приносит больше удовлетворения, чем факт владения товаром. Растёт популярность услуг типа лизинга или аренды. Материальная продукция воспринимается как носитель (условия оказания) услуги. Сфера услуг становится основным сектором экономики в состоянии роста.

2. Ориентация на запросы клиента требует хорошего понимания системы его ценностей. Способность предугадать желательные для потребителя решения приобретает важнейшее значение для предприятия, оказывающего услугу. Продавец при этом становится консультантом, устанавливающим постоянные отношения с клиентом.

3. Услуги клиентуре не рассматриваются как основная функциональная обязанность персонала. Она становится просто необходимой и естественной составляющей образа действия для всех служащих.

4. Опыт и способности служащих становятся основным инструментом стратегии ориентации на потребителя.

5. Организационный менеджмент отдаёт предпочтение принципам самоорганизации, а не структурной жёсткости; ориентирует на развитие горизонтальных связей, а не централизованного управления; узкая специализация сочетается с высокой компетенцией [4, с.115].

Сегодня многие предприятия практикуют продажу клиенту «решений» его проблем (банки, страховые компании, поставщики компьютеров). В маркетинге услуг необходимо перейти от «продажи решений» к «продаже результатов», т.е. выполнению конечной цели потребителя с предоставлением ему определённой гарантии.

Продаём газонокосилку – продаём возможность скосить траву, результат – чиста лужайка. Многие продают технические возможности, но покупателя это мало интересует. «Мы продаём красивые лужайки, а не оборудование» [2, с.113].

В бизнес-плане «Эсте Лаудер» – я продаю надежду.

Это связано со следующими обстоятельствами:

1. Необходимо дифференцировать услуги для повышения конкурентоспособности. Так, индивидуальные клиенты более требовательны к эффективности их портфеля ценных бумаг. Многих менеджеров увязывают с эффективностью услуги, которой он управляет (консалтинговая деятельность, юридическая практика – США).

2. Ростом риска продаваемых материально-сервисных систем, что связано со сложностью, увеличением размеров и требует больших гарантий со стороны производителя услуг, что предотвратит неблагоприятные последствия для клиента.

3. Стремление общественности заставить предприятие сделать личным делом предприятия экономические затраты. Так, обычно предприятие не несёт затрат на поддержание качества окружающей среды, но в ряде стран такое положение пытаются исправить. Например, в Германии производители холодильников обязаны забирать их и окрашивать после завершения срока использования. Издержки переработки вышедших

из эксплуатации холодильников – в продажной цене. Такая практика стимулирует использование экологически чистых технологий в производстве холодильных установок.

Все три указанных обстоятельства меняют процесс ценообразования. В индустриальной экономике цена формировалась под влиянием 2-х факторов – издержек производства и рыночной конъюнктуры. При «продаже результата» ценообразование приобретает черты расчёта размера страхового вознаграждения. Во внимание принимают вероятностные события будущего и расчёт базируются на вероятностных оценках будущих издержек, связанных с использованием услуг [1, с.96].

В результате анализа рыночных возможностей выделяются конкретные маркетинговые возможности предприятия (рис.1):

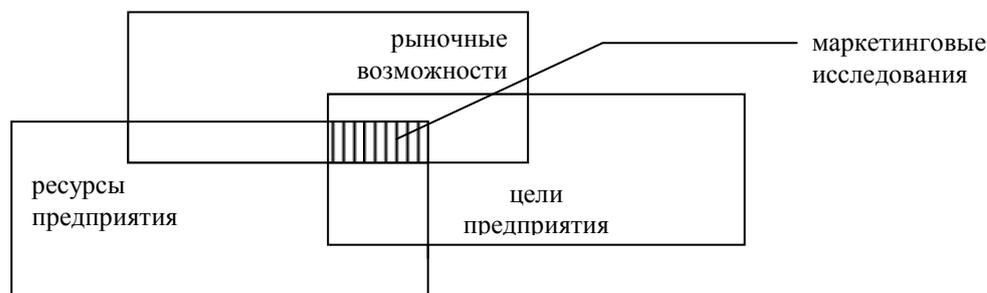


Рис.1. Выявление маркетинговых возможностей [6, с.94]

После анализа рыночных возможностей необходимо выбрать целевые рынки. Сюда относятся:

1. Изучение спроса, включающее замены уровня спроса и его прогнозирование, что необходимо для определения размеров рынка. С этой целью оценивается величина текущего спроса и изучение чувствительности спроса к изменению цены, т.е. решить вопрос об эластичности спроса.

2. Сегментирование рынка, что позволяет сосредоточить усилия предприятия на обслуживании определенного круга потребителей и значительно повысит шансы в достижении высокого конечного результата.

3. Отбор целевых сегментов. Этот процесс включает оценку степени привлекательности сегментов и выбор одного или нескольких из них для обслуживания.

4. Позиционирование товара на рынке [5, с.67].

Маркетинг вооружает предприятия четкой программой действий, позволяет придать им целенаправленный и скоординированный характер, намечать и добиваться эффективных решений крупных стратегических задач хозяйственной деятельности.

Исходная предпосылка успешной маркетинговой деятельности -максимальный учет предприятием требований рынка (потребителя), тенденций и перспектив его развития при одновременном активном воздействии на этот рынок с целью формирования эластичного спроса.

Главное при маркетинговом подходе - целевая ориентация, слияние в единый технологический процесс всех составляющих маркетинговой и иной деятельности для достижения поставленных стратегических целей [2, с.87]

Список литературы

1. Вайсман, А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху / А. Вайсман пер. с нем. - М.: АО "Интерэксперт", Экономика, 2014. - 344 с.
2. Дорошев, В. И. Введение в теорию маркетинга / В. И. Дорошев. - М.: ИНФРА, 2015.- 258с.
3. Дубовцев В.А. Основы маркетинга. / Учеб. пособие для дипломников. - Киров: изд. КирПИ, 2015.- 308с.
4. Завьялов, П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учебное пособие / П.С. Завьялов - М.: ИНФРА-М, 2015. - 327 с.
5. Соловьев, Б.А. Маркетинг / Б.А. Соловьев - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 381 с.
6. Уткин, Э.А. Маркетинг / Под. Ред. проф Э.А. Уткина - М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем". Издательство ЭКМОС, 2014 - 320 с.

Шурова П.П., Кострикина М.А.
Научн. рук.:ст. преп. Романовская Н.Н.
Тульский филиал Финуниверситета

ПРОЦЕСС РАЗРАБОТКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Принятие управленческих решений является важной частью любой деятельности руководителя, так как эффективность деятельности предприятия в целом зависит от качества управленческих решений, поэтому чтобы избежать моральных и материальных издержек, важно знать теорию и практику принятия решений.

Выработка и принятие решения - узловая процедура в деятельности руководителя, которая определяет конечный результат управленческой деятельности.

Принятие решений - это важный и сложный процесс. Если при разработке управленческого решения не спрогнозировали достаточно точно стратегию фирмы, нормативы конкурентоспособности будущего товара, изменения компонентов внешней и внутренней среды фирмы, то завтра она окажется под угрозой банкротства. Таким образом, управленческое решение является результатом анализа, прогнозирования, оптимизации, экономического обоснования и выбора наилучшего варианта достижения поставленной цели.

Важнейшим резервом повышения эффективности всего общественного производства является повышение качества принимаемых решений. Совершенствование процесса принятия обоснованных объективных решений в ситуациях исключительной сложности достигается путем использования научного подхода к данному процессу, моделей и количественных методов принятия решений.

Понятие «решение» в современном менеджменте весьма многозначно. Оно понимается и как процесс, и как акт выбора, и как результат выбора. Основная причина такой неоднозначной трактовки заключается в том, что каждый раз в это понятие вкладывается смысл, соответствующий конкретному направлению исследований. Любое управленческое решение связано с социальными, экономическими, организационными, правовыми и технологическими интересами организации, что определяет их сущность.

При принятии управленческих решений зачастую необходимо прибегать к компромиссам. Каждое решение должно «уравновешивать настолько противоречивые ценности, цели и критерии, что в любой точке зрения оно будет хуже оптимального. Каждое решение или выбор, затрагивающие все предприятие, будут иметь негативные последствия для каких-то его частей». Поэтому нужно рассматривать организацию с позиций системного подхода и учитывать возможные последствия управленческого решения для всех частей организации.

Процесс разработки управленческих решений - один из наиболее важных управленческих процессов. От обеспечения его эффективности в значительной мере зависит успех всего предпринятого менеджером дела. Изучение этого вопроса поможет руководителю, владеющему технологиями выработки, принятия и реализации управленческого решения, осуществить эффективное управление организацией в сложной, постоянно изменяющейся экономической обстановке.

Первый этап - это подготовка к разработке управленческого решения.

Второй этап - разработка управленческого решения - заключается в рассмотрении альтернативных вариантов решений, отборе основных вариантов управляющих воздействий, разработке сценариев развития ситуации и экспертной оценке основных вариантов управляющих воздействий. При этом широко применяются такие процедуры генерирования альтернативных вариантов, как метод аналогов, мозговой атаки, синтеза управленческих решений и т.п. в настоящее время все чаще используются автоматизированные системы генерирования вариантов решений. В ходе отбора производится отсев заведомо нежизнеспособных или неконкурентоспособных вариантов. При отборе необходимо руководствоваться уровнем сравнительной оценки и требованием отсутствия дублирования.

Третий этап - принятия решения состоит из трех элементов: коллективной экспертной оценки, принятия решения лицом, принимающим решение, разработки плана действий.

Четвертым этапом является реализация управленческого решения на основе разработанного плана мероприятий. Этап реализации решения предполагает доведение решения до исполнителей, наделение исполнителей ресурсами, делегирование полномочий и координацию действий исполнителей на всех участках реализации решения.

Пятым этапом является этап контроля реализации и анализа результатов развития ситуации после управленческого воздействия. Контроль реализации запланированных мероприятий и действий обеспечивает эффективность деятельности организации. В зависимости от характера объекта управления применяют различные виды контроля. Основными видами контроля являются непрерывный и дискретный контроль. При невозможности осуществления контроля в процессе исполнения управленческих решений применяется контроль итоговых результатов управленческого воздействия. Основной задачей контроля является своевременная фиксация отклонений от оптимального развития процесса, запланированного промежуточного или конечного результата. По результатам контроля производится корректировка плана, управляющих воздействий с целью более полного достижения поставленной управленческой цели.

В зависимости от стадии (этапа) разработки управленческого решения могут использоваться различные методы и модели разработки и принятия управленческих решений. Методы принятия управленческих решений основываются на моделях.

Модель - это представление объекта или системы идей в определенной форме Главной характеристикой моделирования считается упрощения реальной жизненной ситуации, к которой она применяется.

Существует несколько причин, обуславливающих использование моделирования при принятии решений :

- Во-первых, сложность многих организационных ситуаций, которые модель позволяет упростить;
- Во-вторых, невозможность проведения экспериментов в реальной жизни (изготовление образцов и проверка в реальных условиях);
- В-третьих, ориентация управления на будущее и возможность с помощью модели его увидеть

Выделяют три базовых типа моделей: физическая, аналоговая и математическая.

Физическая (описательная или портретная) модель изображает предмет или ситуацию, показывая, как она выглядит (копии, чертежи и т.п.).

Аналоговая - изображение предмета, или ситуации другими средствами, например, озеро на карте - голубым цветом; организационная схема; графики соотношения различных показателей деятельности предприятия.

Математическая (символьная) модель подразумевает использование символов для характеристики объекта в виде математических уравнений.

На основе этих базовых моделей разрабатываются различные типы моделей и методов принятия управленческих решений.



Список литературы

1. Балдин К.В., Воробьев С.Н., Уткин В.Б. Управленческие решения учебник. М: «Дашков и К», 2006. 496с.
2. Веснин В.Р. «Управление персоналом». М: Кнорус, 2009. 520с.
3. Зайцев М.Г., Варюхин С.Е. Методы оптимизации управления и принятия решений. М: «Дело», 2008. 664с.

Язиджян К.С.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Городничев С.В.

Тульский филиал Финуниверситета

НАПРАВЛЕНИЯ АДАПТАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯ КРИЗИСА

Основная роль в системе антикризисного управления предприятием отводится широкому использованию внутренних механизмов финансовой стабилизации. Это связано с тем, что успешное применение этих механизмов позволяет не только снять финансовый стресс угрозы банкротства, но и в значительной мере избавить предприятие от зависимости использования заемного капитала, ускорить темпы его экономического развития. Финансовая стабилизация предприятия в условиях кризисной ситуации последовательно осуществляется по таким основным этапам [1].

1. Устранение неплатежеспособности. В какой бы степени не оценивался по результатам диагностики банкротства масштаб кризисного состояния предприятия, наиболее неотложной задачей в системе мер финансовой его стабилизации является восстановление способности к осуществлению платежей по своим неотложным финансовым обязательствам с тем, чтобы предупредить возникновение процедуры банкротства.

2. Восстановление финансовой устойчивости (финансового равновесия). Хотя неплатежеспособность предприятия может быть устранена в течение короткого периода за счет осуществления ряда аварийных финансовых операций, причины, генерирующие неплатежеспособность, могут оставаться неизменными, если не будет восстановлена до безопасного уровня финансовая устойчивость предприятия. Это позволит устранить угрозу банкротства не только в коротком, но и в относительно более продолжительном промежутке времени.

3. Обеспечение финансового равновесия в длительном периоде. Полная финансовая стабилизация достигается только тогда, когда предприятие обеспечило длительное финансовое равновесие в процессе своего предстоящего экономического развития, т.е. создало предпосылки стабильного снижения стоимости используемого капитала и постоянного роста своей рыночной стоимости. Эта задача требует ускорения темпов экономического развития на основе внесения определенных корректив в отдельные параметры финансовой стратегии предприятия. Скорректированная с учетом неблагоприятных факторов финансовая стратегия предприятия должна обеспечивать высокие темпы устойчивого роста его операционной деятельности при одновременной нейтрализации угрозы его банкротства в предстоящем периоде.

Стратегический механизм финансовой стабилизации представляет собой исключительно наступательную стратегию финансового развития, обеспечивающую оптимизацию необходимых финансовых параметров, подчиненную целям ускорения всего экономического роста предприятия. Ускоренная ликвидность оборотных активов, обеспечивающая рост положительного денежного потока в краткосрочном периоде, достигается за счет следующих основных мероприятий:

- ликвидации портфеля краткосрочных финансовых вложений;
- ускорения инкассации дебиторской задолженности;
- снижения периода предоставления товарного кредита;
- увеличения размера ценовой скидки при осуществлении наличного расчета за реализуемую продукцию;
- снижения размера страховых запасов товарно-материальных ценностей;
- уценки трудноликвидных видов запасов товарно-материальных ценностей до уровня цены спроса с обеспечением последующей их реализации

Ускоренное частичное дезинвестирование внеоборотных активов, обеспечивающее рост положительного денежного потока в краткосрочном периоде, достигается за счет следующих основных мероприятий:

- реализации высоколиквидной части долгосрочных финансовых инструментов инвестиционного портфеля;
- проведение операций возвратного лизинга, в процессе которых ранее приобретенные в собственность основные средства продаются лизингодателю с одновременным оформлением договора их финансового лизинга;
- ускоренной продажи неиспользуемого оборудования по ценам спроса на соответствующем рынке;
- аренды оборудования, ранее намечаемого к приобретению в процессе обновления основных средств и других.

Ускоренное сокращение размера краткосрочных финансовых обязательств, обеспечивающее снижение объема отрицательного денежного потока в краткосрочном периоде, достигается за счет следующих основных мероприятий:

- пролонгации краткосрочных финансовых кредитов;
- реструктуризации портфеля краткосрочных финансовых кредитов с переводом отдельных из них в долгосрочные;
- увеличения периода предоставляемого поставщиками товарного (коммерческого) кредита.

Антикризисное управление так же, как и любое другое, может быть малоэффективным или более эффективным. Эффективность антикризисного управления характеризуется степенью достижения целей смягчения, локализации или позитивного использования кризиса в сопоставлении с затраченными на это ресурсами. Трудно оценить такую эффективность в точных расчетных показателях, но увидеть ее можно при анализе и общей оценке управления, его успешности или просчетов [2].

Можно выделить основные факторы, которые определяют эффективность антикризисного управления. Их понимание и дифференциация помогают его анализировать и успешно осуществлять.

1. Профессионализм антикризисного управления и специальная подготовка. В данном случае имеется в виду не только общий профессионализм управления, который безусловно необходим, но и те профессиональные знания и навыки, которые отражают особенности антикризисного управления. Такой профессионализм рождается в процессах специального обучения, целенаправленного аккумулирования опыта и развития искусства управления в критических ситуациях.

В последние годы в России уделяется большое внимание специализированной подготовке антикризисных управляющих, которые способны выводить предприятие из кризиса с наименьшими потерями. Их профессиональная подготовка ориентирована на кризисные ситуации.

Но и при подготовке обычных менеджеров следует большое внимание уделять развитию способностей к управлению в критических ситуациях. Антикризисное управление должно стать необходимым элементом любого управления: стратегического, креативного, производственного, экологического, финансового и пр.

2. Искусство управления, данное природой и приобретенное в процессе специальной подготовки, следует выделить особо в перечне факторов эффективности антикризисного управления. Во многих кризисных ситуациях индивидуальное искусство управления является решающим фактором выхода из кризиса или его смягчения. Поэтому для антикризисного управления особенно важно проводить психологическое тестирование менеджеров, отбирать такие личности, которые способны чутко реагировать на приближение кризиса и управлять в экстремальных ситуациях.

3. Методология разработки рискованных решений. Такая методология должна быть создана и освоена, потому что она в значительной мере определяет такие качества управленческих решений, как своевременность, полнота отражения проблемы, конкретность, организационная значимость. Эти свойства имеют особое значение в антикризисном управлении [3].

Список литературы:

1. Айров З., Кириченко В. Антикризисное управление: принятие решений на краю пропасти.// Проблемы теории и практики управления. - 2015. – 201 с.
2. Комаров Е., Комаров А. Кризисные и антикризисные менеджеры.//Управление персоналом. - 2013. – 187 с.
3. Яковец Ю.В. Циклы, кризисы, прогнозы. – М.: Наука, - 2015. – 154 с.

Раздел IV. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ И МОДЕЛИ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Бесчастнова А.А., Луневская К.И.
Научн. рук.: канд. экон. наук, доц. Ковалев С.Н.
Тульский государственный университет

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ И МОДЕЛИ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Для решения практических задач и для теоретического моделирования социально-экономических процессов в экономике нашего времени массово используется перечень математических методов, являющиеся одним из важнейших компонентов методов любого раздела экономической науки. Использование математического описания экономических систем открывает новые возможности для экономической теории и практики.

Родоначальником математического метода считается создатель математической теории спроса - Антуан Огюстен Курно. Представители данной школы с помощью математических методов стремились охватить весь процесс экономического развития в целом и дать полную картину всех экономических явлений в частности.

Современный бухгалтерский учет основан на принципах, изложенных еще в 1494г. В трудах Луки Пачоли «сумма арифметики, геометрии, учение о пропорциях соотношениях». Современная экономика использует методы, разработанные в 20 веке Л.В.Канторовичем, В.В.Новожиловым, В.С.Немчиновым. [1,с.2]

В 1939 году Л.В.Канторович опубликовал работу "Математические методы организации и планирования производства", в которой сформулировал принципиально новый класс экстремальных задач с ограничениями и разработал эффективный метод их решения. Так был открыт новый раздел прикладной математики, получивший впоследствии название "линейное программирование". В трудах Л.В.Канторовича были заложены основы изучения экономической сущности и количественной оценки норматива эффективности капитальных вложений с помощью малоразмерных моделей. Широкое признание получили его работы по дескриптивной теории функций и теории множеств, по конструктивной теории функций, приближенным методам анализа; Он заложил основы нового направления функционального анализа - теории полуупорядоченных векторных пространств, которые были названы К-пространствами.[2,с.32]

В составе математических методов можно выделить следующие:

- Экономическую кибернетику
- Математическую статистику
- Математическую экономику и эконометрику
- Методы принятия оптимальных решений
- Экспериментальные методы изучения экономики

Проникая во все области человеческого знания еще с древних времен, моделирование стало одним из основных методов познания. Его признание, как одного из главных и универсальных методов научного познания произошло в XX веке. Применение моделирования в качестве альтернативы физическому эксперименту привело к скорому развитию промышленной индустрии. По мере усложнения экономических явлений моделирование все чаще и чаще производится с помощью современных вычислительных систем. Поэтому широкое распространение получают модели, реализуемые с помощью компьютерных технологий, построенных на базе математических и логических умозаключений.

Математическое моделирование как метод научного познания стало развиваться одновременно с зарождением основ высшей математики, связанным с работами Р.Декарта, И. Ньютона, Г. Лейбница в XVII веке. Первыми учеными, построившими математические модели реальных физических объектов, были П. Ферма (1601 — 1665), Б. Паскаль (1623—1662) и Х. Гюйгенс (1629—1695). В 1657 г. вышла в свет книга Гюйгенса «О расчетах при игре в кости», в которой автор освещал не только вопросы игры, но и на ее основе заложил первый кирпич в теорию вероятностей. Развитие математического моделирования в экономике и производстве в XX веке в значительной мере обязано выдающимся ученым Л.В. Канторовичу, В.В. Леонтьеву, А.Н. Колмогорову, В.В. Новожилову, В. С. Немчинову, А.Л. Лурье и многим другим.[3,с.26]

Математические модели — некоторые целостные математические структуры в виде алгебраических, дифференциальных и других уравнений. Чаще всего в экономических исследованиях применяются смешанные модели, например, логико-математические, логико-иконографические и др. Математические модели в экономике имеют целевое назначение (например, для исследования структуры, функционирования, расхода).

Математическая модель по сравнению с реальным физическим экспериментом обладает некоторыми преимуществами, связанными с тремя ее основными особенностями:

- ✓ Экономией материальных ресурсов, требуемых для постановки и проведения физического эксперимента;
- ✓ Возможностью апробации системы в изменяющихся по воле экспериментатора условиях;
- ✓ Оценкой работоспособности систем с длительными технологическими циклами в существенно сжатые сроки.

По масштабу моделируемой системы модели делятся на:

1. Макроэкономические модели. Они описывают экономику государства или экономико-географического региона в целом, связывая между собой укрупненные показатели: валовой национальный

продукт, национальный доход, инфляцию, уровень занятости и т.п. Обычно такие модели являются теоретическими.

2. Микроэкономические модели. В них моделируемой системой является небольшая часть макроэкономической системы, чаще всего отдельное предприятие или его подразделение. Эти модели обычно носят оптимизационный характер и являются смешанными (полуэмпирическими).

3. Мегауровень – межотраслевые и региональные системы, охватывающие как отдельную страну, так и мировое хозяйство в целом. [4,с.41]

Трудности практического применения моделирования в экономике связаны со сложностью наполнения содержания моделей конкретной и качественной информацией. Точность и полнота первичной информации, реальные возможности ее сбора и обработки во многом определяют выбор типов прикладных моделей. С другой стороны, исследования по моделированию экономических объектов выдвигают новые требования к системе информации. В зависимости от вида моделируемых объектов и назначения моделей используемая в них исходная информация имеет существенно различный характер и происхождение. Она может быть разделена на два вида:

✓ Информация о прошлом развитии и современном состоянии исследуемого объекта; – Информация о его будущем состоянии и развитии, включая данные об ожидаемых изменениях внутренних параметров и внешних условий.

✓ Второй вид информации является результатом самостоятельных исследований, которые также могут выполняться посредством моделирования.

Математические модели экономических систем строятся для достижения одной из двух целей:

1. Теоретические модели предназначаются для изучения общих закономерностей и свойств экономических систем.

2. Прикладные модели строятся для выработки конкретных рекомендаций при принятии практических хозяйственных решений и носят, как правило, оптимизационный характер. По своей структуре они являются смешанными. Эмпирические вставки в таких моделях (уровни цен на товары и сырье, взаимосвязи экономических характеристик и показателей и т.п.) определяются путем статистических, маркетинговых и других обследований.

При построении математических моделей в экономике надо учитывать, что большинство характеристик таких моделей нельзя определить точно. На их значения влияет "человеческий фактор", т.к. они являются результатом действий и решений множества отдельных людей, которые в одинаковой ситуации ведут себя по-разному. В результате характеристики экономических моделей оказываются случайными величинами, сгруппированными вокруг каких-то средних значений или осредненных 13 зависимостей. Такие модели называются стохастическими (в отличие от детерминированных моделей, характеристики которых жестко заданы)[5,с.32]

Переход к рыночной экономике неотъемлем от процессов планирования, регулирования, управления и прогнозирования производственных и технологических процессов. В связи с этим актуальны разработка и применение экономико-математических методов для решения возникающих производственно-хозяйственных задач. Таким образом, математические методы являются важнейшими методами, которые в состоянии дать экономической теории научную законченность.

Список литературы:

1. Математические методы в экономике// наука и бизнес: пути развития // Подолько Е.А.2008г.
2. Введение в математическое моделирование строительно-технологических задач Л. Солдатенко2017
3. Математические методы в современных экономических исследованиях//сборник статей//2017г.
4. И. А. Печерских, А. Г. Семенов математические модели в экономике 2011
5. «Математические методы и модели в экономике» Е.Н.Надеждин, Е.Е.Смирнова, В.С.Варзаков,2011г.
6. Мирошников А.Л. КУРС ЛЕКЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: «МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В ЭКОНОМИКЕ» 2006
7. Манько А.И. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ И МОДЕЛИ В ЭКОНОМИКЕ (ВОПРОСЫ МЕТОДОЛОГИИ) // Фундаментальные исследования. – 2005. – № 10. – С. 71-72;
8. Математические методы и модели Красс Максим Семенович, Чупрынов Борис Павлович, 28 мая 2010 г. - Всего страниц: 496
9. Леонид Витальевич Канторович, Ячов Ильич Фет, Институт математики им. С.Л. Соболева, Институт вычислительной математики и математической геофизики

Коптева А.И.

Научн. рук.: канд. техн. наук, доц. Евсюков В.В.

Тулльский филиал Финуниверситета

ПРИМЕНЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЙ COOPER В ПОДГОТОВКЕ БАКАЛАВРОВ БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКИ

Бизнес-информатика — это современное перспективное направление образования, научно-исследовательской и практической деятельности, в центре которого информационные процессы и связанные

с ними явления в их социально-экономическом бизнес-контексте. В основе бизнес-информатики как междисциплинарной области знаний – интеграция различных областей: информационных технологий, математики, экономики, управления, инженерных наук. Развитие этого направления тесно связано с цифровыми технологиями и информационными системами.

Процессы обработки информации всегда являлись фундаментом человеческой деятельности, и интеграция таких процессов с информационными ресурсами спустя годы стали называть информационными системами.

Эффективность и продуктивность ИС во многом определяется их качеством и доверием пользователей. Качество изделий, процессов проектирования, производства и услуг является главных проблем, которые определяют уровень благосостояния населения и состояние хозяйства всей страны, что целиком имеет отношение к области информационных технологий (ИТ).

При изучении процесса внедрения ИС на предприятиях необходим анализ, который проводят по нескольким направлениям деятельности, связанных с определением полезности информации, затрат на информационное и программное обеспечение (ПО), степени агрегирования информации и полноты информационного обеспечения.

Для обоснования возможности внедрения и применения ИС можно использовать следующие культурные типы (Таблица 1), каждый тип из которых влияет на способ использования информации:

Таблица 1. Культурные типы.

| Тип культуры | Описание |
|----------------------------|---|
| 1. Функциональная культура | Допускается увеличение качества и уровня работы организации. Благодаря ИС становятся известны все задачи, требования и взаимосвязи между отделами. ИС дает возможность жестко контролировать все процессы. |
| 2. Культура взаимодействие | С помощью ИС обмен важной информацией происходит гораздо быстрее. Непрерывное контактирование руководителя с персоналом. ИС – это необходимое условие успеха. |
| 3. Культура исследования | ИС – это помощник человека для анализов постоянно поступающей информации. Безостановочное отслеживание информации. Быстрое нахождение лучшего способа отражения возможной угрозы и возможность вовремя принять контрмеры. |
| 4. Культура открытости | Здесь собираются эксперты, открытые для перемен на предприятии. Данные организации отбрасывают старые подходы к бизнесу ради поиска новых перспектив и идей. Их способы способны изменить условия конкуренции поверх рынков и отраслей. |

Многие специалисты посвятили свои исследования в области стратегии бизнеса. Стратегическое планирование – это один из факторов, который является обязательным для создания успешной конкурентоспособной компании с долгосрочными перспективами развития. К примеру, Д. Абель предложил определять область бизнеса в трех измерениях (Рис. 1):

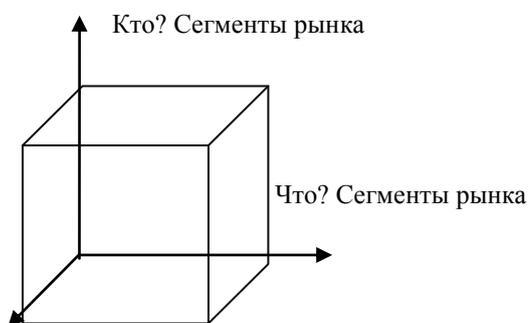


Рис. 1 - Поле возможных стратегий (по Д. Абелю)

Одним из самых главных критериев оценки по матрице Д. Абеля является соотношение рассматриваемой области по общему направлению деятельности организации, с тем, чтобы использовать синергетический эффект (положительное влияние) в технологии, производстве и маркетинге.

На основе матрицы Д. Абея, другой ученый, Р. Купер (Cooper) анализирует три аспекта конкурентной борьбы – цену, качество и функциональность – которые он называет “тройным спасательным кругом” (Рис.2)[1]. Данные аспекты бывают не взаимосвязанными, т.к. они подстраиваются индивидуально под каждого покупателя или клиента. К примеру, покупая автомобиль, для одного важна цена, для второго важно качество и он не смотрит на цену. Автор модели пришел к выводу, каждая организация должна постоянно дифференцировать свою продукцию, пытаясь занять высокую ступень на конкурентном рынке за счет разных комбинаций указанных факторов, а также сочетание новых потребительских групп с дополнительными требованиями покупателей дает набор возможных направлений развития бизнеса.

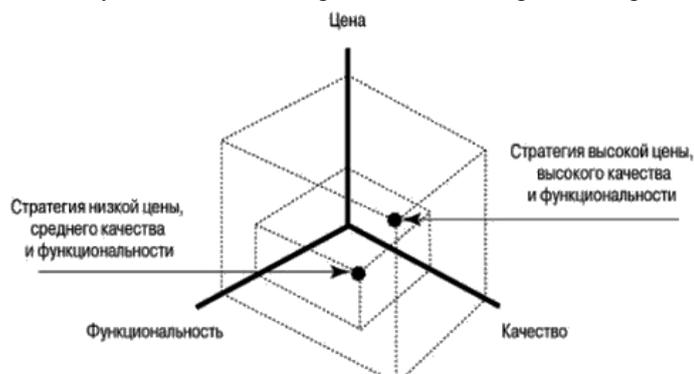


Рис. 2. Стратегии дифференциации.

Р. Купер выделяет еще не менее важные критерии выбора стратегии – это привлекательность области и «сила» бизнеса [3]. В конечном итоге ученый приходит к новой портфельной матрице (Рис.3), на которой отображаются возможные стратегические направления развития бизнеса.



Рис. 3. Портфельная матрица Коупера.

Также Р. Купер предложил свой вариант типов организационной культуры, который в скором времени стал самым популярным, на котором опираются многие научные статьи и труды других не менее популярных ученых: клановая, бюрократическая, рыночная и адхократическая культура [2]. В основу данных типов заложены четыре группы критериев, определяющих стержневые ценности организации – это гибкость и дискретность, стабильность и контроль, внутренний фокус и интеграция внешний фокус и дифференциация.

В 80-ых годах 20-го века американское производство столкнулось с такой проблемой, что традиционные методы учета и планирования перестали справляться с таким объемом данных. Начались сбои в отчетах и в калькуляциях. Традиционные системы не в состоянии были проследить непроизводственные издержки. Так Роберт Купер изобрел новый системный метод функционально-стоимостного анализа (ФСА). По-другому данный метод называется АВС. Модель направлена на принятие решений, а также позволяет наиболее реалистично оценивать расходы и конкурентоспособность компании на рынке товаров и услуг.

Данная модель не единственная на современном рынке, но на протяжении двадцати лет, АВС система активно используется во всем мире от малого до крупного бизнеса во всех сферах производства, даже в IT сфере. К примеру, в России существует программный продукт «Бизнес-инженер», который помогает строить модели предприятий и их организационные структуры. В данной программе есть большой

плюс: помимо бизнес-моделирования, данное ПО имеет встроенную функцию АВС (ФСА) (Рис. 4). При нажатии нескольких кнопок после завершения инжиниринга организации программа проведет полный анализ управления эффективности.

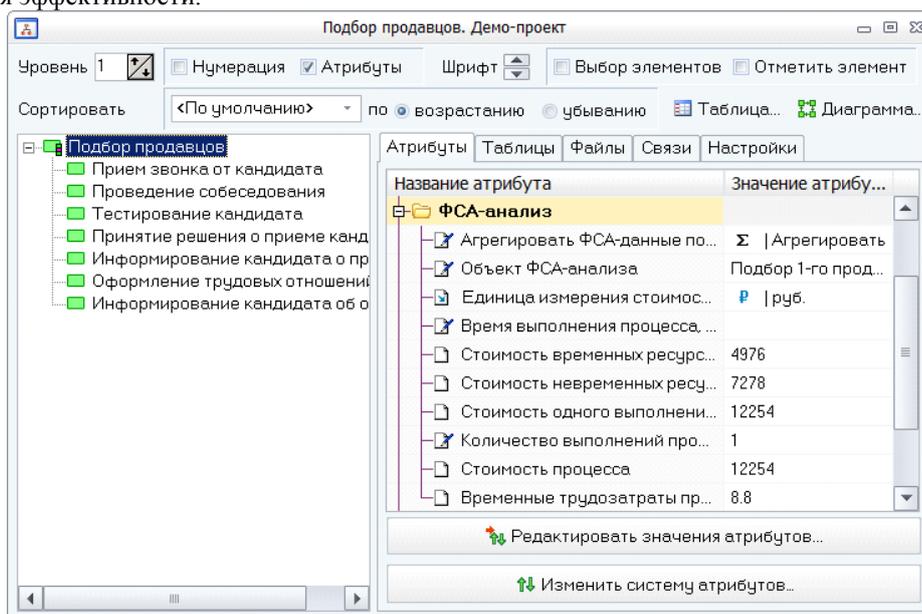


Рис. 4. Пример работы программы «Бизнес-инженер» с использованием модели Купера.

Таким образом, можно прийти к выводу, что Р. Купер внес огромный вклад в развитие бизнеса. Опираясь на его труды, многие ученые открывают и развивают новые виды стратегического планирования бизнеса, методы учета, создают специальные ПО для моделирования и анализа, которые уже в свою очередь помогают изучать новые перспективные направления образования.

Список литературы

1. Джон Л. Дейли Эффективное ценообразование - основа конкурентного преимущества. М.: Вильямс, 2011. 304 с.
2. О.В. Сурин, О.П. Молчанова «Инновационный менеджмент», учебник – М.:«Инфра-М», 2011 г., 368 с.
3. Robin Cooper When Lean Enterprises Collide. Harvard Business Review Press. 379 с.
4. Андреев В.И. Саморазвитие менеджера / В.И. Андреев. - М.: Дело, 2014. 275 с.

Малашенко Т.

Научн. рук.: канд.ф.-м.наук, доц. Жуков Р.А.
Тульский филиал Финуниверситета

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОБЪЕМА ВРП НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ В БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

В настоящее время делается много прогнозов на основе собранных данных в научной, социальной, экономической и других сферах деятельности [3, с. 558]. Это позволяет избежать неправильных решений в будущем и предугадать последующие шаги [1, с. 325]. В качестве исследования в данной работе был выбран ВРП на душу населения.

Целью исследования этой работы является оценка ВРП на душу населения при помощи построенных моделей и разработка прогноза по наиболее качественной, точной и адекватной модели до 2020г. в Брянской области [2, с. 1270].

Были выбраны четыре модели, представленные ниже: линейная, логарифмическая, экспоненциальная и квадратическая.

$$\hat{y}_1 = a_0 + a_1 \cdot t + \varepsilon_{t, \dots} \quad (1)$$

$$\ln(\hat{y}_2) = \ln a_0 + \ln(a_1) + \ln(t) + \varepsilon_{t, \dots} \quad (2)$$

$$\hat{y}_3 = e^{a_0 + a_1 t} + \varepsilon_{t, \dots} \quad (3)$$

$$\hat{y}_4 = a_0 + a_1 \cdot t + a_2 \cdot t^2 + \varepsilon_{t, \dots} \quad (4)$$

где a_i – параметры, ε – случайное возмущение, t – время.

Параметры оцениваются с помощью МНК. Чтобы оценить качество, в работе используется коэффициент детерминации R^2 , а для точности – средняя относительная ошибка $E_{\text{отн}}$ (%). Для адекватности моделей применяется ряд остатков; математическое ожидание должно быть равно нулю; случайный характер, отсутствие автокорреляции и соответствие нормальному закону распределения.

Прогнозные значения определены по формуле:

$$\hat{y}_i(k) = \hat{y}_i \pm t_{\alpha, n-p-1} \cdot s \cdot \sqrt{1 + X_k^T (X \cdot X^T)^{-1} X_k} \quad (5)$$

Здесь s – стандартная ошибка, \hat{y}_i – точечный прогноз, $t_{\alpha, n-p-1}$ – коэффициент, отвечающий за доверительную вероятность (определяется по таблице распределения Стьюдента), α – уровень значимости ($\alpha=0,05$), n – число наблюдений, p – число параметров модели; X – матрица входных параметров (в данном случае t), X_t – вектор прогнозного периода.

Результаты расчета характеристик модели представлены в таблице 1.

Из таблицы можно увидеть, что качественной, относительно точной (до 15%) и адекватной оказалась квадратическая модель. Из этого следует, что именно ее можно использовать для прогноза. Анализ показал, что все остальные модели оказались неадекватными: во второй и третьей моделях отсутствует автокорреляция, а в первой модели математическое ожидание не равно нулю.

Таблица 1 - Характеристики построенных моделей

| №п/п | Показатель/Модель | \hat{y}_1 | $\ln(\hat{y}_2)^*$ | \hat{y}_3 | \hat{y}_4 |
|------|--------------------------|-------------|--------------------|-------------|-------------|
| 1 | a_0 | -39235,19 | 8,73 | 9,095 | 9118 |
| 2 | a_1 | 11180,68 | 0,19 | 0,2166 | -2006,5 |
| 3 | a_2 | - | - | - | 627,96 |
| 4 | s | 19424,1 | 68937 | 119156,5 | 3804,5 |
| 5 | R^2 | 0,9206 | 0,9206 | 0,9776 | 1,7023 |
| 6 | $E_{\text{отн}}, \%$ | 71,7% | 73,77 | 221% | 5,65% |
| 7 | Адекватность: | нет | нет | нет | да |
| 7.1 | $H : M(\varepsilon) = 0$ | нет | да | да | да |
| 7.2 | Случайность | да | да | да | да |
| 7.3 | Автокорреляция | да | нет | нет | да |
| 7.4 | R/S-критерий | да | да | нет | да |

Источник: по данным Росстата [4], разработано авторами.

Результаты прогноза представлены на рисунке 1.

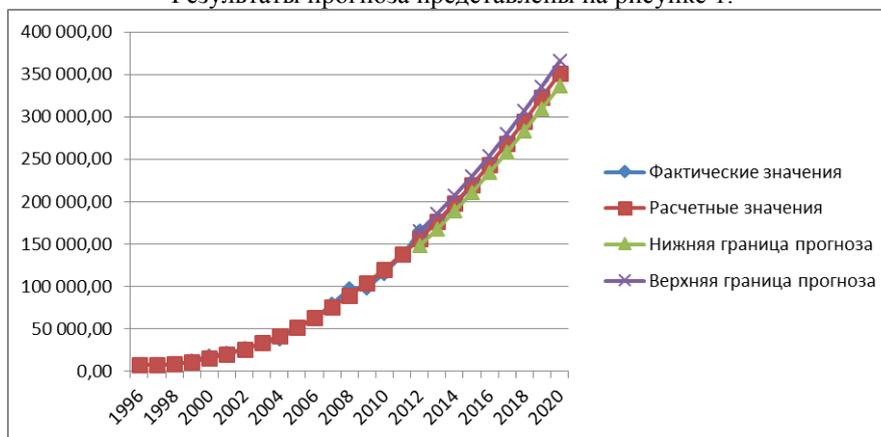


Рис. 1 Фактические и прогнозные значения ВРП до 2020 года

Таким образом, можно сделать вывод, что в Брянской области к 2020 году с доверительной вероятностью 95% при сохранении существующей положительной тенденции объем ВРП на душу населения составит 351431 тыс. руб., что на 1,5 % выше, чем в 2015 году.

Список литературы

1. Жуков Р.А., Кузнецов Г.В., Манохин Е.В. Городничев С.В. Некоторые аспекты гармоничного развития регионов ЦФО // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. 2016. № 3-1. С. 319-328.
2. Жуков Р.А. Методика анализа эффективности государственного управления (на примере регионов РФ) // Региональная экономика: теория и практика. 2017. Т. 15. № 7 (442). С. 1261-1275.
3. Жуков Р.А. Внедрение программных экономико-математических комплексов в практику деятельности органов государственного управления // Фундаментальные исследования. 2015. № 9-3. С. 555-559.
4. <http://www.gks.ru/>

Малашенко Т.

Научн. рук.: канд.ф.-м.наук, доц. Васина М.В.

Тульский филиал Финуниверситета

ЧТО ВЫГОДНЕЕ: ПАССИВНЫЕ ИЛИ АКТИВНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ?

Индексные фонды были разработаны в 1970-х годах для того, чтобы предоставлять инвесторам дешевые, диверсифицированные портфели. Но они стали пользоваться спросом только в последнее десятилетие. В прошлом году влилось больше денег в «пассивные» фонды (те, которые отслеживали такой показатель, как S&P 500¹), чем в «активные», которые пытаются получить самые лучшие акции. В любой другой сфере деятельности это было бы принято в соответствии с международной практикой потому, что инновации оказываются на одной линии с более дешевыми продуктами в интересах обычных граждан [1, с. 300]. Но рост индексных фондов спровоцировал некоторую ожесточенную критику.



Рис. 1 График S&P 500 на декабрь 2017

Выделяют два аргумента. Первый утверждает, что доход от беспроцентных (пассивных) инвестиций, по мнению аналитиков Сэнфорда Бернштейна, «хуже марксизма» [2, с. 10]. Ключевой функцией финансовых рынков является выделение капитала наиболее эффективным компаниям. Но индексные фонды этого не делают: они просто скупают все акции. Также нельзя индексировать фонды продавать свои акции, если им не нравятся действия руководства. Оппоненты утверждают, что долгосрочный результат будет неблагоприятным для капитализма.

Второй аргумент заключается в том, что индексные фонды позиционируют себя как угрозу для конкуренции. Индустрия управления активами когда-то была совершенно другой. Любому активному менеджеру было трудно увеличивать рыночную долю; в конечном счете, их производительность потерпела убытки. Но пассивные менеджеры имеют преимущество от эффекта масштаба. Чем больше они управляют средствами, тем ниже могут стать их гонорары, и тем более привлекательным продукт. С тех пор как пассивные менеджеры, такие как BlackRock и Vanguard, владеют акциями каждой компании в отрасли, опасность заключается в том, что они возможно выступают в качестве монопольных «доверительных отношений» конца XIX века. Исследования доказывают, что монопольная собственность на акции связана с более высокими тарифами в авиационной отрасли и сборами в банковском секторе.

¹ фондовый индекс для акций 500 компаний, рассчитываемый и публикуемый агентством "Стандарт энд Пуэр корпорейшн" (Standard and Poor's 500 index)

Стоит подробно рассмотреть критику. Марксистская критика подразумевает, что инвесторы в инфраструктуру и сферу услуг делятся на два типа: пассивные инвесторы и активные менеджеры, отдающие себя целиком борьбе с численным превосходством корпораций. Но многие «активные» инвесторы управляют портфелями, которые придерживаются базового индекса, опасаясь быть уволенными, если они будут ниже уровня рынка [3, с. 256]. Таким образом, они тоже владеют акциями крупнейших фирм. Некоторые инвесторы - активисты пытаются изменить корпоративную стратегию, но большинство управляющих фондами не имеют времени на проведение кампаний. Они могут быть активными, но они не активистами.

Когда речь идет о голосовании на ежегодных общих собраниях, пассивные менеджеры могут и должны участвовать. В течение одного 12-месячного периода BlackRock заявляет, что голосовал в поддержку предложений от активистов в 39% случаев, по сравнению с 33% случаев, когда он поддерживал существующее руководство.

Что касается исследований, в которых нашли доказательство антиконкурентности, вызванной пассивными деньгами, они были оспорены [4, с. 102]. Недавний научный документ не нашел «никакого взаимоотношения между общей долей владения и ценами в авиационной отрасли»; другой документ из Федеральной резервной системы в банковской отрасли обнаружил некоторые результаты, которые согласовывались с антиконкурентным эффектом, но «он не является устойчивым, а подразумеваемые величины найденных эффектов малы».

Даже если вы уступите возможность небольшой группе фондовых менеджеров оказать влияние на несколько секторов через свои перекрестные владения, пассивные менеджеры, безусловно, являются наименее вероятными участниками такого заговора. Суть их существования в том, что они удерживают рыночный вес в каждой отрасли; у них нет причин содействовать успеху одного над другим. Если бы произошел заговор, то это, безусловно, зависело бы от активных менеджеров, покупающих очень большие доли в определенной отрасли, и соответственно надеясь извлечь выгоду.

Существует выражение «*reductio ad absurdum*», касающееся антипассивных аргументов. Да, если бы рынок на 100% принадлежал индексным фондам, это было бы проблемой. То же самое, что, если бы не было преступлений, полицейские сидели бы без работы.

Список литературы

1. Бочаров В.В. Инвестиции: учебник для вузов / В. В. Бочаров. — 2-е изд. — СПб.: Питер, 2014. — 384 с.
2. Габидуллина Г. З. Модельно-методический инструментарий обоснования социально-ориентированных инвестиционных решений на предприятиях энергетики: автореф. дис. ... канд. экон. наук: Уфа, 2013. — 23 с.
3. Ример М. И. Экономическая оценка инвестиций: Учебник для вузов. 3-е изд., переработанное и дополненное. — СПб.: Питер, 2015 г. — 416 с.
4. Мелкумов Я. С. Организация и финансирование инвестиций. Учебное пособие: моногр. ; ИНФРА-М - М., 2017. - 248 с.
5. Федеральный закон от 25.02.1999 № 39-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» // Собрание законодательства РФ. - 01.03.1999. - № 9. - ст. 1096. [Электронный ресурс], (дата обращения: 1.12.2017)

Стародубцева Ю.А., Пармухина К.В.
Научн. рук.: канд. ист. наук, доц. Соломатин Е.Н.
Тульский Государственный Университет

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ И МОДЕЛИ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Математика довольно давно и успешно служит людям. Потребности практической деятельности людей, науки и техники постоянно ставят перед математикой новые задачи, стимулируя её развитие. Прогресс в математике делает математические методы более эффективными, расширяет сферу их применения и, тем самым, способствует общему научно-техническому прогрессу и развитию производительных сил.

Современная математика интенсивно проникает в другие науки. Во многом это происходит благодаря её дифференциации на ряд самостоятельных областей. Математика является тем универсальным средством, с помощью которого подтверждается универсальность законов окружающего нас мира.

Экономика, как наука об объективных причинах функционирования и развития общества, ещё со времён Адама Смита пользуется разнообразными количественными характеристиками, а потому вобрала в себя большое число математических дисциплин.

Применение математических методов в экономике началось в теоретико-экономических исследованиях. В 1758 г. лейб-медик короля Людовика XV доктор Франсуа Кенэ (1694-1774) опубликовал первый вариант своей «Экономической таблицы», второй вариант - «Арифметическая формула» - был опубликован в 1766 году. В экономической таблице Кенэ попытался построить первую модель экономики

страны в целом. В своей таблице Кенэ на числовом примере пытался проанализировать, как валовой продукт страны перемещается между социальными группами страны в натуральной и денежной формах.

Родоначальником математической школы считается французский ученый, известный математик, философ, историк, экономист Антуан Огюстен Курно (1801-1877), создатель математической теории спроса. В 1838 г. вышла его знаменитая книга «Исследование математических принципов теории богатства». Именно Курно впервые проанализировал связи спроса и цены при различных рыночных ситуациях. Такой анализ дал ему возможность сформулировать закон спроса и подвести экономическую науку к понятию «эластичность спроса».[2]

Развитие математического моделирования в экономике и производстве в XX веке в значительной мере обязано выдающимся ученым Л.В. Канторовичу, В.В. Леонтьеву, А.Н. Колмогорову, В.В. Новожилову, В. С. Немчинову, А.Л. Лурье и многим другим.

Математическая модель – это совокупность математических функций или уравнений, которые описывают определенные качества изучаемого реального явления или процесса.

Математические модели позволяют описывать существенные связи между экономическими процессами и явлениями, прогнозировать различные экономические показатели, разрабатывать стратегии управления экономическими объектами. [3]

Процесс моделирования, в том числе и экономико-математического, включает в себя три структурных элемента: объект исследования; субъект (исследователь); модель, опосредующая отношения между познающим субъектом и познаваемым объектом. Создание экономико-математических моделей включает в себя несколько этапов:

1. Постановка экономической проблемы и ее качественный анализ. На этом этапе требуется сформулировать сущность проблемы, принимаемые предпосылки и допущения. Необходимо выделить важнейшие черты и свойства моделируемого объекта, изучить его структуру и взаимосвязь его элементов, предварительно сформулировать гипотезы, объясняющие поведение и развитие объекта.

2. Построение математической модели. Это этап формализации экономической проблемы, т.е. выражения ее в виде конкретных математических зависимостей (функций, уравнений, неравенств и др.).

3. Математический анализ модели. На этом этапе чисто математическими приемами исследования выявляются общие свойства модели и ее решений.

4. Подготовка исходной информации. В экономических задачах это, как правило, наиболее трудоемкий этап моделирования, так как дело не сводится к пассивному сбору данных. Математическое моделирование предъявляет жесткие требования к системе информации; при этом надо принимать во внимание не только принципиальную возможность подготовки информации требуемого качества, но и затраты на подготовку информационных массивов. В процессе подготовки информации используются методы теории вероятностей, теоретической и математической статистики для организации выборочных обследований, оценки достоверности данных и т.д.

5. Численное решение. Этот этап включает разработку алгоритмов численного решения задачи, подготовку программ на ЭВМ и непосредственное проведение расчетов; при этом значительные трудности вызываются большой размерностью экономических задач.

6. Анализ численных результатов и их применение. На этом этапе, прежде всего, решается важнейший вопрос о правильности и полноте результатов моделирования и применимости их как в практической деятельности, так и в целях усовершенствования модели. [4]

Классификация экономико-математических методов сводится к классификации научных дисциплин, входящих в их состав. Хотя общепринятая классификация этих дисциплин пока не выработана, в составе экономико-математических методов можно выделить следующие разделы:

- экономическая кибернетика: системный анализ экономики, теория экономической информации и теория управляющих систем;

- математическая статистика: экономические приложения данной дисциплины — выборочный метод, дисперсионный анализ, корреляционный анализ, регрессионный анализ, многомерный статистический анализ, факторный анализ, теория индексов и др.;

- математическая экономика и изучающая те же вопросы с количественной стороны эконометрика: теория экономического роста, теория производственных функций, межотраслевые балансы, национальные счета, анализ спроса и потребления, региональный и пространственный анализ, глобальное моделирование и др.;

- методы принятия оптимальных решений, в том числе исследование операций в экономике. Это наиболее объемный раздел, включающий в себя следующие дисциплины и методы: оптимальное (математическое) программирование, сетевые методы планирования и управления, программно-целевые методы планирования и управления, теория и методы управления запасами, теория массового обслуживания, теория игр, теория и методы принятия решений, теория расписаний. В оптимальное (математическое) программирование входят в свою очередь: линейное программирование, нелинейное программирование, динамическое программирование, дискретное (целочисленное) программирование, мелко-линейное программирование, параметрическое программирование, сепарабельное программирование, стохастическое программирование, геометрическое программирование;

— методы и дисциплины, специфичные отдельно как для централизованно планируемой экономики, так и для рыночной (конкурентной) экономики. К первым можно отнести теорию оптимального функционирования экономики, оптимальное планирование, теорию оптимального ценообразования, модели материально-технического снабжения и др. Ко вторым — методы, позволяющие разработать модели свободной конкуренции, модели капиталистического цикла, модели монополии, модели индикативного планирования, модели теории фирмы и т.д.;

— методы экспериментального изучения экономических явлений. К ним относят, как правило, математические методы анализа и планирования экономических экспериментов, методы машинной имитации (имитационное моделирование), деловые игры.

По масштабу моделируемой системы экономико-математические модели делятся на:

1. Макроэкономические модели. Они описывают экономику государства или экономико-географического региона в целом, связывая между собой укрупненные показатели: валовой национальный продукт, национальный доход, инфляцию, уровень занятости и т.п. Обычно такие модели являются теоретическими.

2. Микроэкономические модели. В них моделируемой системой является небольшая часть макроэкономической системы, чаще всего отдельное предприятие или его подразделение. Эти модели обычно носят оптимизационный характер и являются смешанными (полуэмпирическими).

Мы предлагаем рассмотреть метод математического моделирования в конкретном исследовании.

Основные характеристики данного исследования:

А) Математическая модель - статистика.

Б) Исследование проведено на макроуровне. Анализ корреспондентов в период до Столыпинских реформ.

В) Основные корреспонденты в период с 1908 по 1912 гг. – крестьяне.

Г) Число крестьян увеличилось в период с 1908 по 1912 гг. с 44,4 до 59,7 на 34,5 %.

Д) Число владельцев уменьшилось на 43%; управляющих на 11%

После анализа математической модели были приняты следующие решения:

А) Российское правительство было вынуждено искать резервы в деле производительности труда в аграрном секторе.

Б) Поиск дополнительных земель для сельского хозяйства или переход на интенсивный способ.

На основе статистики можно сделать такие выводы как:

А) Наиболее распространенной в исследовательском регионе является аренда земли под посев главных хлебов России.

Б) Рост арендных отношений среди крестьян из-за нехватки земли.

В) Утверждение в российской деревне института собственности.

Г) Хлебопашество - главное занятие населения центральных губерний.[5]

Таблица 1. Число корреспондентов

| Годы | Общее число корреспондентов | % отношение к общему числу | | | | | | |
|------|-----------------------------|----------------------------|-------------|-------------------|---------|-----------|--------|-------------|
| | | Владельцы | Управляющие | Священнослужители | Учителя | Крестьяне | Прочие | Неизвестные |
| 1908 | 518 | 15.1 | 3.9 | 18.1 | 10.6 | 44.4 | 6.3 | 1.5 |
| 1909 | 597 | 11.7 | 3.5 | 20.8 | 11.1 | 46.6 | 5.5 | 0.8 |
| 1910 | 668 | 7.8 | 3.6 | 17.2 | 10.6 | 56.0 | 4.6 | 0.2 |
| 1911 | 725 | 7.4 | 3.2 | 17.4 | 9.8 | 56.7 | 4.7 | 0.8 |
| 1912 | 597 | 6.5 | 3.5 | 15.7 | 9.7 | 59.7 | 4.9 | - |

Сегодня математическое моделирование сложных экономических процессов решает ряд комплексных задач, таких как: выявление реальных структурных элементов среды, которые оказывают наибольшее влияние на развитие экономической и политической ситуации в стране и в мире; оценка возможных вариантов развития событий и, соответственно, оценка уровня риска в результате предполагаемых действий субъектов экономики или даже политики властей; прогнозирование результатов применения различных экономических мер и инструментов; а также оценка текущего уровня экономического развития региона, страны, мира.

Кроме того, математическое моделирование экономических процессов позволяет углубиться в количественный анализ экономических проблем. А этот факт, в свою очередь, позволяет принимать совершенно новые стратегические решения, которые способны сильно изменить экономическую ситуацию как в стране, так и мире в целом.

Список литературы

1. Каменева С.А. Математические функции, используемые в экономике//Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2016. - №2, том 2
2. Запорожцева И.А., Казарян Р.А. Математические методы в экономике// Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 3-4.
3. Каменева С.А., Борискина И.П. Математическое моделирование в экономике// Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2016. - №2, том 2
4. Экономико-математические методы и прикладные модели: учебник для бакалавриата и магистратуры / А. Н. Гармаш, И. В. Орлова, В. В. Федосеев; под ред. В. В. Федосеева. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 328 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.
5. Соломатин Е.Н. Столыпинская аграрная реформа в центральной России: причины, методы исследования, источники// Сборник трудов Международной научно-исторической конференции имени академика Л. Блюментроста. №1. – Берлин: Wissenschaftliche Welt e. V., 2013., Стр. 166-176

Раздел V. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ НАУК

Антипкина Е.А.

Научн. рук.: канд. полит. наук, доц. Барина В.И.

Тулский филиал Финуниверситета

«В КАКИЕ ПЕРИОДЫ РУССКОЙ ИСТОРИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОСУДАРСТВЕННОГО АППАРАТА БЫЛА НАИБОЛЕЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОЙ?»

В истории России можно проследить различные модели государственного управления. Наиболее эффективным, на наш взгляд, было правление двух «Великих» людей периода Российской империи: Петра I (1689 - 1725) и Екатерины II (1762-1796), результатом деятельности которых стало ускоренное социально-экономическое развитие страны и преодоление отсталости России от Европы [2]. Рывок России во многом был обеспечен реформированием системы центрального и местного управления.

Петровские инновации начались в 1711 г. с создания Сената – верховного органа управления страной, высшего распорядительного органа по судебным, финансовым, военным и зарубежным делам. Для контроля и надзора за деятельностью Сената была введена должность генерал-прокурора. На смену приказной системе приходят 12 коллегий, которые ведали политическими, промышленными и финансовыми делами, формировались из представителей дворянства. В подчинении коллегий находились губернская, провинциальная и уездная администрации.

В целях укрепления власти на местах была произведена реформа системы местного управления. Территория России была разделена на восемь губерний. Управляли губерниями губернаторы, наделенные всей полнотой административно-полицейской и судебной власти. Губернии делились на провинции, провинции на уезды, во главе которых ставились местные дворяне. В 1720 г. был создан Главный магистрат, который контролировал дела городских магистратов. Они избирались имущим населением для ведения внутригородских дел: сбора налогов и судебного делопроизводства при разбирательстве тяжб между горожанами. [1, с.91-92]

В 1721 г. Петр I ликвидирует патриаршество и вводит Синод, ставя дела религии под контроль светских чиновников. Это означало победу светской власти над духовной.

«Табель о рангах» обеспечивал мобильность управления, более совершенная организация труда, четкий иерархический порядок. Большое внимание уделяется созданию двух контрольных систем фискалитета и прокуратуры.

В результате внешней политики Петра Россия из слабой и почти неизвестной страны превратилась в империю, крепко вставшую на берегах Балтийского моря. Армия, возвращенная Петром, более ста лет не знала поражений в больших сражениях. Но плата за эти завоевания также была велика.

Страна была разорена непосильным бременем двадцатилетних военных действий, множество людей погибло в ходе войны, сгнуло в болотах при постройке Санкт-Петербурга. Преобразования и завоевания Петра, вырвавшие Россию вперед, одновременно усилили крепостнический гнет народных масс и, тем самым, породили новые противоречия. Таким образом, в годы правления Петра I было создано абсолютистское бюрократическое государство. Новая административная система оказалась весьма устойчивой и сохранялась вплоть до начала XX века. [3]

При Екатерине II завершился длительный процесс укрепления государственного аппарата и упорядочения социальной структуры общества. Оно было официально разделено на пять сословий: дворянство, духовенство, купечество, мещанство, крестьянство.

В 1775 г. была проведена губернская реформа, их число увеличилось до 50. Было осуществлено разделение административных, финансовых и судебных функций. Финансово-хозяйственными делами в масштабах губернии занималась казенная палата, руководимая вице-губернатором. В каждой губернии было создано новое учреждение - приказ общественного призрения, занимавшийся школами, медицинскими, благотворительными учреждениями.

Рассматриваемая эпоха называлась «золотым веком дворянства». В апреле 1785 г. Екатерина утвердила дворянские сословные привилегии в Жалованной грамоте дворянству, в соответствии с которой создавалась местная корпорация - «дворянское общество». Дворяне могли раз в три года созывать губернское дворянское собрание, а в уезде - уездное дворянское собрание. Его компетенция была широкой: на нем выбирались предводители дворянства, заседатели судов и судьи, оно ходатайствовало о нуждах дворян, решало финансовые вопросы и т.д. Дворяне освобождались от податей и телесных наказаний, судить их мог только дворянский суд. Ряд историков называют сложившуюся систему «дворянской демократией».

«Грамота на права и выгоды городам Российской империи» стимулировала развитие самоуправления. В городах стали созываться городские собрания. Право выбирать и быть избранными получили те, кто достиг 25 лет и имел достаточно высокий годовой доход. Собрание выбирало городского голову и гласных «общей городской думы». Екатерине II удалось создать на местах сильный, разветвленный аппарат власти, обеспечивающий внутривластную стабильность, активное законотворчество, развитие культуры и основы обретения национального самосознания.[3]. В результате успешной внешней политики Россия расширила

свои границы, численность её населения достигла 36 миллионов человек. Государство приобретало статус великой мировой державы.

Список литературы:

1. Плотицына Л.А. История государственного управления в России: Учебное пособие. В 2ч. Ч. 1: Государственное управление с древнейших времен до 1917 г. М.: Финакадемия, 2008. 192 с.
2. История России [Электронный ресурс] <http://istoriarusi.ru/index.html>
3. Подробно об истории [Электронный ресурс] <http://www.fullhistoria.ru>

Баззаева З.Т.

Научн. рук.: канд. истор. наук Шелкоплясова Н.И.
Тульский филиал Финуниверситета

АКТУАЛЬНОСТЬ РЕГУЛИРОВАНИЯ БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Огромное значение имеет создание правовых рамок организации контроля и надзора за банковской деятельностью. Постоянное развитие банковской системы возможно только при эффективном управлении ею со стороны государственных органов. Отставание правового регулирования от реальных условий деятельности банков становится условием многочисленных нарушений со стороны кредитных организаций.

Формирование новой денежно-кредитной системы и создание условий (правовой основы) для эффективного осуществления банковской деятельности в Российской Федерации являются важнейшей составляющей единой экономической политики государства. Однако регламентация таких общественных отношений идет не столь быстрыми темпами.

Банковская система Российской Федерации — это совокупность взаимосвязанных элементов, которая включает Центральный банк, кредитные организации, состоящие из коммерческих банков и других кредитно-расчетных учреждений, иногда объединенных в рамках холдингов, а также банковскую инфраструктуру и банковское законодательство. Федеральный закон от 2 декабря 1990 г. «О банках и банковской деятельности» определяет понятие банковской системы следующим образом: банковская система РФ включает Банк России, кредитные организации, а также филиалы и представительства иностранных банков.²

Банковская деятельность напрямую связана с финансовой деятельностью и играет значительную роль в экономике, в повышении заинтересованности государства в ее развитии. Банк России и кредитные организации относятся как к субъектам финансовой, так и банковской деятельности, правовое содержание этой взаимосвязи видно в общих интересах по становлению финансового рынка. Финансовая деятельность государства, как специфичная деятельность, направленная на образование, распределение и использование централизованных и децентрализованных фондов денежных средств, обеспечивает бесперебойное функционирование государства.

Регулирующее государственное воздействие на банковские отношения в пределах своей компетенции оказывают: Президент РФ, Федеральное Собрание РФ, Правительство РФ, Банк России. Не случайно в Законе о банках установлено, что правовое регулирование банковской деятельности осуществляется Конституцией Российской Федерации, Законом о банках, Законом о Банке России, другими федеральными законами, нормативными актами Банка России. Банковское законодательство — это специфическое структурное образование в системе российского законодательства, в которое входят нормы различных отраслей права, регулирующих разнообразные аспекты деятельности кредитно-банковской системы. Такое структурное образование одни авторы называют комплексной отраслью законодательства, другие — комплексной отраслью права.

Одним из главных недостатков в финансово-правовом регулировании банковской деятельности является отсутствие до настоящего времени нормативного закрепления ряда основополагающих категорий, имеющих теоретическую и практическую значимость. Поэтому задача разработки основных юридических понятий и категорий в сфере финансово-правового регулирования банковской деятельности необходима и актуальна.

Банковское законодательство — это комплексная отрасль законодательства, постепенно перерастающая в отрасль права, иначе говоря, это совокупность гражданско-правовых норм, регулирующих товарно-денежные отношения, складывающиеся при осуществлении банками и кредитно-финансовыми учреждениями своей деятельности.

Комплексный характер банковского законодательства позволяет относить к нему наряду со специальными банковскими законами другие федеральные законы, которые содержат нормы, в той или иной мере затрагивающие банковскую деятельность. К ним, в частности, относятся нормы, содержащиеся в Гражданском, Уголовном, Трудовом кодексах РФ, Законе о валютном контроле и некоторых других.

² Федеральный закон от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 26.07.2017) "О банках и банковской деятельности"

Специальное банковское законодательство включает Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», Закон о банках, Закон о банкротстве банков, Закон о реструктуризации банков и др. Они занимают ведущее место среди источников правового регулирования банковской деятельности, а центральное место среди них занимают Федеральный закон «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» и Закон о банках.³

Современная банковская система России создана в результате реформирования государственной кредитной системы, сложившейся в период централизованной плановой экономики. Банки в РФ создаются и действуют на основании Федерального закона от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 26.07.2017) "О банках и банковской деятельности", в котором дано определение кредитных организаций и банков, перечислены виды банковских операций и сделок, установлен порядок создания, ликвидации и регулирования деятельности кредитных организаций и т. п.

В действующем законодательстве закреплены основные принципы организации банковской системы России, к числу которых относятся следующие:

- двухуровневая структура;
- осуществление банковского регулирования и надзора центральным банком;
- универсальность деловых банков;
- коммерческая направленность деятельности банков.

Двухуровневая структура построения банковской системы России реализуется путем конкретного законодательного разделения функций центрального банка и всех остальных банков. Центральный банк РФ как верхний уровень банковской системы выполняет функции денежно-кредитного регулирования, банковского надзора и управления системой платежей и расчетов в стране. Он может проводить банковские операции, которые необходимы для выполнения данных функций, только с российскими и иностранными кредитными организациями, а также с Правительством РФ, представительными и исполнительными органами государственной власти, органами местного самоуправления, государственными внебюджетными фондами, воинскими частями. Банк России не имеет права осуществлять банковские операции с юридическими лицами, не являющимися кредитными организациями, и с физическими лицами (кроме военнослужащих и служащих Банка России). Он не может прямо выходить на банковский рынок, предоставлять кредиты непосредственно предприятиям и организациям и не должен участвовать в конкуренции с коммерческими банками. Коммерческие банки и другие кредитные организации образуют второй, нижний уровень банковской системы. Они осуществляют посредничество в расчетах, кредитовании и инвестировании, но не принимают участия в разработке и реализации денежно-кредитной политики, а ориентируются в своей работе на установленные Банком России параметры денежной массы, ставок процента, темпов инфляции и т. п. В процессе своего функционирования эти банки должны выполнять нормативы и требования Банка России по уровню капитала, созданию резервов и др.

Цели государственного регулирования банковской системы подразумевают установление общих правовых рамок банковской деятельности и основ структурного построения банковской системы. Большое значение имеет создание правовых рамок организации контроля и надзора за банковской деятельностью. Стабильное развитие банковской системы возможно только при эффективном управлении ею со стороны государственных органов.

Система государственного управления в сфере банковской деятельности должна обеспечивать согласованные совместные действия уполномоченных государственных органов, прежде всего федеральных органов исполнительной власти. Это ставит задачи четкого разграничения компетенции между ними, создания условий для взаимодействия, исключения дублирования полномочий в рассматриваемой сфере.

Банковское законодательство России, динамично развивающееся уже почти полтора десятилетия, не стоит на месте. Хотя надо сказать, что процесс принятия новых правовых документов становится все сложнее. Нередко даже на внесение, казалось бы, незначительных изменений в ту или иную статью действующего закона уходят многие месяцы согласований. Тем не менее, российские парламентарии продолжают принимать серьезные законодательные решения, совершенствуя правовую базу в интересах эффективной деятельности финансовых институтов.

Государственное регулирование банковской деятельности представляет собой нормотворческую и индивидуально-властную деятельность, направленную на упорядочение банковской системы в целом, создание условий для функционирования кредитных организаций. Оно направлено на формирование и поддержание устойчивого правового порядка в сфере банковской деятельности, защиту прав и законных интересов ее участников и частных лиц. Государственное регулирование банковской деятельности осуществляется с целью реализации и защиты публичного интереса в сфере банковской деятельности.

Государственное регулирование банковской деятельности склоняется, прежде всего, к установлению общеобязательных правил ее осуществления и надзору за их исполнением в интересах стабильности всей экономики. При этом надзорные и регулятивные полномочия органов государственного управления банковской деятельности выражаются в правовом регулировании, в государственной регистрации кредитных организаций и лицензировании банковских операций, в установлении для кредитных организаций обязательных

³ Федеральный закон от 10.07.2002 N 86-ФЗ (ред. от 18.07.2017) "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)"

экономических нормативов, правил проведения банковских операций, предъявлении квалификационных требований к руководителям кредитной организации, надзоре за исполнением всех нормативных правовых актов, касающихся осуществления банковской деятельности и применения в случае обнаружения нарушений установленных в законе санкций к нарушителю.⁴

Банк России как орган денежно-кредитного регулирования во взаимодействии с Правительством РФ и в тесном контакте с Министерством финансов РФ разрабатывает и проводит единую государственную денежно-кредитную политику. Денежно-кредитная политика, проводимая Центральным банком РФ, осуществляется в рамках финансовой деятельности. Денежно-кредитное регулирование — это совокупность осуществляемых Банком России мер, направленных на изменение таких показателей денежного обращения, как денежная масса в обращении, объем выдаваемых кредитов, уровень процентных ставок и других факторов, влияющих на состояние рынка ссудных капиталов и на денежное обращение. Основная цель совершенствования банковского законодательства — это создание правовой основы для эффективного осуществления банковской деятельности, а также для защиты прав и интересов инвесторов и клиентов банков и других финансово-кредитных учреждений. Банковское законодательство России шаг за шагом выходит на уровень передовых международных стандартов. Хотя, конечно, сам процесс принятия принципиально важных правовых документов и введения их в жизнь в условиях российских реалий зачастую сопровождается серьезными столкновениями интересов и в силу этого довольно затяжными дискуссиями.

Список литературы

1. Федеральный закон от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 26.07.2017) "О банках и банковской деятельности"
2. Федеральный закон от 10.07.2002 N 86-ФЗ (ред. от 18.07.2017) "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)"
3. Деньги, кредит, банки: // под ред. В. В. Иванова, Б. И. Соколова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2017 г. — 356 с.
4. Костирина, Т.Н. Банковское дело: практическое пособие.– М.: Изд. центр ЕАОИ, 2015. – 360 с.

Балюра Д.О.

Научн. рук: канд. истор. наук Шелкоплясова Н.И.
Тулский филиал Финуниверситета

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФИНАНСОВОГО КОНТРОЛЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Государственный финансовый контроль представляет собой контроль за законностью и целесообразностью действий в области образования, распределения и использования денежных фондов государства и субъектов местного самоуправления в целях эффективного социально-экономического развития страны и отдельных регионов.

В современных условиях рыночной экономики в России очень важна достоверность информации. В связи с этим возникает потребность совершенствовать контрольную деятельность с целью повышения ее действенности и эффективности.

Воздействие финансов на экономику тесно связано с деятельностью государства, которое является субъектом управления, обеспечивающим организацию и функционирование всех элементов социально-экономической системы. Регулирующая роль государства в рыночной экономике связана с решением возникающих проблем:

- ликвидацией так называемых «провалов рынка», когда последний не обеспечивает оптимального использования финансовых и материальных ресурсов с позиции общественных интересов;
- поддержание экономической стабильности путем регулирования общеэкономического равновесия, сглаживания негативных последствий финансовых кризисов, обеспечения экономического роста в стране;
- обеспечение достойного качества жизни для финансово уязвимых слоев населения через перераспределение доходов;
- предоставление государственных (муниципальных) услуг социальной направленности (образование, здравоохранение, культура, национальная оборона, охрана правопорядка и др.). [6, с.32]

По моему мнению, система прогрессивного и действенного государственного финансового контроля обеспечивает законность, целевой характер, эффективность и результативность использования государственных финансовых ресурсов, сохранность государственной собственности. Для государственного сектора России, в который активно проникают и развиваются рыночные отношения, государственный

⁴ Деньги, кредит, банки: // под ред. В. В. Иванова, Б. И. Соколова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2017 г. — 356 с.

финансовый контроль представляет собой необходимый инструмент управления финансовыми отношениями и реализации финансовой политики.

Основные задачи государственного финансового контроля:

- проверка сохранности, эффективности и целевого использования бюджетных средств бюджетополучателями;
- обеспечение возврата незаконно использованных государственных средств и доходов от их использования;
- проверка своевременности и полноты образования целевых фондов финансовых ресурсов;
- экспертиза проектов государственных программ, контроль за их выполнением;
- предоставление органам государственной власти информации о результатах проведенного контроля;
- контроль за формированием государственных финансовых ресурсов и государственной собственности. [4, с.317]

В широком смысле объектом государственного финансового контроля выступают процессы формирования, распределения и использования финансовых ресурсов государства экономическими субъектами; а в узком смысле объектом государственного финансового контроля являются организации, использующие государственные (муниципальные) финансовые ресурсы и государственную (муниципальную) собственность [5, с. 22].

Предназначение государственного финансового контроля состоит в том, чтобы исключить нецелевое и нерезультативное использование средств, проверить законность совершения операций, определить насколько являются обоснованными и эффективными принятые управленческие решения, а также степень их реализации, выявить отклонения от утвержденных стандартов и разработать меры, улучшающие финансовое положение конкретного хозяйствующего субъекта. Финансово-бюджетная дисциплина требует четкого соблюдения законодательных положений, последовательного выполнения трудовой, договорной, расчетной и платежной дисциплины.

Одним из ключевых классификационных признаков и элементов системы государственного финансового контроля является «субъект контроля», в соответствии с чем в отечественной теории и на практике принято подразделять государственный финансовый контроль на внешний и внутренний:

- внешний, осуществляемый специальными контрольными органами (созданными по принципу независимости от органов исполнительной власти).
- внутренний, осуществляемый в соответствии с принципом разделения властей, закрепленных в Конституции РФ, органами исполнительной власти всех уровней либо контрольными структурами, наделенными соответствующими полномочиями. [5]

Стоит отметить, что для того, чтобы финансовый контроль мог нормально функционировать и быть под постоянным наблюдением, существуют специализированные органы, занимающиеся выполнением данных функций. Они перечислены в Указе Президента РФ "О мерах по обеспечению государственного финансового контроля в Российской Федерации". К ним относятся:

- Счетная палата РФ;
- Центральный банк РФ;
- Министерство финансов РФ (Главное управление федерального казначейства и Контрольно-ревизионное управление);
- Федеральная налоговая служба;
- Федеральная таможенная служба;
- Федеральная служба финансово-бюджетного надзора;
- контрольно-ревизионные органы федеральных органов исполнительной власти, а также иные органы, осуществляющие контроль за поступлением и расходованием средств федерального бюджета и федеральных внебюджетных фондов. [2]

Счетной палате РФ в системе финансового контроля со стороны представительных органов принадлежит особое место.

Счетная палата РФ — это не зависимый от Правительства РФ постоянно действующий орган финансового контроля, наделенный широкими полномочиями и подотчетный Федеральному Собранию РФ. Его деятельность регулируется Федеральным законом от 11.01.1995 N 4-ФЗ «О Счетной палате Российской Федерации». [3]

В соответствии с п. 5 ст. 101 Конституции РФ «для осуществления контроля за исполнением федерального бюджета Совет Федерации и Государственная Дума образуют Счетную палату». [1]

Законом установлено, что в процессе реализации поставленных перед Счетной палатой задач она осуществляет контрольно-ревизионную, экспертно-аналитическую, информационную и иные виды деятельности, обеспечивает единую систему контроля за исполнением федерального бюджета и бюджетов федеральных внебюджетных фондов.

В задачах Счетной палаты установлены основные объекты контроля: бюджет, внебюджетные фонды, государственное имущество, государственные средства в финансовых учреждениях. Установлены и основные параметры (критерии) контроля: законность использования средств, рациональность, эффективность, своевременность получения, движения и расходования государственных финансовых ресурсов, соответствие доходов и расходов установленным плановым показателям, соответствие расходов целевому назначению.

В свою очередь, в задачи Федерального казначейства, основанного для воплощения в жизнь государственной бюджетной политики, входит кассовое исполнение бюджетов различных уровней, а также организация контроля на различных стадиях бюджетного процесса.

Обратимся к статистическим показателям, характеризующим текущий уровень развития казначейских органов в России. Так, по данным Федерального казначейства, на 01.01.2017 открыто 338 376 лицевых счетов, среди которых:

- 33 510 лицевых счетов федерального уровня;
- 30 430 лицевых счетов уровня субъекта Российской Федерации;
- 180 826 лицевых счетов уровня муниципальных образований;
- 93 404 лицевых счета, открытых бюджетным и автономным учреждениям. [8]

Несмотря на многолетний опыт существования контрольной деятельности органов федерального казначейства, методологическая база в данной области исследования остается недостаточно разработанной, что влияет на дальнейшее развитие этой сферы.

В системе государственного финансового контроля России существуют некоторые проблемы. Одной из проблем является коррупция, которая пронизывает почти все сферы жизни нашего общества.

Согласно Индексу восприятия коррупции (ИВК), составленном международной организацией Transparency International, Россия занимает 131-е место с 29 баллами из 100 (рисунок 1). В 2016 году первое место в рейтинге заняла Дания с 90 баллами, 176-е Сомали с 10 баллами. 131-ю строчку с Россией разделили Иран, Казахстан, Непал и Украина.

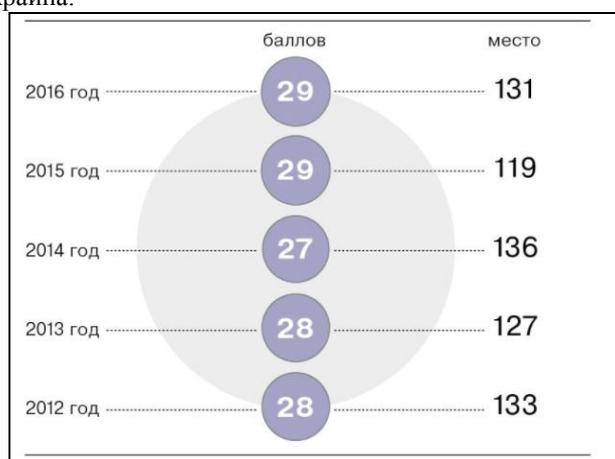


Рисунок 1 – Россия в рейтинге восприятия коррупции 2012-2016 гг. [7]

По официальным данным за пять лет (2012–2016), почти в полтора раза увеличился уровень коррупции в России (Количество дел доведенных до судов: 2012г – 9811, 2016г – 13774).

По информации Росстата, потери страны от коррупционных схем достигали 7% ВВП в 2011 году. Сегодня, по оценкам независимых экспертов, показатель равен 25–48 % ВВП. Статистика преступлений в сфере коррупции представлена на рисунке 2. [11]

| № | Наименование статьи УК РФ | 2010 год | 2015 год |
|---|--|----------|----------|
| 1 | Злоупотребления должностными полномочиями – ст.285 УК РФ | 4687 | 1705 |
| 2 | Раскрываемость по данной статье | 4165 | 1165 |
| 3 | Получение взятки – ст.290 УК РФ | 7747 | 4744 |
| 4 | Количество предварительно расследованных дел по статье | 6620 | 3757 |
| 5 | Дача взятки – ст.291 УК РФ | 4265 | 5012 |
| 6 | Предварительно расследовано дел | 4073 | 4583 |

Рисунок 2 - Статистика преступлений в сфере коррупции [11]

Если медицину, образование, ЖКХ чаще можно отнести к бытовой коррупции, то в государственной сфере лидируют следующие направления:

- система госзаказов и госзакупок;
- выдача разрешений и сертификатов;
- правоохранительные органы;
- выделение земель и регулирование земельных отношений;

- сфера строительства. [7]

Таким образом, система государственного финансового контроля в РФ является недостаточно эффективной.

Похожим образом можно описать и проблему коррупции в других странах. Из стран Азиатско-Тихоокеанского региона наиболее заметную антикоррупционную политику, прозванную «убийством тигров и мух» проводит Китай. Но, несмотря на предпринимаемые меры, статистика коррупции в Китае отражает снижение с 40 до 36 баллов. [10]

Показатели стран Западной Европы более стабильны и высоки. Однако, по данным антикоррупционного агентства OLAF, каждый год ЕС теряет треть своего бюджета. Причиной является коррупция в Европе. Статистика ее значительно выросла за последние годы. [10]

В таблице ИБК Германия занимает одну из лидирующих позиций. Но и здесь иногда возникают скандалы. По статистике коррупция в Германии побеждена не до конца. Многие еще не забыли самое громкое дело последних лет, в котором был замешан президент Вульф.

74 баллами в таблице ИБК характеризуется коррупция в США. По информации правоохранительных органов с 2013 года арестовано более двух тысяч сотрудников федеральных и низовых ведомств за различные случаи бытовой коррупции. [10]

Тем не менее, коррупция за рубежом имеет многолетнюю историю борьбы с этим явлением. Положительный опыт имеет Япония, Сингапур и другие страны, которые можно использовать с учетом национальных факторов.

На современном этапе органами исполнительной власти России осуществляется активное внедрение информационно-технических средств в обеспечение процессов управления качеством оказания бюджетных услуг. Действенное функционирование этих технологий имеет непосредственную связь с мероприятиями по внутреннему контролю.

К примеру, в России активно внедряется система электронных государственных услуг. К основным целям можно отнести информатизацию процесса оказания госуслуг, прозрачность взаимодействия с государственными органами, снижение коррупции, сокращение времени ожидания в очереди при обращении заявителя в орган госвласти для получения госуслуги.

В Единой системе идентификации и аутентификации (ЕСИА) в настоящее время зарегистрировано почти 29 млн пользователей. За первое полугодие 2016 года прирост составил 6,4 млн человек. Сохраняется темп роста количества новых пользователей в системе, наметившийся в конце 2015 года, — более 1 млн человек в месяц. [9]

Мобильное приложение «Госуслуги» также демонстрирует значительный рост заказанных федеральных услуг: 168 тыс. услуг — в первом полугодии 2015 года, 43,6 млн — в 2016 году. На сегодняшний день мобильное приложение ежемесячно запускают более 500 тыс. пользователей, получая 9,1 млн государственных услуг. Последняя версия приложения оценивается пользователями в магазинах приложений в 4,5 балла из 5. [9]

Таким образом, совершенствование системы контроля должно осуществляться в рамках трех аспектов:

- Организационного;
- Мотивационного;
- Информационно-технического. [6, с.33]

Реализация организационного аспекта предполагает расширение сотрудничества системы органов Федерального казначейства с другими органами власти.

В рамках мотивационный аспект необходимо продолжить разработку и реализацию мероприятий по мотивации персонала и общественных структур по совершенствованию контрольной деятельности системы органов федерального казначейства. Так, в рамках этого мероприятия уже реализованы конкурсы на лучшее освещение контрольных мероприятий в средствах массовой информации, о лучшем контрольно-аудиторском подразделении Федерального казначейства России.

Реализация информационно-технический аспект имеет особое значение и должна быть направлена на автоматизацию процессов контроля, создание условий для эффективного осуществления дистанционных форм контроля.

Совершенствование системы государственного финансового контроля позволит обеспечить условия для гибкого управления государственным бюджетом, увеличить скорость финансирования государственных программ, минимизировать негативные последствия нецелевого использования бюджетных средств.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru>. (дата обращения: 25.09.2017).
2. О мерах по обеспечению государственного финансового контроля в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Указ Президента РФ от 18.07.2001 N 872 (ред. от 23.12.2016). <http://www.consultant.ru>.
3. О Счетной палате Российской Федерации [Электронный ресурс]: Указ Президента РФ от 11.01.1995 N 4-ФЗ (ред. от 17.07.2016). <http://www.consultant.ru>.
4. Запольский С.В. Финансовое право: учебник. М.: Юрайт, 2017. 491 с.
5. Мальцев В.А. Финансовое право: учебник. М.: КНОРУС, 2016. 237 с.

6. Будагова Н. В. Функции органов федерального казначейства при исполнении бюджетов различных уровней // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2015. № 22. С. 30 – 33.
7. В России оценили уровень коррупции [Электронный ресурс] <https://apostrophe.ua/news/world/ex-ussr/2017-03-29/v-rossii-otsenili-uroven-korrupsii-v-strane-opublikovana-infografika/91627> (дата обращения 11.10.2017)
8. Официальный сайт федерального казначейства [Электронный ресурс] <http://www.roskazna.ru> (дата обращения 25.09.2017)
9. Подведены итоги работы портала госуслуг в первом полугодии 2016 года [Электронный ресурс] <http://minsvyaz.ru/ru/events/35420/> (дата обращения 11.10.2017)
10. Статистика коррупции в мире [Электронный ресурс] <http://vawilon.ru/statistika-korrupsii-v-mire/> (дата обращения 11.10.2017)
11. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] <http://www.gks.ru> (дата обращения 09.10.2017)

Войтов В. Ю., Мишина Ю. И.
 Научн. рук.: канд. полит. наук, доц. Барина В.И.
 Тульский филиал Финуниверситета

СОВРЕМЕННАЯ РОССИЯ КАК СОЦИАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВО

Что значит социальное государство? Какие признаки ему присущи? Каждое ли государство является социальным?

Социальное государство — это государство, главным принципом которого является стремление к справедливому распределению благ в стране. минимизация негативных последствий материального расслоения общества. Основной акцент делается на помощи гражданам, находящимся в сложной жизненной ситуации. Понятие социального государства тесно связано с политикой социального обеспечения, когда государство берет на себя обязательства по поддержанию достойного уровня жизни нуждающихся граждан за счет перераспределения доходов населения.

Идея "социального государства" появилась в середине 19 века и принадлежит немецкому экономисту Лоренцу фон Штейну. Он провел глубокий анализ процесса формирования капитализма в Германии и пришел к выводу, что государство должно строиться на принципах равенства и справедливости, не допускать большой разницы в доходах различных слоев населения, тем самым предупреждать массовую бедность. [3, с.35]

Теоретические основы социального государства были реализованы в Германии, США, Великобритании, Канаде, Австралии, Японии и др. странах. Первые шаги на пути к созданию социального государства в России были сделаны в начале XX века в качестве уступок самодержавия требованиям рабочих.

Формирование и функционирование социального государства предполагает наличие совокупности взаимосвязанных условий: экономических, социокультурных, политико-правовых и других.

Несмотря на различные модели реализации идеи социального государства, им присущи общие характерные признаки:

- справедливая оплата труда, гарантированная государством.
- высокое качество удовлетворения потребностей населения.
- правовые социально-экономические гарантии осуществления мер и выполнение государством его социальных обязательств.
- обеспечение функционирования института оказания социальной поддержки инвалидов, пенсионеров, детей и многодетных семей.
- преобладание в системе общества среднего класса.
- доступность для населения учреждений здравоохранения, культуры, образования и др.
- правовой режим решения социальных конфликтов [2, с.95].

Является ли наша страна социальным государством? Согласно статье 7 Конституции РФ Российская Федерация является социальным государством. Однако многие исследователи считают, что конституционное положение 1993 года больше отражает стремление, стратегическую цель стать таким государством, нежели уже достигнутую реальность 2017 года. Обратимся к анализу некоторых признаков социального государства, перечисленных выше.

Во-первых, оплата труда. Государство гарантирует достойную оплату труда для всех работающих граждан, вне зависимости от занимаемой должности. Статистика причисляет к бедным только тех, кто имеет уровень доходов ниже прожиточного минимума. По данным Росстата в 2016 году численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума в России выросла до 22,7 миллиона, что составило 15,7 процента от общей численности населения; 64процента бедных – это семьи с детьми . В 2017 году ситуация практически не изменилась в лучшую сторону, что подтверждается снижением покупательской способности населения [5]. По инициативе Президента РФ Путина В.В. МРОТ с 01.01.2018 года составляет 9489 руб. Прожиточный минимум в России составляет в среднем около 10 тысяч рублей, для трудоспособного

населения немного больше. Таким образом, современный российский МРОТ для работающего человека меньше прожиточного минимума, что прямо противоречит не только рассматриваемому признаку социального государства, но и законодательству РФ. Для сравнения, например, в Германии МРОТ составляет около 1750 евро в месяц, а прожиточный минимум - 1473 евро. Во Франции 1484 и 1457, в Великобритании - 1444 и 1378 соответственно. [4, с.55].

Всемирный банк заявил о росте в России «уязвимого населения», или говоря простым языком, живущего от зарплаты до зарплаты на 10 долларов в день, что составляет 53,7 процента граждан страны, при этом почти 14 процентов россиян тратят меньше 5 долларов в день.

Во-вторых, степень удовлетворения потребностей. В декабре 2016 года на заседании Правительства РФ Владимир Путин отметил падение покупательской способности и потребительского спроса у населения России. По данным ЦБ РФ за 2016 год снижение розничного товарооборота составило 5,9 процента. Продажи продовольственных товаров в годовом выражении сократились существенно, чем непродовольственные: на 6,5 и 5,3 процента соответственно.

В-третьих, обеспечение населения социально-значимыми услугами. В современном мире большое влияние на повышение жизненного уровня нации оказывает социальная политика государства, в первую очередь, его затраты на социальные нужды граждан. По бюджету 2017 года, эти затраты в России гораздо меньше, чем предусмотрено стандартами ООН. Например, для достойного обеспечения медицинской помощью государство должно потратить на это 5–7% ВВП, в России — чуть больше 2%.

Следует отметить, что в сложившихся экономических условиях российские власти отдают приоритет социальным обязательствам перед населением. Какова же эффективность реализации мер системы социальной защиты? В России существует большое количество разнообразных социальных программ социальной помощи и поддержки различных категорий населения: малообеспеченных, инвалидов, пенсионеров, детей, оставшиеся без попечения родителей и т.д. Однако на уровень удовлетворенности предоставляемыми программами и услугами, повышение уровня жизни людей они существенно не влияют. Согласно выводам одной из профильных дискуссий на экономическом форуме, в Москве в 2016 году, с каждого рубля, выделяемого из госбюджета на социальные программы, до бедных граждан доходит лишь 11 копеек, на адресную социальную помощь – 28 копеек. Современная система социальной защиты включает охват огромной аудитории населения с небольшими выплатами и часто без учёта реального положения лиц, находящихся в сложной жизненной ситуации. Адресная помощь, по некоторым оценкам, не превышает 15-16 процентов в общей структуре социальных выплат. Пятая часть населения, имеющего доход ниже прожиточного минимума, вообще не включена в социальные программы

В-четвёртых, минимизация социальных различий. В современной России огромный разрыв в уровне жизни и доходов между самыми бедными и самыми богатыми слоями населения при незначительном среднем классе. По официальным данным почти 23 миллиона человек живут за чертой бедности, при этом 89 процентов богатства и ресурсов страны контролируют 10 процентов домохозяйств. Это один из самых высоких показателей в мире. Почти две трети (62 процента) благосостояния в РФ приходится на долю долларовых миллионеров, 26 процентов - на долю миллиардеров. По оценке экспертов, "если миллионеры контролируют свыше 50 процентов богатств в стране, в ней практически не остается места для образования среднего класса" [4, с.59].

По данным агентства Legatum Prosperity Index, учитывающего уровни зарплат, образовательную систему, соотношение цен в государстве и реальное материальное положение среднестатистического гражданина, в 2017 году Россия занимает 61 место в мире по уровню жизни населения, расположившись между Шри-Ланкой и Вьетнамом.

Неудовлетворённость условиями жизни, бедность, алкоголь, наркотики часто становятся причинами добровольного ухода из жизни. Согласно официальной статистике в 2016 году было совершено 23,1 тысяч самоубийств, в 2015 году около 25 тысяч. В мировом рейтинге по доле самоубийств на 100тысяч населения Россия сегодня занимает 15 место, между Угандой и Туркменистаном, 2-е место в Европе по количеству детей, оставшихся без попечения родителей, 1-е место по количеству разводов, одно из лидирующих мест по количеству аборт и 119 место в мире по уровню восприятия коррупции. [5]

Таким образом, мы попытались ответить на поставленные в начале статьи вопросы. Приведённые аргументы позволяют сделать вывод: современная Россия не отвечает в полной мере условиям, признакам и стандартам социального государства. На темпы реализации конституционного положения о социальном государстве в Российской Федерации оказывают воздействие различные внутренние и внешние факторы, главными среди которых являются экономическая ситуация в стране и сложная обстановка в мире.

Список литературы:

1. Григорьева И.А.- Социальная политика: взаимодействие государства, общества и человека. – Санкт-Петербург, 2015.-
2. Нечаева Е. Г.- Социальное государство: правовое понимание и практика.- Москва, 2013.-
3. Ночвина Б.А.- Становление и развитие институтов и концепций социального государства в Германии. - Н. Новгород, 2014.-
4. Роик В.Д. Социальная модель государства: Опыт стран Европы и выбор современной России. / В.Д. Роик. // Государственная власть и местное самоуправление. - 2016. - №10. - С. 52-60.
5. www.gks.ru.

БАНКОВСКАЯ ГАРАНТИЯ КАК СПОСОБ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИСПОЛНЕНИЯ КРЕДИТНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ

В силу прямого указания закона среди способов обеспечения исполнения обязательств обозначена банковская гарантия, текстуально объединенная законодателем с поручительством. Банковская гарантия как обеспечительное средство выступает самостоятельным способом обеспечения исполнения обязательств, обладающим особыми признаками.⁵

Банковская гарантия представляет собой вид обеспечения исполнения кредитного обязательства, характеризующегося высокой степенью защиты кредитора и быстрой реализацией им своего права при ненадлежащем исполнении обязательства должником.

В российском законодательстве банковская гарантия, помимо Гражданского кодекса РФ, получила отражение и закрепление в нормах Федеральных законов «О таможенном регулировании в Российской Федерации», «О банках и банковской деятельности», Законе РФ «Об организации страхового дела в Российской Федерации», в правоприменительной практике: информационном письме Президиума ВАС РФ «Обзор практики разрешения споров, связанных с применением норм Гражданского кодекса РФ о банковской гарантии».

Необходимо подчеркнуть, что в свете реформирования гражданского законодательства институт банковской гарантии переименован в независимую гарантию. Однако мы в качестве объекта рассмотрим именно банковскую гарантию как вид независимой гарантии, поскольку для кредитных отношений характерно наличие специального субъекта – кредитной организации, обладающей лицензией Банка России.

По своей природе банковская гарантия – это инструмент передачи кредитного риска от бенефициара к гаранту, выражающийся в предоставлении контрагенту бенефициара – принципалу так называемого гарантийного кредита. Операция по выдаче банковской гарантии представляет собой кредитно-страховую услугу, оказываемую гарантом принципалу за определенную плату.

Необходимо подчеркнуть, что банковская гарантия представляет собой новацию Гражданского кодекса РФ и является неизвестным ранее российскому законодательству способом обеспечения исполнения обязательств. Однако в отечественной юридической литературе высказывается предположение, что банковская гарантия – результат развития института гарантии, нашедшего отражение еще в советском гражданском законодательстве. Гарантия по ГК РСФСР 1964 г. была разновидностью поручительства, адаптированной к административно-командной системе управления экономикой. Отличие же современной банковской гарантии состоит именно в независимости этого способа обеспечения от основного обязательства и особом субъектном составе. Однако институт банковской гарантии хорошо известен международному праву, и его юридическая конструкция была заимствована для включения в отечественное гражданское право. Институт банковской гарантии в Российской Федерации был также сформирован под влиянием международной банковской практики, определяющей два вида гарантий в зависимости от механизма проводимого платежа – условные гарантии и гарантии по первому требованию. При восприятии правовой конструкции отечественным правом был выбран вид гарантии по первому требованию, который предполагает обязанность гаранта произвести платеж при простом требовании бенефициара без необходимости предоставления последним доказательств ненадлежащего исполнения принципалом договорных обязательств.⁶

Безусловно, воспроизведение такого механизма платежа обеспечивает возможность оперативного удовлетворения требований бенефициара, но при этом не достигается цель применения меры обеспечения. Поскольку бенефициар не должен предъявлять доказательств ненадлежащего исполнения принципалом договорных обязательств, полагаем, что существует возможность запуска механизма применения обеспечительной меры и при добросовестном исполнении должником принятых на себя обязательств. Так усложняется понимание взаимосвязи между основным обязательством и банковской гарантией, что, в свою очередь, усложняет и механизм исполнения обязательств и нарушает интересы должника. Для устранения указанного недостатка необходимо включение в гражданское законодательство норм об акцессорном характере обеспечительной меры, что в настоящее время не предусмотрено. Относительно кредитных обязательств, по нашему мнению, более эффективно включение положений о природе банковской гарантии в отдельный закон о кредитовании.

ГК РФ придает банковской гарантии абстрактную форму, в силу которой указанный способ обеспечения обязательства не зависит от основного обязательства, которое он призван обеспечивать. Законодатель не ставит под сомнение независимость гарантии, что находит свое отражение в общем названии института, в связи с чем отличительной особенностью банковской гарантии является то, что с прекращением основного обязательства или признанием его недействительным обеспечение сохраняет свою силу. В

⁵ Тычинин С.В., Романенко Д.И. От банковской гарантии к независимой: правовая природа обязательства по выдаче гарантии в проекте изменений Гражданского кодекса РФ // Банковское обозрение. 2016. № 4.

⁶ Федоров М.М. Банковская гарантия как разновидность поручительства. 2015. С. 19.

цивилистической литературе обозначенное явление получило распространение как заключающееся в том, что уменьшение обязательства заемщика не влечет за собой уменьшения объема ответственности гаранта.⁷

Ряд авторов полагает, что при обеспечении кредитных обязательств невозможно соблюдение принципа независимости банковской гарантии. В частности, А.Л. Меламед считает формулировку ст. 370 ГК РФ неточной; обязательство гаранта не может быть независимым абсолютно от основного обязательства, поскольку в своем требовании об уплате денежной суммы по гарантии бенефициар должен указать, в чем состоит нарушение принципалом основного обязательства, и, следовательно, гарант производит платеж лишь в случае неисполнения принципалом основного обязательства.⁸

На наш взгляд, такая позиция относительно акцессорности банковской гарантии более точно отражает сущность указанного средства обеспечения кредитных обязательств. Точка зрения об акцессорности банковской гарантии должна быть отражена не только правовой доктриной, но и в законодательстве, что обусловлено требованиями практики. Недействительность основного обязательства должна влечь и недействительность банковской гарантии, однако, представляется, что прекращение банковской гарантии не зависит от прекращения основного обязательства, и это придает отношениям в рамках выдачи банковской гарантии особый характер среди прочих акцессорных обязательств.

Как справедливо отмечают С.В. Тычинин и Д.И. Романенко, «... сложность определения правовой природы банковской гарантии состоит в том, что, с одной стороны, законодателем устанавливается независимость гарантии от основного обязательства... С другой стороны, главой 23 ГК РФ банковская гарантия отнесена к способам обеспечения исполнения обязательства, что, вне всякого сомнения, свидетельствует о связи банковской гарантии с основным обязательством».

Считается, что выплата денежных средств гарантом по требованию кредитора принципала возможна только при ненадлежащем исполнении последним принятых на себя обязательств по кредиту. Однако в соответствии с действующим законодательством гарант не имеет возможности проверить подлинность и правомерность требований бенефициара. Необходимо подчеркнуть, что для организации-гаранта важно, чтобы требования по гарантии были правомерны и обоснованы, поскольку это дает возможность сохранить баланс интересов во взаимоотношениях с банком-бенефициаром, а также с принципалом-заемщиком, в роли которого часто выступают крупные организации. Это объясняется тем, что в большинстве случаев банковскими гарантиями обеспечиваются кредиты, выданные для ведения предпринимательской деятельности. В сфере бизнеса существует мнение, что получение кредита под обеспечение банковской гарантией служит наиболее выгодным способом финансирования предпринимательства. Предъявление неправомерных требований к принципалу гарантом и необоснованное предоставление обеспечения по кредитному требованию бенефициара могут негативно сказаться на деловой репутации и последующей деятельности гаранта как организации.

В пользу акцессорности банковской гарантии можно также привести материалы банковской практики. Так, если банк заключил несколько кредитных договоров с заемщиком, а гарант выдал гарантию только по одному из них, то невзврат денежных средств по другим кредитам не влечет ответственности гаранта.⁹

ГК РФ также не содержит положений, предусматривающих признание банковской гарантии недействительной и, соответственно, не подлежащей удовлетворению в силу недействительности основного обязательства. Таким образом, требование о выполнении условий банковской гарантии может быть неправомерным не только в силу действительного надлежащего исполнения заемщиком своих обязательств, но и в силу недействительности основного обязательства, которое может быть признано таковым в силу положений о недействительности кредитного договора. В случае если гаранту до удовлетворения требования по банковской гарантии стало известно о недействительности основного обязательства, он не освобождается от выполнения требования по гарантии. Полагаем, что это тоже ухудшает положение гаранта как организации, осуществляющей банковские операции.

Помимо нарушения баланса интересов в обязательстве нередки так называемые злоупотребления правом при применении банковской гарантии.

Законодатель с текстуальным изменением норм Гражданского кодекса императивно закрепил независимость гарантии от других обязательств, в то время как правовая доктрина содержит явные противоречия с теорией независимости банковской гарантии, подтверждающиеся правоприменительной практикой.

Представляется, что можно сделать вывод о дискуссионности вопроса независимости банковской гарантии. Стремление приблизить российское законодательство к международным унифицированным правилам о независимой гарантии похвально, но будет ли это полезно для применения на практике. На наш взгляд, в теории и правоприменительной практике необходимо придерживаться теории акцессорности банковской гарантии, которая представляется достаточно обоснованной, в связи с чем возможно принятие новой редакции ГК РФ.

⁷ Ефимова Л.Г. Банковская гарантия: понятие и практическая применимость // Хозяйство и право. 2016. № 3. С. 118.

⁸ Комментарий к ГК РФ, части второй / под ред. Т.Е. Абовой, А.Ю. Кабалкина. М., 2014. 571 с.

⁹ Травкин А.А., Арефьева Н.И., Карабанова К.И. Способы обеспечения исполнения кредитных обязательств. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2016. С. 73.

Однако помимо характера обеспечительного механизма банковская гарантия как вид обеспечения кредитных обязательств имеет еще ряд отличительных особенностей. В соответствии с действующим законодательством банковская гарантия безотзывна; гарант обладает правом отозвать гарантию только в том случае, если в ней прямо предусмотрена такая возможность. Сама гарантия может предусматривать и возможность уступки права требования к гаранту третьему лицу бенефициаром, но по общему требованию банковская гарантия обладает непередаваемостью права. Обеспечение кредитного отношения банковской гарантией характеризуется высокой формализованностью отношений – у бенефициара есть основания требовать от гаранта исполнения обязательства, предусмотренного гарантией, но если документы, приложенные к требованию бенефициара, не соответствуют условиям гарантии, то гарант отказывает в удовлетворении такого требования.¹⁰

Еще одним основным признаком банковской гарантии является ее возмездность: за выдачу гарантии принципал уплачивает гаранту вознаграждение. В сложившейся банковской практике принципал обеспечивает свое обязательство не только перед бенефициаром, но и перед гарантом, как правило, в виде залога имущества. Таким образом, гарант получает не только вознаграждение за выданную гарантию, но и обеспеченное право требования к принципалу.

Должник по кредитному обязательству приобретает статус принципала по банковской гарантии в силу обращенной к банку просьбы о выдаче гарантии по его обязательству, инициируя таким образом соответствующие правоотношения. Такая просьба является первым этапом в механизме выдачи банковской гарантии. Необходимо подчеркнуть, что при этом позиция кредитора по основному обязательству относительно обеспечения последнего банковской гарантией не учитывается гарантом и не имеет юридического значения, что делает этот способ сходным с поручительством. Указанное обращение должника к банку производится в письменной форме и по сути содержит просьбу к гаранту, дать обязательство, при наличии определенных условий, уплатить кредитору денежную сумму по представлении кредитором по основному обязательству письменного требования об ее уплате. В обращение может также содержаться перечень возможных условий будущей гарантии и оговариваться размер вознаграждения за выдачу банковской гарантии. Несмотря на то что мнение кредитора при выборе банковской гарантии юридически незначимо, условия соглашения, о котором просит должник, равно как и его инициатива по возникновению правоотношений с гарантом, продиктованы требованиями кредитора к должнику.

Вторым этапом механизма выдачи банковской гарантии является выражение воли банка быть гарантом по соответствующему обязательству путем выдачи соответствующего письменного обязательства. Выдача такого обязательства и носит название выдачи банковской гарантии. В ней определяется сумма, на которую выдается гарантия, формулируются условия, при наличии которых гарант обязуется уплатить бенефициару указанную сумму или ее часть, предусматривается перечень документов, которые должны быть приложены бенефициаром к требованию об уплате гарантом денежной суммы, указывается срок, на который выдается гарантия. Судебная практика исходит из того, что если в банковской гарантии не указан срок, в течение которого требование может быть заявлено гаранту, то гарантийное обязательство следует считать невозникшим, поскольку условие о сроке является существенным.

На практике распространены случаи, когда срок действия банковской гарантии истек в день исполнения обеспечиваемого гарантией обязательства, установленный соглашением сторон. Так, бенефициар не может требовать от гаранта исполнения своего обязательства, так как до наступления это-го обозначенного дня у бенефициара нет возможности указать, в чем выразилось нарушение принципалом основного обязательства. Как правило, суды при разрешении споров исходят из того, что при таких обстоятельствах банковская гарантия недействительна, так как при ее выдаче обеспечительная функция по отношению к основному обязательству изначально отсутствовала.

Однако встречаются мнения, в соответствии с которыми выдача банковской гарантии в зависимости от фактических обстоятельств может быть двухсторонней или многосторонней сделкой. Так, В.А. Хохлов считает, что «факт выдачи гарантии (отдельного письма, подписанного только гарантом) может рассматриваться в качестве оферты, а факт выдачи кредита... может быть отнесен к... конклюдентным действиям... и тем самым выполнить функции акцепта. Кроме того, отношения сторон могут быть оформлены и трехсторонним (бенефициар, гарант, принципал) договором»¹⁴. Представляется, что способ воплощения договоренностей не является критерием при определении правовой природы соответствующих действий. Полагаем, что выдача кредита бенефициаром не может служить в качестве акцепта. В гарантии может быть указано, что она вступает в силу после получения извещения бенефициара о принятии гарантии либо после выдачи кредита, но это не дает оснований говорить о соглашении сторон.

Для существования и развития кредитных отношений, обеспеченных банковской гарантией, важно четкое определение момента прекращения обеспечительного обязательства. Это вопрос дискуссионный в первую очередь из-за спора относительно аксессуарности банковской гарантии. Законодатель закрепил в ст. 378 ГК РФ ограниченный список оснований, по которым банковская гарантия может быть прекращена. Все обстоятельства связаны либо с надлежащим исполнением гарантом своего обязательства, либо с односторонним волеизъявлением непосредственно бенефициара. Однако поскольку прекращение обязательств по банковской гарантии по указанным основаниям касается лишь взаимоотношений между гарантом и

¹⁰ Гражданский кодекс Российской Федерации. - М.: Эксмо, 2017. С. 620.

бенефициаром, то легально закреплена и обязанность гаранта, которому стало известно о прекращении гарантии, незамедлительно уведомить об этом принципала.

Таким образом, при применении банковской гарантии как способа обеспечения исполнения кредитных обязательств основные сложности возникают при определении правовой природы обеспечительной меры. По общему правилу банковская гарантия не зависит от основного обеспечиваемого кредитного обязательства, хотя ряд ученых-цивилистов приводят доказательства обратного, ссылаясь на практику правоприменения. В то же время вопрос предъявления гарантом регрессных требований к принципалу не урегулирован законодательно. Решением сложившейся ситуации стало бы законодательное закрепление результата детального анализа научного и практического подходов в совокупности. На наш взгляд, теория акцессорности банковской гарантии обоснована и требует законодательного регулирования для корректного применения указанного способа на практике.

Представляется, что пока данный вопрос вызывает споры, порядок предъявления требований гарантом должен быть одним из существенных условий заключаемого договора, в случае отсутствия подобного соглашения в тексте договора ответственность принципала не может наступить. В современных условиях неясность наступления ответственности принципала и порядка удовлетворения требований гаранта, к которому, как предполагается, переходят права кредитора в том объеме, в котором было исполнено основное обязательство, может привести лишь к частичному удовлетворению требований гаранта. Это объясняется тем, что к моменту обращения требований у должника может не оказаться имущества, сумма которого смогла бы возместить понесенные убытки, а также длительной судебной процедурой по взысканию последних.

Таким образом, при разрешении дискуссионных вопросов банковская гарантия способна стать одним из наиболее эффективных способов обеспечения обязательств по кредитам и применяться не только в сфере кредитования юридических лиц, но и физических, представляя собой инструмент передачи кредитного риска, повышающий надежность кредитного обязательства и гарантирующий его надлежащее исполнение.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. - М.: Эксмо, 2017. - 912 с.
2. Комментарий к ГК РФ, части второй / под ред. Т.Е. Абовой, А.Ю. Кабалкина. М., 2014. 571с.
- 3.Ефимова Л.Г. Банковская гарантия: понятие и практическая применимость // Хозяйство и право. 2016. № 3.
- 4.Травкин А.А., Арефьева Н.И., Карабанова К.И. Способы обеспечения исполнения кредитных обязательств. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2016. 497 с.
- 5.Тычинин С.В., Романенко Д.И. От банковской гарантии к независимой: правовая природа обязательства по выдаче гарантии в проекте изменений Гражданского кодекса РФ // Банковское обозрение. 2016. № 4.
6. Федоров М.М. Банковская гарантия как разновидность поручительства. 2015. 356 с.

Евсеев П.С.

Научн. рук.: канд. ист. наук, доц. Шелкоплясова Н. И.

Тулский филиал Финуниверситета

ПРАВА АКЦИОНЕРОВ В АКЦИОНЕРНОМ ОБЩЕСТВЕ

В нынешних условия рыночной экономики Российской Федерации достаточно важным вопросом являются правовые полномочия акционеров в различного рода акционерных обществах, реализация этих прав на практике, и их защита на уровне законодательства.

Статус акционера возникает когда физическое лицо приобретает акции того или иного акционерного общества. Понятие правовой статус – это установленное нормами права положение его субъектов, совокупность их прав и обязанностей. Понятие самого правового статуса включает себя, 1-правосубъектность (это включает в себя правоспособность, дееспособность, деликтоспособность субъекта), 2- закрепленные законодательно совокупность прав и обязанностей. Чтобы стать акционером физическое или юридическое лицо имеет два способа, зарегистрировать собственное АО и купить часть акций, или же, купить часть акций уже существующих АО. С первым вариантом все понятно, рассмотрим подробнее второй вариант. Акционер получает различные права в зависимости от количества приобретенных акций [3].

1.Рассмотрим дробные акции. Дробные акции являются частью обыкновенной акции (и по стоимости тоже). Обладатель дробной акции приобретает права предоставляемые акцией соответствующей категории, в объеме, соответствующем части целой акции, которую она составляет. Если лицо приобрело две или более дробных акций, то акция превращается в целую, равную сумме этих акций.

2.Обыкновенные акции. Если приобрести до 1% от общего числа акций, то это дает право голоса акционеру на собрании, получении дивидендов, получение информации об обществе, получение части имущества АО при его ликвидации.

3.Приобретение уже от 1% -2% дает право акционеру для ознакомления с информацией, содержащейся в реестре акционеров данного АО, дает право обращения в суд с иском к члену совета директоров, право ознакомления со списком участников общего собрания акционеров.

4. Приобретение 2%-10% акций дает право вносить предложения в повестку дня общего собрания акционеров, выдвигать кандидатов в совет директоров и быть самовыдвиженцем, ревизионную комиссию, счетную комиссию.

5. Приобретение 10%-25% дает право акционеру просить созыва внеочередного собрания акционеров, так же имеет право проводить проверку финансово-хозяйственной деятельности данного предприятия.

6. Приобретение 25%-30% пакета акций уже дает возможность акционеру не соглашаться (останавливать) решения общего собрания акционеров по вопросам изменения устава общества, контролировать заключение крупных сделок, участвовать в определении количества, категории, номинальной стоимости объявленных акций и прав по ним.

7. Приобретение 30%-50% пакета акций дает право решать вопросы на повторном общем собрании акционеров, даже если на нем не будет присутствовать больше ни одного акционера.

8. Приобретение 50%-75% пакета акций, дает право уже решать вопросы на общем собрании акционеров, даже если на нем не будет больше ни одного акционера (за исключением вопросов связанных с изменением устава, ликвидации общества, совершения крупных сделок, выпуска и стоимости акций)

9. Приобретение 75% акций дает право полного контроля над АО .

10. Приобретение 100% обыкновенных акций дает право акционеру единоличного контроля над данным АО [2].

Так же нужно сказать, что имеют место быть еще и привилегированные акции, которые дают определенные права. Это право на получение прибыли с акций, получение дивидендов в случае ликвидации АО, так же согласно Федеральному закону № 282-ФЗ от 29.12.2012 года, имеют право участия и голоса в общем собрании акционеров по вопросам ликвидации и реорганизации данного АО.

Приобретение самой по себе акции не дает никаких прав пока акционера не занесут в реестр акционеров данного общества, только занесения в реестр акционер приобретет все имущественные и не имущественные права и получит статус акционера. Данная запись должна вноситься в реестр по требованию акционера не позднее трех дней с момента предоставления документов.

Так же могут быть установлены ограничения по количеству акций, принадлежащих одному акционеру и их суммарной номинальной стоимости, согласно ФЗ № 208-ФЗ. Данные ограничения применяется для защиты миноритарных акционеров. Это применяется для того чтоб контрольный, блокирующий пакет акций не зависел от воли одного человека, а от большинства голосов акционеров. Конечно же, это мало где работает, ведь акционер находит людей (акционеров) доверенных ему лиц, которые будут голосовать за решения, предложенные их хозяином. А все потому, что не налажен механизм реализации положений п.3 ст. 11 Закона об акционерных обществах [4].

На практике приведённый выше защитный механизм работает крайне не эффективно т.к. акционер, желающий расширить свои права в обществе, прибегает в этом случае к помощи вторых, доверенных ему лиц, которые приобретают акции на данные им средства. На общем собрании акционеров такие лица будут голосовать за решения, предложенные их нанимателем.

Закон об акционерных обществах не содержит положений, из которых бы следовало, что общество имеет право самостоятельно определить и регулировать возможность ограничения количества голосов у того или иного акционера. Данные ограничения могут устанавливаться только лишь Федеральными законами. А счетная комиссия не вправе не учитывать голоса, принадлежащие одному акционеру.

Но с 1 сентября 2014 года изменились права и обязанности участников акционерного общества в зависимости от типа акционерных обществ. Например, права ПАО (Публичное Акционерное Общество) – право на управление Акционерным обществом может быть ограничено ввиду того, что акционерное общество может управлять только коллегиальный орган управления общества, число членов которого должно быть не менее пяти. При этом имеют право иметь любое количество акций. Но нельзя ограничить количество акций, одного акционера, их суммарную стоимость, а так же максимальное количество голосов, предоставляемых одному акционеру. Так же акционеры публичных обществ имеют право отчуждать свои акции без получения согласия других акционеров. Никто не имеет преимущественного права приобретения акций. А участники непубличного акционерного общества имеют право определить объем правомочий участников не пропорционально их долям в уставном капитале, а могут изменить порядок управления обществом по единогласному решению участников общества на общем собрании[1].

Но противостояние «крупных» и «мелких» акционеров еще никто не отменял, оно вытекает из различного характера деятельности и целей каждой из сторон. Мажоритарии в основном зарабатывают на росте цен своих акций, им это выгодно, они расширяют свой бизнес, тем самым увеличивая котировки, но двигаются медленным путем развития, по итогу завладевая акционерным обществом, увеличивая количество акций до размера контрольного, а миноритариев, в большинстве своём, интересуется только выплата им дивидендов. Поэтому и вытекает проблема не выплаты дивидендов, даже при хороших финансовых возможностях, и это в свою очередь не устраивает миноритариев, ведь у них цель получение быстрого дохода. Миноритарии не имеют возможности влиять на внесение изменений в устав компании, так же нет влияния на выпуск новых акций. Установленный законодательством 10% порог голосующих акций лишает миноритарных акционеров права на внеочередное общее собрание акционеров, а соответственно и права смещение лиц с выборных должностей при нарушении последними своих обязанностей. Поэтому права миноритариев существенным

образом нуждаются в защите. Таким образом мы пришли к выводу, что чем выше доля акций у мажоритарных акционеров, тем ниже уровень защиты миноритарных акционеров [5].

Из всего выше сказанного можно сделать вывод, что миноритарные акционеры в акционерных обществах нуждаются в дополнительной защите со стороны законодательства, а именно в доработке в первую очередь закона об акционерных обществах и механизмах его реализации на практике. По факту сейчас российское законодательство идёт в обратном ключе и наоборот ограничивает права миноритариев, т.к. в большинстве купных компаний, например таких как «Лукойл», «Газпром», «Сбербанк», характеризуются высокой концентрацией акционерного капитала. Так, например, закон об ограничении права на получение информации для держателей от 1% до 25% акций и предоставлять её только в случае важной деловой причины, уже допущен до второго чтения. Меры, подобной этой, оттолкнут миноритарных акционеров и могут сильно испортить инвестиционную привлекательность многих компаний.

Таким образом, защита прав мелких акционеров, ложится или на их собственные плечи, или на плечи компании. Для этого миноритарии могут заключать дополнительные акционерные соглашения, требовать различных гарантий в уставе компании о защите своих прав.

Список литературы

1. Авдякова В.А. Переход прав акционеров в процессе оборота акций. Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление; 2014 №9 52с.
2. Безпрозванный В.И. Проблемы правового регулирования ограничения количества акций и голосов, принадлежащих одному акционеру. Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. 2015. № 11. 192с.
3. Коваленко Е.И. Соотношение интересов акционерного общества и акционера. Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Право. 2014. Т. 14. № 1. 107с.
4. Филимонов А.Ю. Фундаментальные научные исследования – [Электронный ресурс] - <https://elibrary.ru>
5. Чернокальцева Е.В. Проявление злоупотребления акционерами в акционерных правоотношения. Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 18. Право. 2015. № 5. 53с.

Желткова А.С.

Научн. рук.: канд. истор. наук, доц. Шелкоплясова Н.И.
Тулский филиал Финуниверситета

ПРАВО МОЛОДЕЖИ НА ЗАНЯТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

На современном этапе развития, гражданское общество Российской Федерации стремится осуществить реализацию общепризнанных идей конституционализма в политико-правовой сфере, сформировать действующие институты гражданского общества. Главным ориентиром развития гражданского общества и правового государства является признание гражданина с его правами и свободами высшей ценностью. В связи с этим право граждан на осуществление предпринимательской деятельности становится особенно важным. [6].

Согласно ч. 1 ст. 34 Конституции РФ каждый гражданин имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности [1]. Понятие экономической деятельности крайне абстрактно в экономической литературе. Под экономической деятельностью специалисты в сфере экономики чаще всего подразумевают удовлетворение неограниченных экономических потребностей с помощью ограниченного количества ресурсов.

Тем самым, процесс преобразования ресурсов в конечный продукт с целью удовлетворения различных потребностей общества в целом и конкретного индивида является сущностью экономической деятельности.

Для современной экономической деятельности характерны следующие черты: во-первых, само существование подразумевает под собой рыночную организацию экономики и товарного производства, а во-вторых, реализуется в производстве товаров, выполнении работ и услуг материального характера.

В статье 34 Конституции РФ экономическая деятельность индивида определяется как проявление его личной свободы и реализации собственных интересов в предпринимательской деятельности, что касается всех граждан РФ, а также лиц, законно находящихся на территории государства. [1].

Право на занятие предпринимательской деятельностью является составляющей частью правоспособности гражданина (ст.18 ГК РФ) [2]. Закон определяет, что дееспособность наступает с достижением совершеннолетия, то есть с того момента, как гражданину исполняется 18 лет. С 16 до 18 лет каждый подросток может зарегистрировать ИП с согласия родителей, а с 18 до 35 лет согласно Ассоциации молодых предпринимателей России (АМПП) каждый гражданин считается молодым предпринимателем и имеет право на регистрацию своей деятельности.

На сегодняшний день, в современных этапах развития экономики России остается актуальной проблема малого и среднего бизнеса особенно среди молодежи [5]. В начале 90-х гг. силами молодежи было создано около 70-80% малых и средних предприятий негосударственного значения. Развитие малого и среднего бизнеса за последние годы явно активизировалось. Наиболее острой становится потребность в формировании молодых, амбициозных, нестандартных, в меру рискованных и желающих развиваться людей – предпринимателей нового поколения.

В силу ряда объективных причин, большая часть молодежи не имеет в достаточной мере знаний и опыта. К примеру зарубежная молодежь еще со школы знакомится с предпринимательством. Ребята уже открывают свой собственный бизнес (выгуливание собак, стрижка газонов и т.п.). Таким образом, британская школьная молодежь в отличие от российской на практике самостоятельно изнутри знакомятся с предпринимательством и соответственно ведет свой бизнес, что дает несомненное преимущество британской экономики, перед российской.

Ежегодные опросы и социологические исследования института комплексных стратегических исследований (ИКСИ) демонстрируют, что доля молодежи, которая уже создала свое дело, в несколько раз меньше доли той молодежи, которая только желает заниматься развитием собственного бизнеса. По данным опроса института комплексных стратегических исследований (ИКСИ), 78% опрошенных полагают, что открытие малого бизнеса является хорошим приемом самореализации, 60% выбирают собственный бизнес, так как учитывают получение достойного уровня дохода по сравнению с работой по найму. Впрочем, на сегодняшний день только 3% молодых людей имеют собственный бизнес [4]. В связи с этим существует ряд определенных проблем, связанных с открытием собственного дела молодыми людьми, которые распределились следующим образом: - первой, наиболее значимой и распространенной проблемой является отсутствие финансов (66%), ей отдается самое большое процентное соотношение, так как у молодежи на старте бизнеса заведомо не имеется денежных средств для его реализации; - второй, не менее важной проблемой является недостаток опыта (20%), так как у молодежи не имеется возможности практиковать свои навыки и умения; - третьей проблемой по значимости представляется недостаточное образование (14%) (Рис.1.).

Молодые предприниматели, открывшие свой бизнес, сталкиваются с такими проблемами как: налоги (74,3%), конкуренция (66,7%), законодательство (40%), аренда (47%), инфляция (26,8%) и кадровые проблемы (40%). Остается открытым и интересным вопрос о способах решения проблем молодежного предпринимательства.

Молодым предпринимателям крайне необходимо быстрое и качественное обучение основам предпринимательской деятельности, помогать в консультационном облуживании, помещения, которые будут снабжены современными средствами связи и устройствами, а также многими другими услугами на льготных условиях, так как молодежь не столь подвержена социальным связям и значительно восприимчива к возникающим трудностям своей деятельности.

В сложившейся ситуации только поддержка государства облегчит выход на рынок молодых, инициативных предпринимателей.

Необходимо внедрять, развивать и всемерно распространять методы и программы по поддержке молодежного предпринимательства.

Основными организациями, которые осуществляют и оказывают поддержку на развитие молодежного предпринимательства являются:

- Международная и Российская молодежные палаты;
- Молодежная общественная палата;
- Российский центр содействия молодежному предпринимательству;
- Ассоциация молодых предпринимателей России [4].

Открытие собственных компаний является главной целью программы, которая создает начинающим предпринимателям комфортные условия для вовлечения, отбора и обучения основам предпринимательской деятельности. В рамках программы реализуются следующие мероприятия:

1. Конкурс «Молодой предприниматель России».
2. Международный молодежный экономический форум в городе Санкт-Петербурге.
3. Комплекс мероприятий, направленных на развитие навыков предпринимательства у старшеклассников.

4. Всероссийский образовательный форум «Селигер». Финансирование программы осуществляется за счет средств, выделяемых федеральным бюджетом в соответствии с Федеральным законом от 21.07.2005 № 94 [3].

Таким образом, то каким наше предпринимательское будущее будет через 10 лет, зависит от сегодняшней молодежи, которой необходимо уже сейчас закладывать правильный подход к ведению бизнеса. Право молодежи на занятие предпринимательской деятельностью на современных этапах является достаточно сложным движением, но при условии стремления у молодых лиц к поставленной цели — это вполне осуществимо. Проблемы, с которыми сталкивается молодежь разрешаемы, при условии участия в государственных программах на предоставление грантов и субсидий, что окажется хорошим подспорьем на старте занятия предпринимательской деятельностью.

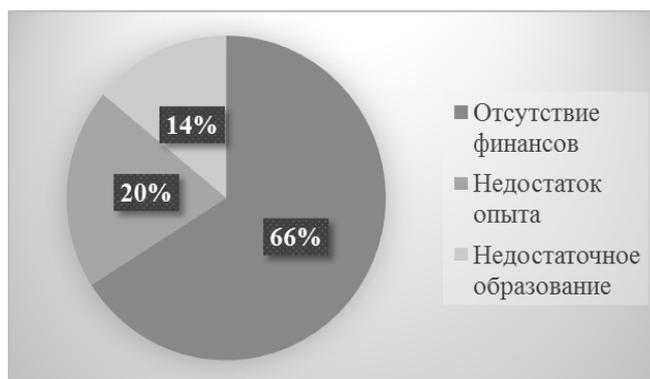


Рис.1. Проблемы, связанные с открытием собственного бизнеса у молодежи

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс] <http://www.consultant.ru>
2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. 1 [Электронный ресурс]: федер. закон от 30.11.1994 №51-ФЗ <http://www.consultant.ru>
3. О финансирование программ за счет средств, выделяемых федеральным бюджетом [Электронный ресурс]: федер. закон от 21.07.2005 №94-ФЗ (последняя редакция) <http://www.consultant.ru>
4. Власов Г.Ю. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе [Электронный ресурс] // Российское предпринимательство <https://creativeconomy.ru/lib/7080>
5. Каримова Г.В. Проблемы молодежного предпринимательства в России [Электронный ресурс] // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. <https://elibrary.ru>
6. Холодов В.А. Право граждан на занятие предпринимательской деятельностью: теоретико-правовой аспект [Электронный ресурс] // Вестник государственного и муниципального управления. <https://cyberleninka.ru>

Ивченко Е.И.

Науч.рук.: канд.истор.наук, доц. Шелкоплясова Н.И.

Тулский филиал Финуниверситета

НАЛОГОВЫЕ ПРАВОНАРУШЕНИЯ

Налоги и государство - действия взаимозависимые: государство никак не способно действовать в отсутствие системы налогообложения, в тоже время налоговая система не может функционировать без государства. Появление налогов причисляют к этапу развития первых государственных образований, при возникновении товарных отношений, создания правительственного устройства - госслужащие, армия, суды. Возникновение налогов сопряжено с наиболее основными социальными нуждами, поэтому стране постоянно необходимы финансовые ресурсы: с целью ликвидации естественных несчастий, постройки путей, укрепления социального режима. И непосредственно налоги считаются прибором мобилизации валютных денег с целью исполнения властью стоящих перед ней вопросов.

Роль налогов в нынешнем государстве играет весьма существенную роль. Они оформляют базу прибыльной доли страны, то, что дает возможность ей реализовывать собственные функции в абсолютном размере.

Налоговый метод стал главным в формировании доходов государственной казны. Более 80% доходов бюджетной системы составляют платежи, входящие в налоговую систему. Налоги и иные обязательные платежи активно используются государством и местным самоуправлением при управлении различными сферами общественной жизни.

Требуемые суммы налогов государство должно собирать со всех физических и юридических лиц, объявленных им своими налогоплательщиками. Но еще ни одно государство не смогло достичь этой цели исключительно методом убеждения.

За регулированием и четким выполнением налоговых законов, следят специальные органы, такие как Федеральная налоговая служба. В случае невыполнения и нарушения налогового законодательства следует наказание.

Согласно статье 106 НК РФ, — налоговое правонарушение это виновно совершенное противоправное (в нарушение законодательства о налогах и сборах) деяние (действие или бездействие) налогоплательщика, плательщика страховых взносов, налогового агента и иных лиц, за которое настоящим Кодексом установлена ответственность. По закону ответственность подразделения на три направления финансовая, в том числе налоговая, административная, уголовная[1].

Финансовая ответственность представляет собой меры экономического воздействия, которые применяются уполномоченными на то государственными органами и их должностными лицами к юридическим лицам за нарушение договорных обязательств, кредитной, расчетной, бюджетной, финансовой дисциплины и за ряд других нарушений. Стандартным наказанием при данной ответственности является денежный штраф, общая сумма которого во многом зависит от наличия смягчающего или отягчающего обстоятельства. Размер штрафа составляет от 10 рублей до 40 тыс. или 20% от полученного дохода. К финансовой ответственности могут привлекаться физические лица, достигшие шестнадцатилетнего возраста или организации[3].

Под административной ответственностью как вида юридической ответственности следует понимать применение в установленном порядке уполномоченными на то органами и должностными лицами к нарушителям законодательства о налогах и сборах мер административного воздействия. Наказанием при привлечении к административной ответственности является штраф, который составляет от 300 рублей до 20 тыс. Или от 20% до 40% от неоплаченной суммы. К административной ответственности привлекаются организации или отдельное должностное лицо[3].

Уголовная ответственность за нарушение налогового законодательства применяется за наиболее опасные преступления, а именно за уклонение от уплаты налогов и таможенных платежей в крупных и особо крупных размерах. К уголовной ответственности могут быть привлечены как физические, так и юридические

лица. Наказанием может служить штраф в размере от 100 тыс. до 500 тыс.руб., а также лишение свободы сроком от 1 года до 6 лет[2].

Согласно данным Генпрокуратуры в 2016 году количество налоговых посягательств выросло на 2,7 % по сравнению с предыдущим годом и достигло уровня 9 тысяч 283 случаев. Правда, за первый квартал нынешнего года их число снизилось по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года на 1,6 % (их было выявлено 2 тысячи 932 случая). В то же время наблюдается снижение числа подобных деяний, которые дошли до суда. По итогам 2016 года по сравнению с предыдущим аналогичным периодом минус 1,3 % (1 тысяча 622 случая); по итогам первого квартала 2017 года происходит снижение сразу на 30 % (до 353 случаев)[5].

Согласно 113 статье НК РФ «Срок давности привлечения к ответственности за совершение налогового правонарушения», лицо не может быть привлечено к ответственности за совершение налогового правонарушения, если со дня его совершения либо со следующего дня после окончания налогового (расчетного) периода, в течение которого было совершено это правонарушение, и до момента вынесения решения о привлечении к ответственности истекли три года (срок давности)[1].

Согласно данной статье около трети налоговых правонарушений завершаются прекращением производства на основании истечения срока давности, в течение которого возможно привлечение обвиняемого к уголовной ответственности. В 2016 году данный показатель составил 36 % от общего количества возбужденных дел (1 тысяча 438 случаев). По итогам первого квартала 2017 года показатели практически не изменились: 36,6 % (321 случай)[4].

Генпрокуратура оценила также и интенсивность превентивной деятельности надзорных органов в налоговой сфере. Так, в течение 2016 года прокуратурой было выявлено свыше 64 тысяч фактов нарушения налогового законодательства в России. Для устранения этих нарушений прокуроры внесли 12 тысяч 300 представлений, кроме того, было опротестовано 14 тысяч 700 правовых актов, в суды было направлено порядка 3 тысяч соответствующих заявлений и исков. Виновные были привлечены к различным видам юридической ответственности: к административной – порядка 1 тысячи 100 человек; к дисциплинарной – 7 тысяч 100 человек. Вынесено 553 предостережения, в компетентные органы, уполномоченные возбуждать уголовные дела, было направлено 129 материалов, на основании которых те возбудили 101 дело[4].

Также в Российской Федерации наблюдается тенденция к снижению раскрываемости налоговых нарушений. Так, по итогам 2015 года нераскрытыми остались 4 тысячи 100 выявленных налоговых правонарушений, а уже в 2016 году их число выросло на 18,9 % и составило 4 тысячи 900[4]. В первом квартале 2017 года так же отражается тенденция снижения: рост нераскрытых налоговых преступлений составил 20,7 % по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года и достиг показателя 1 тысяча 30 преступлений.

В Генпрокуратуре отметили, что одним из самых актуальных направлений в борьбе с налоговыми правонарушениями остается пресечение деяний, связанных с противоправными возмещениями НДС. Сегодня фискальное ведомство выявляет подобные случаи примерно в одном из семи случаев обращения налогоплательщиков по возмещению налога. Ежегодно количество отказов на этом основании составляет около 20 тысяч случаев. Хотя число выявленных фактов необоснованного возмещения с 2013 года снизилось с 882 случаев до 639 (на 2016 год) [5].

В Генпрокуратуре по итогам рассмотрения ситуации в деле борьбе с налоговой преступностью было принято решение о принятии дополнительных мер с целью повышения эффективности работы на этом направлении всех компетентных органов.

Примером налогового правонарушения служит сокрытие НДС предпринимателем в Узловском районе. По данным следствия, руководство ООО «Плюс», в течение полутора лет включал в декларацию ложные сведения, скрывая НДС, по подсчетам, на 11 млн.руб.[7].

В 2017 году президент Российской Федерации на ежегодной большой пресс-конференции объявил об амнистии налоговой задолженности для физических лиц и малого бизнеса. Он заявил, что в нынешнем году гражданам России будет прощено около 41 млрд.руб. задолженности по налоговым правонарушениям (задолженность, преимущественно, по имущественным налогам)[6].

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) [Электронный ресурс]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/ [Электронный ресурс];
2. "Уголовный кодекс Российской Федерации" [Электронный ресурс]: от 13.06.1996 N 63-ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 26.08.2017) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/
3. "Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях" [Электронный ресурс]: от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. От 20.12.2017) http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/
4. Налоговые правонарушения и ответственность за их совершение [Электронный ресурс]: <http://www.grandars.ru/student/nalogi/nalogovoe-pravonarushenie.html>
5. Налоговые правонарушения: статистика и прогнозы [Электронный ресурс]: http://налоговыености.пф/news/nalogovye-novosti/nalogovye_pravonarusheniya_statistika_i_proгноzy

6. Амнистия от президента: какие долги простят россиянам [Электронный ресурс]: <https://news.rambler.ru/economics/38678524-amnistiya-ot-prezidenta-kakie-dolgi-prostyat-rossiyanam/?updated>

7. Газета Знамя. Узловая [Электронный ресурс]: <http://uzlnabat.com/>

Капустина М.А.

Научн. рук.: канд. ист. наук, доц. Шелкоплясова Н.И.

Тулский филиал Финуниверситета

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ПРИНУДИТЕЛЬНОЙ ЛИКВИДАЦИИ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА

Вопросы, связанные с принудительной ликвидацией юридических лиц, всегда были и остаются по сей день довольно проблемными в доктрине гражданского права. Принудительное прекращение юридического лица считается своего рода «наказанием» за несоблюдение законодательства. Так как все санкции обязаны соответствовать критерию баланса частных и публичных интересов, то есть в положенный срок пресекать правонарушение и в то же время не ограничивать свободу экономической деятельности, проблемы, которые возникают при применении норм Гражданского Кодекса РФ о принудительной ликвидации юридических лиц, считаются актуальными и вызывают общенаучный интерес.

Нормой, закрепляющей причины для принудительной ликвидации юридического лица, является ст. 61 ГК РФ, которая целиком посвящена процедуре ликвидации юридических лиц. В этой статье указаны все правовые предпосылки для проведения процедуры ликвидации юридических лиц по суду.

В ГК РФ указывается ряд причин для применения меры принудительной ликвидации:

- если при создании юридического лица были допущены грубые нарушения закона и эти нарушения неисправимы;
- осуществление юридическим лицом деятельности при отсутствии обязательного членства в саморегулируемой организации либо в отсутствии соответствующего разрешения (лицензии) или обязательного в силу закона удостоверения о разрешении к конкретному виду работ, который выдается саморегулируемой организацией [2];
- осуществление юридическим лицом деятельности, которая запрещена законом, либо нарушает Конституцию РФ, либо другие неоднократные или грубые нарушения закона или других правовых актов;
- осуществление общественной организацией, общественным движением, религиозной организацией, благотворительным и другим фондом деятельности, которая имеет противоречия с уставными целями этих организаций;
- при неосуществимости достижения целей, для которых была создана общественная организация, а также в случае, если реализация деятельности юридического лица невозможна или затруднительна;
- в других случаях, которые предусмотрены законодательством.

Приведенный список не является исчерпывающим. Причины для принудительной ликвидации также могут быть предусмотрены и другими статьями ГК РФ (например, ст. ст. 65, 81 ГК РФ). Немалое количество судебных разбирательств происходит вследствие желания участников экономических отношений отстоять свои интересы.

В ГК РФ урегулирован единый порядок исполнения ликвидации юридического лица, а также установлены ее правовые последствия. Согласно статьям 61-63 ГК РФ ликвидация юридического лица определяется как предусмотренная законом процедура, которая нацелена на прекращение деятельности юридического лица без перехода всех его прав и обязанностей в порядке правопреемства другим лицам. Она завершается внесением записи о прекращении существования юридического лица в Единый государственный реестр юридических лиц (ЕГРЮЛ) [1].

Юридическое лицо может быть исключено из ЕГРЮЛ, в том случае, если оно «в течение последних двенадцати месяцев, предшествующих моменту принятия регистрирующим органом соответствующего решения, не представляло документы отчетности, предусмотренные законодательством Российской Федерации о налогах и сборах, и не осуществляло операций хотя бы по одному банковскому счету» [6]. Это административный порядок принудительной ликвидации, он является исключением. В иных случаях принудительная ликвидация осуществляется только в судебном порядке.

Кроме правонарушений, отмеченных в п. 3 ст. 61 ГК РФ, существуют и другие причины для ликвидации юридического лица по суду. В ГК РФ есть отсылочные нормы права на федеральные законы помимо банкротства.

Говоря о положениях, согласно которым юридические лица могут быть ликвидированы по суду, закрепленные в федеральных законах, выделяют 3 группы правовых норм:

- 1) во-первых, это нормы, регламентирующие процесс ликвидации по суду исключительно коммерческих организаций;
- 2) во-вторых, это нормы, регламентирующие процесс ликвидации по суду различных некоммерческих организаций;

3) в-третьих, это нормы, регламентирующие процесс ликвидации по суду и для некоммерческих, и для коммерческих организаций одновременно.

Также следует обратить внимание на тот факт, что положения некоторых федеральных законов копируют положения ГК РФ. Например, согласно ФЗ «О производственных кооперативах», равно как и ФЗ «О сельскохозяйственной кооперации», кооператив подлежит ликвидации по суду в следующих случаях:

- ✓ если процедура регистрации кооператива признана недействительной или осуществлена с нарушениями, которые не подлежат исправлению;
- ✓ если кооператив осуществляет лицензируемый вид деятельности без наличия соответствующей лицензии;
- ✓ если кооператив осуществляет деятельность, запрещенную законодательством РФ;
- ✓ если, осуществляя свою деятельность, кооператив регулярно нарушает законодательство РФ.

Имеются и иные федеральные законы, в которых можно найти ясную и определенную трактовку других случаев нарушения законодательства, при которых возможна принудительная ликвидация юридического лица.

В судебной практике встречаются случаи, когда юридическое лицо теряет свою правоспособность при исключении из ЕГРЮЛ на основании специального решения об этом регистрирующего органа. Приведем пример, в котором суды пришли к заключению, что признание создания юридического лица незаконным и его регистрации в качестве юридического лица недействительной не влечет автоматического исключения юридического лица из ЕГРЮЛ и утраты им правоспособности [1].

При рассмотрении дела № А61-21563/2016 о признании недействительным постановления регистрирующего органа о государственной регистрации Акционерного общества Тринадцатый арбитражный апелляционный суд в распоряжении обозначил, что госрегистрация лица признана судом недействительной из-за недопустимых нарушений при его создании, что не считается причиной для исключения основанного юридического лица из ЕГРЮЛ. В таких случаях закон предусматривает вероятность добровольной ликвидации организации либо ликвидации по решению суда.

Апелляционный суд внес изменение в решение суда первой инстанции: согласно ст. 201 Арбитражного процессуального кодекса РФ инспекция обязана устранить в определенном законом порядке все допущенные нарушения прав и законных интересов заявителей в соответствии со ст. 61–63 ГК РФ.

В актах Высшего арбитражного суда РФ от 26.07.2005 № 94 «О порядке рассмотрения заявления должника о признании его банкротом при отсутствии у него имущества, достаточного для покрытия расходов по делу о банкротстве» [3], п. 7 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.04.2003 № 4 «О некоторых вопросах, связанных с введением в действие Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)» [5], п. 5 Постановления № 67 [4] для прекращения производства по делу в качестве причины названо отсутствие у должника имущества, которое позволяет покрыть все затраты по делу, или сведений о лице, за счет которого будут совершены данные расходы. Суды не принимают уведомления налоговых органов о выделении им денежных средств для финансирования процедур несостоятельности таких должников, в том числе подтвержденные предоставляемыми ими справками о финансировании, ссылаясь на неопределенность предоставленных сведений. Аналогичные сведения не могут подтверждать факт выделения денежных средств на осуществление процедуры банкротства именно этого должника. Также причиной для окончания производства по делу является указание на не предоставление уполномоченным органом доказательств о невозможности исключения юридического лица из ЕГРЮЛ согласно п. 1 ст. 21 Закона о госрегистрации. Об этом говорится в Постановлении № 67.

В отдельных случаях суды помечают, что признание должника банкротом может повлечь лишние затраты средств бюджета согласно делу о банкротстве, если невозможно полное или частичное погашение задолженности по обязательным платежам. Это не учтено законодателем в качестве причины для прекращения по делу о банкротстве, однако фактически доказывает бессмысленность выполнения данных процедур.

Хозяйственно-экономическая деятельность юридического лица может прекратиться в различных случаях, имеющих важное практическое значение, так как они затрагивают интересы разных субъектов права.

Рассмотрев правовые основы принудительной ликвидации юридического лица, становится явным, что причин для ликвидации юридического лица может быть много, однако именно правонарушение является основным поводом для ликвидации юридического лица. Правонарушение со стороны юридического лица может заключаться как в его действии, так и в бездействии.

Список литературы

1. Александрова Н.В., Чулков В.Н. Принудительная ликвидация юридического лица: особенности судебной практики [Электронный ресурс] // Российская интеллигенция в условиях цивилизованных вызовов (V Арсеньевские чтения). 2014. с. 30-34. <https://elibrary.ru/item.asp?id=22450210> (дата обращения: 20.09.2017).
2. Рябинин Н.А. К вопросу о принудительной ликвидации юридического лица [Электронный ресурс] // Вестник Сибирского юридического института МВД России. 2016. №2 (23). <https://elibrary.ru/item.asp?id=26150397> (дата обращения: 20.09.2017).
3. Информационное письмо президиума Высшего Арбитражного суда РФ от 26 июля 2005 г. №94 «О порядке рассмотрения заявления должника о признании его банкротом при отсутствии у него имущества,

достаточного для покрытия расходов по делу о банкротстве» // URL: <http://www.garant.ru/hotlaw/federal/124374/> (дата обращения: 30.09.2017).

4. Постановление Пленума ВАС РФ от 20.12.2006 №67 (ред. от 15.02.2013) «О некоторых вопросах практики применения положений законодательства о банкротстве отсутствующих должников и прекращении недействующих юридических лиц» [Электронный ресурс] // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_65201/ (дата обращения: 30.09.2017).

5. Постановление Пленума ВАС РФ от 08.04.2003 №4 «О некоторых вопросах, связанных с введением в действие Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)» [Электронный ресурс] // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_42386/ (дата обращения: 30.09.2017).

6. Федеральный закон от 08.08.2001 N 129-ФЗ (ред. от 30.10.2017) "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" [Электронный ресурс] // http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881/0017a6361857fb364a367648cedcb5946ce49bf1/ (дата обращения: 26.09.2017).

Конивец А. Д.

Научн. рук.: канд. истор. наук, доц. Назырова Е. А.
Тульский филиал Финуниверситета

ИСТОРИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН – «ЯПОНСКОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЧУДО»

Япония считается одной из самых удивительных стран. По нашему мнению, многие не в силах ответить на вопрос: как это маленькое островное государство без запасов сырья смогло построить одну из сильнейших экономик мира? Этот успех связан с таким феноменом, как «Японское экономическое чудо».

Сегодня многие страны объясняют свою экономическую несостоятельность тем, что они находятся в сырьевой зависимости от других стран. Однако история японского развития говорит о том, что это лишь оправдание плохой организации экономики. Особенность этого феномена заключается в том, что Япония смогла развиваться во многих конкурентных отраслях, не имея необходимого сырья. Особенно актуальна эта тема для Российского рынка: обладая огромными запасами сырья, государство до сих пор не может обеспечить стабильное развитие экономики. На наш взгляд, часть идей «японского чуда» могли бы стать эффективными в решении отечественных проблем.

За годы Второй Мировой войны Япония потеряла более 3 миллионов человек, а около 8 миллионов вернулись с ранениями. Из 206 городов примерно было разрушено 98. После войны страна лежала в руинах, транспорт почти не ходил, электричество постоянно отключалось, а экспорт и импорт практически отсутствовали. Также «четверть производственных мощностей в станкостроении, автомобилестроении, паровозо- и вагоностроении, производстве меди и алюминия перестали существовать» [1, с. 484]. Милитаризация была запрещена, а военные расходы составляли лишь 1% ВВП. Данная ситуация вынудила японское правительство выстроить совершенно новую структуру экономики. Американские предприниматели и менеджеры были приглашены в качестве помощников. Они разработали программу на 1946-1952 гг. Взят курс на демократизацию, демилитаризацию, а также переход от тоталитаризма к либерализму.

Рассмотрим факторы, которые повлияли на «Японское экономическое чудо». «Во-первых, особенностью японского общества является стремление реализовать национальные цели. Во-вторых, в Японии были учреждены кружки по контролю качества. В-третьих, особое внимание нужно уделить социальным контрактам, распространенным в Японии и цель которых не допустить конфликтных ситуаций на производстве или в управлении им. В-четвертых, промышленный бизнес поддерживает тесный контакт с правительственными ведомствами и банковским капиталом. В-пятых, затраты на НИОКР. В-шестых, разработаны специальные зоны - технополисы, где частными фирмами совместно с университетами предусматривается создание всех условий для работы предприятий современных отраслей промышленности. В-седьмых, экономическое и научно-техническое развитие Японии в послевоенный период опиралось и ориентировалось на растущий массовый спрос как внутри страны, так и за рубежом, имевший, прежде всего, потребительский характер. В-восьмых, стимул к труду поддерживается системой оплаты за выслугу лет. В-девятых, усовершенствованная система образования способствовала тому, что практически каждый японец был вовлечен в процесс расширения и совершенствования производства, ускорения НТП. И одной из главных причин столь быстрого и качественного развития японской экономики является помощь государства» [3]. Благодаря всем этим событиям экономика Японии не только догнала развитые страны, но и даже, по некоторым показателям, смогла обогнать. А уже за 1950-1980 года Япония превосходила развитые страны по приросту производства и производительности труда в два раза. Если мы рассмотрим статистику, то увидим, что ВВП на душу населения увеличился в 19,5 раз, а среднегодовой темп прироста равен 7,7% (в 4 раза выше, чем в США). Годовой прирост ВВП с 1960-2011 года в среднем составляет 3,1%, а период с 1955 по 1975 год ВНП страны составил 11%. Это и было «экономическое чудо».

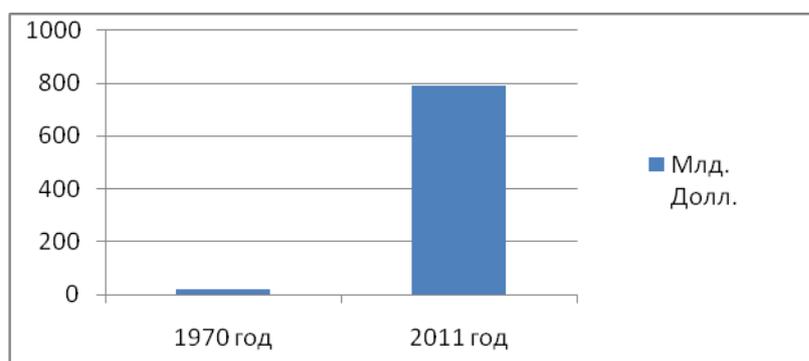


Рисунок 1. Сравнение импорта Японии в 1970 и 2011 г.

К 80-90-м годам Япония смогла укрепиться на втором месте в мире, уступая только США. Экономика Японии отличается высоким удельным весом высокотехнологичных предприятий, которые производят как средства связи и спутниковое оборудование, так и медицинские приборы, препараты, а также оборудование для электроники и оптическую технику. Сама Япония давно закрепила свое лидерство по многим позициям и сохраняет его до сих пор, а японская продукция характеризуется высоким качеством, чего как раз не хватает у нас.

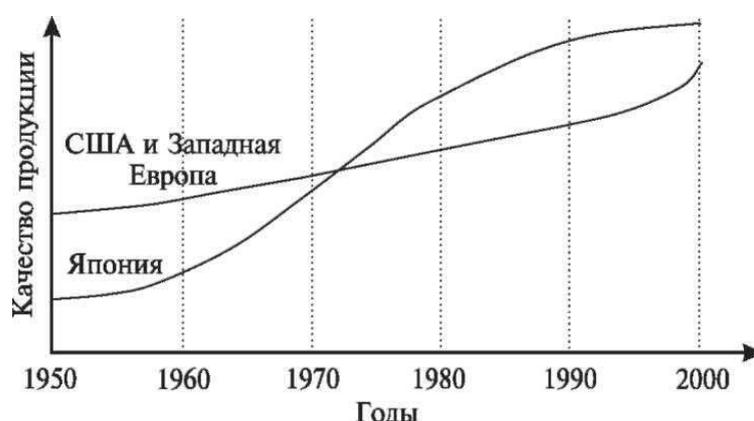


Рисунок 2. Сравнение качества продукции в развитых странах и в Японии

Японский опыт может принести огромную пользу для современной российской экономики. Например, решить проблему недоброкачественной продукции в России, которая всегда была актуальна, а особенно усилилась с развитием глобализации. Часто страны-экспортеры не заботятся о качестве отправляемой нам продукции, поскольку знают о слабом контроле над ее качеством. Если у нас будут так же следить за этим, как и в Японии, которая ввела понятие культура качества, то эта ситуация непременно изменится. Другая злободневная проблема в России - это спекуляция. По нашему мнению, если бы у нас производители товаров получали государственную поддержку перед перекупщиками, как и в Японии, то число первичных производителей увеличилось бы, а, следовательно, и увеличилось бы национальное богатство. Следует согласиться с мнением Карповой В. А., которая в своей статье отмечает: «Стоит обратить внимание, прежде всего, на значительную роль процентной ставки, размер которой должен быть четко обоснован, и на то, как искусно Япония адаптировалась к переменам, как грамотно выстраивалась ее экономическая политика. Российский экономический уклад по большинству параметров является диаметрально противоположным японскому, что чаще всего весьма неслучайно для России: изношенные основные фонды против ускоренного технического обновления, слабое финансирование НИОКР и отсутствие предпринимательского спроса на инновационные продукты против первостепенной роли научно-технического прогресса, экспорт сырья против экспорта высокотехнологичного продукта» [2, с. 38]. Если Россия станет использовать часть мер, применяемых в Японии, она сможет решить некоторые экономические проблемы.

В завершении хотелось бы отметить, что практически все системы стран имеют свои недостатки, в Японии это и слаборазвитое сельское хозяйство, и отсутствие устойчивого роста экономики, и слабый внутренний спрос, а также большой уровень преступности и высокое число самоубийств. Но все это подтверждает, что любая экономика не может быть совершенной, ей присущи не только подъемы, но и спады, преодоление которых способствует развитию государства. Несмотря на снижения по некоторым позициям, сегодня Япония успешно конкурирует с развитыми странами и остается лидером по многим показателям благодаря прорыву, совершенному в период «экономического чуда».

Список литературы

1. История Японии. Т. II. 1868 — 1998: учеб пособие/ под ред. Жукова А. Е. М: Институт востоковедения РАН, 1999. 703с.
2. Карпова В. А. «Как закончилось японское экономическое чудо» // Экономика в эпоху перемен: взгляд в будущее — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2016. С. 34-39

3. Малахова О. А. Японское экономическое чудо - прошлое или будущее? [Электронный ресурс] // Проблемы современной экономики — Челябинск: Два комсомольца, 2011. — Режим доступа: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/12/1457/> (дата обращения: 02.12.2017).

Корнева А.С.

Научн. рук.: канд. истор.наук, доц. Шелкоплясова Н.И.
Тульский филиал Финуниверситета

СИСТЕМА СТРАХОВАНИЯ ВКЛАДОВ КАК СПОСОБ ДОВЕРИЯ К БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ

Система страхования вкладов (ССВ) – это устройство, которое увеличивает доверие населения к банковской системе государства и развития сберегательного дела в современной РФ. Данное устройство стало существовать с 23.12.2003 года после принятия закона № 177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках РФ», согласно которому необходимо обязательное страхование вкладов, а еще исполняется гарантированность пенсионных накоплений, увеличение капитализации банков и экономическое оздоровление кредитных организаций [2].

В ст.1 ФЗ № 177 рассказывается о том, что закон устанавливаются правовые, финансовые и организационные базы функционирования системы обязательного страхования вкладов физических лиц в банках РФ, компетенцию, порядок образования и деятельности организации, осуществляющей функции агентства по страхованию вкладов (АСВ), порядок выплаты возмещения по вкладам, контролирует отношения между банками, Агентством, ЦБ РФ и органами исполнительной власти в сфере отношений по обязательному страхованию вкладов физических лиц в банках [1].

Страхование вкладов представляет собой систему, которая разрешает частным вкладчикам и индивидуальным бизнесменам получить вложенные во вклады вложенные средства в случае отзыва лицензии или разорения кредитной организации. Банки за привлекаемые вклады уплачивают страховые взносы в специализированный фонд, из которого станут производиться выплаты в случае ликвидации кредитной организации (АСВ) [5].

С 1.01.2014 года закон № 177-ФЗ распространился на индивидуальных предпринимателей. Не обращая внимания на это в 2014 году заметно возросло количество страховых случаев (61), число обратившихся вкладчиков (579 тысяч человек) и сумма выплат из АСВ (202,4 миллиардов рублей). Величина выплат в 55 000 раз превзошла показатель 2004 года.

В окружении банков, у которых в 2014 года были отозваны лицензии, самые высокие выплаты были совершены вкладчиком Банка «Западный» (21,9 миллиардов рублей) и «ПРБ» (18,9 миллиардов рублей).

За счёт средств фонда еще были выполнены компенсационные выплаты на необходимую сумму в размере больше 25 миллиардов руб. в выигрыш вкладчиков 45 украинских кредитных учреждений, которые завершили свою работу на территории Крыма.

В 2015 году приняты значимые решения о повышении максимального объема страхового возмещения (СВ) до 1,4 миллионов рублей, а со 2.04.2015 года включили специальное страхование счетов эскроу, которые специализируются для расчётов по сделкам купли-продажи недвижимого имущества, где максимальная величина возмещения составляет 10 миллионов руб. С 1.07.2015 года стало работать устройство дифференциации ставок страховых взносов банков в фонд обязательного страхования вкладов. Период показателя деятельности АСВ с 2004 по 2016 год показан в табл. 1.

| Год | Число банков в ССВ на конец года | Страховые случаи в течение года | Страховые случаи, нарастающим итогом на конец года | Объем выплат из АСВ, млрд руб. | Объем выплат из АСВ, нарастающим итогом на конец года, млрд руб. | Остаток чистого фонда страхования вкладов на конец года, млрд руб. |
|------|----------------------------------|---------------------------------|--|--------------------------------|--|--|
| 2004 | 381 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4,6 |
| 2005 | 931 | 1 | 1 | 0,0035 | 0,0035 | 16,6 |
| 2006 | 934 | 9 | 10 | 0,03 | 0,0335 | 36,1 |
| 2007 | 934 | 15 | 25 | 0,31 | 0,3435 | 61,6 |
| 2008 | 937 | 27 | 52 | 10,6 | 10,9435 | 74,9 |
| 2009 | 925 | 31 | 83 | 10,9 | 21,8435 | 92,3 |
| 2010 | 909 | 16 | 99 | 9,5 | 31,3435 | 122,7 |
| 2011 | 896 | 17 | 116 | 27,0 | 58,3435 | 151,1 |
| 2012 | 891 | 14 | 130 | 14,3 | 72,6435 | 202,5 |
| 2013 | 873 | 27 | 157 | 103,9 | 176,5435 | 140,0 |
| 2014 | 860 | 61 | 218 | 202,4 | 378,9435 | 68,9 |
| 2015 | 842 | 77 | 295 | 369,2 | 748,1435 | 37,5 |
| 2016 | 823 | 89 | 384 | 590,9 | 1339,2 | 42,2* |

За время существования АСВ к 31.12.2016 года случилось 384 страховых случая, по которым выплачено СВ в размере 1339,2 миллиардов рублей. При данной тенденции к сокращению числа банков при снижающемся размере фонда страхования вкладов длится дальше. При этом специалисты банковской отрасли говорят о том, что это надобность для банковской отрасли РФ, т.к. у большинства работающих в настоящее время банков накоплена существенная доля «плохих» активов. В период с 2011 по 2016 происходит сокращение банков в России.

В целом такое снижение количества игроков полезно для банковской отрасли, поскольку уменьшение количества ненадежных и сомнительных банков только оздоровит сферу, увеличивая уверенность потребителей в надежности крупных и образующих банков. Таким образом на рынке останутся только организации, которые качественно выполняют свои обязанности (табл.2).

| Год | Зарегистрировано банков, шт. | Банки, у которых отозвана лицензия, шт. | То же, нарастающим итогом, шт. |
|------|------------------------------|---|--------------------------------|
| 2011 | 1012 | 40 | 2148 |
| 2012 | 978 | 30 | 2178 |
| 2013 | 956 | 44 | 2222 |
| 2014 | 923 | 95 | 2317 |
| 2015 | 834 | 105 | 2422 |
| 2016 | 808 | 89 | 2511 |

Наблюдается сокращение количество банков в связи с отзывом ЦБ РФ у коммерческих банков лицензии на осуществление банковских операций в связи с:

| |
|---|
| неисполнением федеральных законов, регулирующих банковскую деятельность, |
| нормативных актов Банка России, |
| неспособностью удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам, |
| снижением размера собственных средств (капитала) ниже минимального значения уставного капитала и т.д. |

Согласно опросу, проведенному Фондом общественного мнения (ФОМ) в 2016 году, почти половина россиян (46%) считает банковские вклады невыгодным способом хранить деньги, тем не менее 43% граждан говорят о надежности данного способ [6].

В общем, согласно данным ФОМ, у 65% россиян банковского вклада нет (по сравнению с 83% в сентябре 1998 года и 64% в августе 2016 года). У 23% есть вклад в Сбербанке (26% в августе 2016 года), у 6% — в другом банке (5% в августе 2016 года) [6].

Что касается система страхования банковских вкладов, то о ней в той или любой мере знают 53% россиян, среди вкладчиков – 2/3, 43% ничего не слышали о данной системе, исходя из опроса [6].

Следовательно, система страхования банковских вкладов не безупречна и настоятельно требует как изменение законодательной базы, так и осведомление населения о способностях страхования. Несмотря на это, важна и дифференциация ставок взносов в страховые фонды в зависимости от экономических показателей работы предприятия, итогов работы профессиональных участников и т.д. Поскольку наиболее крупные, наиболее достоверные предприятия не обязаны оплачивать разорение маленьких, ведущих более рискованную работу участников экономического рынка.

Список литературы

1. О гарантировании прав застрахованных лиц в системе обязательного пенсионного страхования РФ при формировании и инвестировании средств пенсионных накоплений, установлении и осуществлении выплат за счет средств пенсионных накоплений [Электронный ресурс]: федер. закон от 28.12.2013 г. № 422-ФЗ (ред. от 23.12.2015). <http://www.consultant.ru>.
2. О страховании вкладов физических лиц в банках РФ [Электронный ресурс]: федер. закон от 23.12.2003 г. № 177-ФЗ (ред. от 26.07.2017). <http://www.consultant.ru>.
3. Запольский С.В. Финансовое право: учебник. М.: Юрайт, 2017. 491 с.
4. Мальцев В.А. Финансовое право: учебник. М.: КНОРУС, 2016. 237 с.
5. Агентство страхования вкладов [Электронный ресурс] https://www.asv.org.ru/documents_analytik (дата обращения 6.11.2017).
6. Опрос: россияне считают банковский вклад невыгодным способом хранить деньги [Электронный ресурс] <https://1prime.ru/finance/20161008/826629182.html> (дата обращения 6.11.2017).

ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИПОТЕКИ

Как известно, обязательства занимают неотъемлемую часть гражданского оборота. Большинство граждан и юридических лиц в процессе жизнедеятельности вступают в обязательственные правоотношения. Однако наличие обязательства не является гарантией того, что оно не может быть нарушено. По этой причине, для стабилизации гражданских отношений законодательство предусматривает специальные меры, которые носят гарантирующий характер и выражаются в способах обеспечения исполнения обязательств. К ним относят, к примеру, методы воздействия на должника для надлежащего исполнения им своих обязательств.

На сегодняшний день, ипотека является самым надежным и востребованным способом залога недвижимости. Ее преимущество заключается в том, что недвижимость обладает высокой стоимостью, она всегда ликвидна и в отличие от остального имущества практически не подлежит износу и не падает в цене. Данные свойства недвижимости побуждают залогодателей к надлежащему исполнению обязательств. [5, с.47]

Основные отличия ипотечного кредитования от других форм действующих кредитов заключаются в особенностях происхождения, изменения и прекращения правоотношений в сфере ипотечного кредитования, обусловленных правовым режимом предмета залога — недвижимости.

Понятие залога в общем и залога недвижимости в частности является одним из самых неоднозначных в отечественной практике.

Hypothek — термин греческого происхождения, в первый раз в обиход введен Соломоном в начале VI в. до н. э. Ипотекой (с греч. — подпоркой) именовался столб, который располагался на участке земли должника и означал, что участок земли заложен в обеспечение возврата долга по кредиту.

В дореволюционном праве понятие «ипотека» стало популярно с середины XIX в., но в законодательстве не применялось. Залог недвижимости обозначался просто залогом и в этом смысле противопоставлялся залого недвижимости (закладу).

Российским законодательством ипотека в форме залога под обеспечение недвижимого имущества закреплена в Законе РФ от 29 мая 1992 г. № 2872-1 «О залоге». Окончательное оформление произошло после принятия в 1994 г. первой части Гражданского кодекса РФ и Федерального закона от 16 июля 1998 г. № 102-ФЗ «Об ипотеке (залоге недвижимости)».

В законодательстве ипотека описывается в виде залога земельных участков, предприятий, зданий, сооружений, квартир и иного недвижимого имущества (п.2 ст.334 ГК РФ). Следовательно, ипотека является разновидностью залога, которая выделена по аспекту предмета — недвижимого имущества [1]. Подобная система была принята в некоторых европейских государствах, к примеру, в Венгрии, Чехии.

К достоинствам недвижимости как предмета залога можно отнести:

- незначительную подверженность недвижимости гибели или внезапному исчезновению и простота проверки ее наличия;
- низкую оборотоспособностью (необходимость государственной регистрации прав и сделок), позволяющую контролировать процесс отчуждения;
- постоянное повышение стоимости недвижимости, что гарантирует кредитору погашение задолженности в полном объеме. Мощный стимул, который побуждает должника своевременно исполнять свои обязательства - значительная стоимость недвижимости и риск ее потери.

В большинстве случаев, под залог недвижимого имущества обеспечиваются обязательства, которые возникают из кредитных и заемных обязательств. Другой особенностью ипотеки является обязательность государственной регистрации ипотеки в Едином государственном реестре прав на недвижимое имущество и сделок с ним. Только после государственной регистрации ипотека возникает для третьих лиц, и с этого же момента возникает право залога. [1, ст.11, п.3]

Ипотека предполагает наличие у собственника некоторых ограничений по безвозмездному распоряжению предметом ипотеки, выраженных в способности отчуждать заложенную недвижимость, передавать ее в аренду или для использования другим лицам. Совершать прочие распорядительные сделки возможно исключительно при согласии залогодержателя. [1, ст.346, п.2]

С точки зрения гражданского права, можно выделить две функции ипотеки — обеспечительную, которая заключается в обеспечении возврата заемных средств, и оборотную, т. е. стимулирующую оборот недвижимого имущества, когда другие способы являются экономически нецелесообразными или юридически неосуществимыми.

Типы ипотеки представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Типы ипотеки [3, ст.3].

Договорная ипотека возникает на основе договора, в случае, когда покупатель-заемщик самостоятельно оформляет в собственность купленную за кредитные средства квартиру, собирает пакет необходимых документов и составляет и регистрирует отдельный договор ипотеки. Данный способ является рискованным для банка и на практике применяется редко.

В случае ипотеки в силу закона купленная за кредитные средства квартира оформляется в собственность покупателя-заемщика и в то же время является залогом по взятому займу.

Типы ипотеки в зависимости от вида недвижимого имущества обосновываются различными целями и возможностями заемщика при заключении договора ипотеки.

Кроме договора ипотеки права залогодержателя могут быть подтверждены выдачей специальной ценной бумаги — закладной. В подобных случаях вместе с договором ипотеки в орган, который осуществляет государственную регистрацию прав, представляется закладная.

Закладная - именная ценная бумага, которая удостоверяет права владельца на получение исполнения по денежному обязательству, которое обеспечено ипотекой.

Кроме того, согласно п. 1 ст. 43 Закона об ипотеке имущество, которое было заложено по договору об ипотеке в обеспечение исполнения одного обязательства (предшествующая ипотека), может быть предоставлено в залог в обеспечение исполнения другого обязательства того же или иного должника тому же или иному залогодержателю (последующая ипотека) [3].

Ипотека с полным обеспечением возникает в случае, когда требования залогодержателя обеспечиваются в том объеме, какой они имеют к моменту их удовлетворения, а при ипотеки с предельным обеспечением, требуется четкое указание суммы обеспеченных требований залогодержателя, сверх которой он не вправе претендовать на преимущественное удовлетворение за счет стоимости предмета ипотеки.

На данный момент существуют законодательные пробелы в регулировании ипотеки. К примеру, в Земельном кодексе РФ отмечена необходимость использования земельных участков собственниками согласно их целевого назначения и способами, не причиняющими вред окружающей среде. Подобная норма содержится и в Гражданском Кодексе РФ. (ст.260 п.2). В Федеральном законе «Об ипотеке (залоге недвижимости)» говорится исключительно о праве залогодателя использовать заложенное имущество, не допускающем значительного уменьшения его стоимости (сверх нормального износа). Данное положение противоречит Гражданскому кодексу РФ и требует уточнения в законе. [2,3]

В России ипотечное кредитование активно развивается. Объем выданных ипотечных кредитов в первом полугодии 2017 года превысил объем выданных аналогичного периода 2016 года на 16,3% и составил 773 миллиарда рублей, что, в свою очередь, на 0,4% выше объема выданных ипотечных кредитов в 2015 году (рисунок 2).

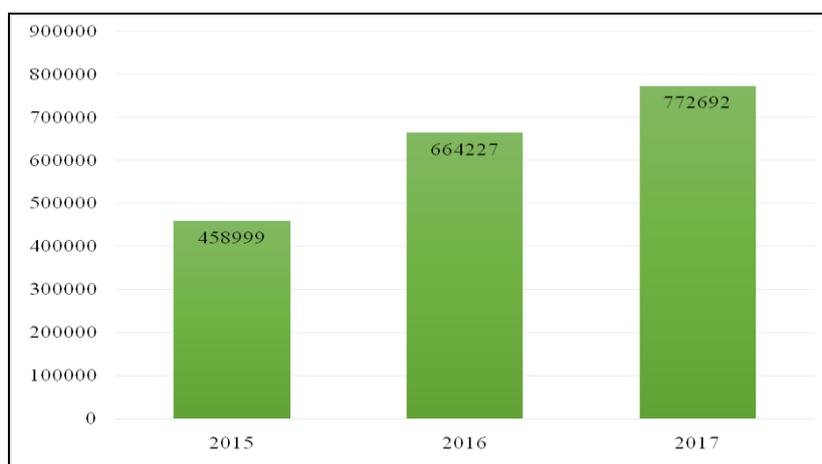


Рисунок 2 – Объем выданных ипотечных кредитов, млн.руб. [6]

Отмечается, что основной причиной роста выданных ипотечных кредитов стало снижение процентных ставок на рынке. Ставки по ипотечным кредитам в рублях, выданным в июне, в среднем составили 11,11%, снизившись с января 2017 года на 0,73 процентного пункта (рисунок 3).

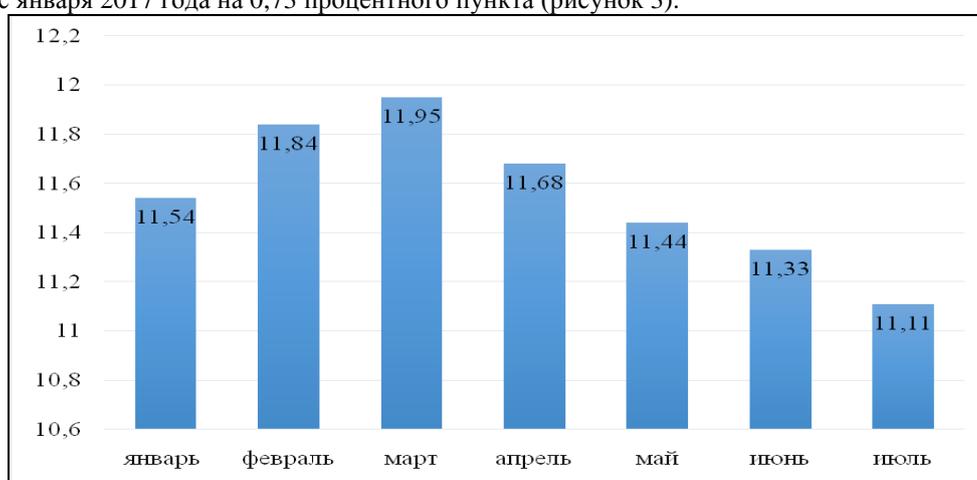


Рисунок 3 – Средневзвешенная ставка, %, 2017 год [7]

Совокупный объем задолженности по ипотеке достиг 4,67 триллиона рублей, что выше уровня соответствующего периода прошлого года на 11,6%. Доля просроченной задолженности по рублевым кредитам существенно не изменилась и находится на уровне 1,1%, по валютной ипотеке с начала года доля просроченной задолженности выросла до 35,3%.

Объем просроченных платежей по ипотечным кредитам, накопленным с начала года, вырос на 1,7% с 70,3 миллиарда рублей до 71,5 миллиарда рублей (рисунок 4). В совокупности по всему портфелю доля кредитов с просрочкой свыше 91 дня на конец первого полугодия составляет 2,54%, что ниже показателя второго полугодия в 3,05% и конца 2016 года — 2,65%.

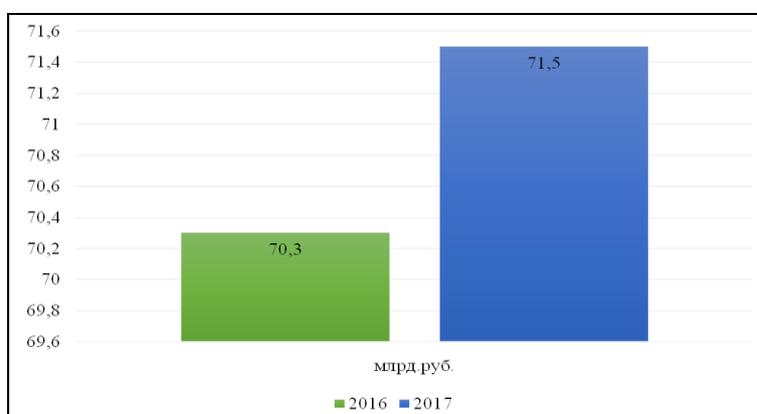


Рисунок 4 - Объем просроченных платежей по ипотечным кредитам [6]

Таким образом, ипотека является наиболее востребованным способом обеспечения исполнения обязательств. Можно отметить, что несмотря на активное развитие сферы ипотечного кредитования в России, существуют некоторые проблемы в законодательной базе и правовом урегулировании данной сферы. Кроме

того, для сокращения объема просроченных платежей по ипотечным кредитам необходимо проводить экономические преобразования, способствующие росту благосостояния населения.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. [Электронный ресурс]: федер. закон от 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ (ред. от 22.06.2017). СПС КонсультантПлюс.
2. Земельный кодекс Российской Федерации. [Электронный ресурс]: федер. закон от 25.10.2001 N 136-ФЗ (ред. от 29.07.2017). СПС КонсультантПлюс.
3. Об ипотеке (залоге недвижимости) [Электронный ресурс]: федер. Закон от 16.07.1998 N 102-ФЗ (ред. от 01.07.2017). <http://www.consultant.ru>.
4. Буров В.С. О совершенствовании законодательства об ипотеке [Электронный ресурс] // Законодательство и экономика. 2016. №12.
5. Белоусова А.Л. Развитие системы ипотечного кредитования в аспекте реформирования законодательства [Электронный ресурс] // Финансы и кредит. 2015. № 25. с. 46–54.
6. Объем выданных ипотечных кредитов в РФ в I полугодии обновил рекорд 2014 года – НАФИ [Электронный ресурс] https://realty.ria.ru/mortgage_news/20170810/408831450.html (дата обращения: 06.10.2017).
7. Ипотечные жилищные кредиты, предоставленные физическим лицам-резидентам, и приобретенные права требования по ипотечным жилищным кредитам в рублях [Электронный ресурс] <http://www.cbr.ru/statistics/UDStat.aspx?TblID=4-3> (дата обращения: 06.10.2017).

Кузнецова Н.А.

Научн. рук.: канд. истор. наук, доц. Шелкоплясова Н.И.
Тульский филиал Финансового университета

НАЛОГИ, УПЛАЧИВАЕМЫЕ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

Налогообложение организаций в 2017 году – это обязанность организации платить налоги в процессе своей деятельности. Участники могут самостоятельно выбирать систему налогообложения для ООО, и от правильности этого выбора зависит налоговая нагрузка общества. Вопрос: «Какие налоги платит организация?» надо задавать себе еще на этапе бизнес-плана, поэтому предлагаем ознакомиться с теми налоговыми режимами, которые действуют в России.

Виды налогообложения в 2017 году [1]

Организация в России может работать в рамках одной из следующих систем налогообложения:

- Общая или основная система налогообложения (ОСНО);
- Упрощенная система налогообложения (УСН) в вариантах УСН Доходы и УСН Доходы минус расходы;

- Единый налог на вмененный доход (ЕНВД);
- Единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН).

Налоговые системы различаются между собой несколькими элементами:

- объектом налогообложения – то, что облагается налогом (доход, имущество или какой-либо физический показатель);
- налоговой базой – объектом налогообложения в денежном выражении;
- налоговым периодом – временным периодом, за который рассчитывается налог;
- налоговой ставкой – процентом налоговых начислений;
- порядком расчета и сроками уплаты налога.

Для наглядности соберем информацию о налогах ООО в 2017 году в таблицу.

Какую систему налогообложения выбрать для ООО

Чтобы сделать этот выбор правильно, надо учесть немало критериев:

1. Вид деятельности. На основном налоговом режиме ОСНО можно вести бизнес любого направления. Если же говорить о специальных льготных режимах (УСН, ЕНВД, ЕСХН), то самый широкий выбор видов деятельности существует на УСН. В рамках этого режима можно заниматься производством, оптовой и розничной торговлей, услугами. Полный перечень ограничений для УСН приведен в статье 346.12 НК РФ.

Выбор для ЕНВД куда скромнее: розничная торговля на площадях не более 150 кв. м. и некоторые услуги. Перечень видов деятельности, разрешенных для «вмененки», указан в статье 346.26 НК РФ, но и этот ограниченный список может быть сокращен региональным законом, вплоть до полной отмены ЕНВД на определенной территории. Например, в Москве этот режим не применяется вообще.

Ну а что касается ЕСХН, то перейти на него могут только рыбохозяйственные организации и производители сельхозпродукции, причем, доля дохода от реализации такой продукции или улова должна превышать 70% от общей выручки. Организации, которые занимаются только переработкой сельхозпродукции или улова, применять ЕСХН не вправе.

2. Количество работников. На режимах УСН и ЕНВД среднесписочная численность работников не может быть больше 100 человек. Ограничения по работникам для ЕСХН существуют только для

рыбохозяйственных организаций и ИП-плательщиков сельхозналога: не более 300 человек. Значительная часть впервые созданных организаций легко вписывается в этот лимит, поэтому применять льготные режимы могут большинство ООО с работниками. В дальнейшем, если персонал будет увеличиваться, необходимо перейти на ОСНО.

3. Необходимость работы с НДС. Это непростой для администрирования налог, подробности вы можете узнать в статье «НДС: самый особенный и сложный налог». Если вы предполагаете, что основными вашими покупателями будут крупные предприятия, которым будет необходимо получить возврат уплаченного НДС, то вам придется работать на ОСНО. Общую систему налогообложения для ООО стоит выбирать и в случае, если вы будете самостоятельно ввозить товары на территорию РФ.

4. Регулярность деятельности и получения доходов. Из рассмотренных систем налогообложения для ООО три (ОСНО, УСН, ЕСХН) отвечают условию: платим налоги ООО, только если получены реальные доходы. На ЕНВД ситуация другая, облагаемый налогом доход – это условная, рассчитанная государством, сумма. Если этот рассчитанный вмененный доход меньше реального, то налогоплательщик выигрывает, но если получаемый доход меньше рассчитанного по формуле, то организация несет излишнюю налоговую нагрузку [3, с.45].

5. Ожидаемый годовой доход. Из всех систем налогообложения для ООО лимит получаемых за год доходов установлен только для УСН – в 2017 году это 150 млн рублей.

Если в рамках камеральной проверки декларации по НДС налоговики запросили пояснения (п.3 ст. 88 НК РФ), то их нужно представить в течение пяти дней. Однако прежде налоговое законодательство не содержало никакой ответственности за неисполнение требования о представлении пояснений. И некоторые налогоплательщики попросту игнорировали запросы налоговых инспекций.

С 1 января 2017 года ситуация изменится. За непредставление (несвоевременное представление) пояснений введен штраф в размере 5000 рублей, а за повторное нарушение в течение календарного года – 20 000 рублей. Это предусмотрено новой редакцией статьи 129.1 НК РФ, которая введена пунктом 13 статьи 1 Федерального закона от 01.05.2016 № 130-ФЗ.

Налоги, сборы и страховые взносы можно добровольно уплачивать за третьих лиц. Такую поправку внести в статью 45 Налогового кодекса РФ (Федеральный закон от 30.11.2016 № 401-ФЗ). Ранее предусматривалось, что налогоплательщик обязан исполнять обязанность по уплате налога исключительно самостоятельно. Однако теперь в статье 45 НК РФ прописали, что уплата налога может быть произведена иным лицом. Однако уточняется, что иное лицо после уплаты налога за третьих лиц будет не вправе требовать возврата уплаченного налога.

В связи с обозначенными поправками в НК РФ, к примеру, учредители и директора смогут платить налоги за свою фирму. Прежде добровольно платить налоги за третьих лиц было нельзя. Поэтому, даже если у директора были деньги, погасить налоговые долги за компанию он не мог (письмо Минфина России от 14.02.2013 № 03-02-08/6). Теперь ситуация изменилась. Кроме этого:

- физические лица также получили возможность оплачивать налоги за других физических лиц или ИП;
- одна организация вправе заплатить налоги, пени и штрафы за другую компанию.

С 2017 года законодатели определили порядок уплаты НДС с интернет-услуг, которые иностранные компании предоставляют физическим лицам на территории РФ (в том числе, доступ к базам данных, рекламные услуги, доменные имена, хостинг, администрирование сайтов и др.). Новшества по вопросам взимания НДС с таких организаций предусмотрены Федеральным законом от 03.07.2016 № 244-ФЗ. Так, в частности, с 2017 года:

- определили понятие услуг, оказанных в электронной форме;
- установили, в каком порядке иностранной компании встать на налоговый учет и платить НДС;
- уточнили, как иностранной компании использовать «личный кабинет налогоплательщика»,

чтобы подать электронную декларацию по НДС;

Поправки получили неофициальное название «налог на google», поскольку изменения, в частности, затронут подобные иностранные компании как Google, которые работают на территории России. Цель появления поправок – создание конкурентной среды для иностранных и российских продавцов электронных услуг. Дело в том, что до 2017 года физическим лицам было выгоднее приобретать электронный контент у иностранных компаний, поскольку его стоимость не включала в себя НДС. Услуги российских IT-компаний, наоборот, облагались налогом. На устранение данного неравенства и направлены обозначенные коррективы законодательства об НДС.

Прежде, напомним, десятипроцентную ставку НДС могли применять издания, если доля рекламы в них не превышала 40 процентов. Таким образом, больше печатных изданий сможет в 2017 году применять пониженную ставку налога. Поправка внесена в абзац восьмой подпункта 3 пункта 2 статьи 164 НК РФ Федеральным законом от 30.11.2016 № 408-ФЗ «О внесении изменения в статью 164 части второй Налогового кодекса Российской Федерации».

С 2017 года вступает в силу Федеральный закон от 03.07.2016 № 238-ФЗ «О независимой оценке квалификации». По этому закону специальные центры будут проводить независимую оценку квалификации физических лиц. Работодатель с письменного согласия сотрудника сможет направить его на такую оценку и оплатить ее прохождение.

По общему правилу если работодатель оплачивает какие-либо услуги за своего работника, то у последнего возникает доход в натуральной форме (п. 2 ст. 211 НК). Поэтому, оплачивая работнику независимую оценку его квалификации, компания, как налоговый агент по НДФЛ, должна была бы включить сумму оплаты в базу по НДФЛ. Однако в целях стимулирования проведения независимой оценки квалификации законодатели предусмотрели налоговые «льготы». Так, в частности, с 1 января 2017 года в доходы, облагаемые НДФЛ, не требуется включать стоимость независимой оценки квалификации работника на соответствие профессиональным стандартам. Данные поправки внесены в перечень доходов, не подлежащих налогообложению НДФЛ (п.21.1 ст. 217 НК РФ). Они предусмотрены пунктом 1 статьи 1 Федерального закона от 03.07.2016 № 251-ФЗ.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Ч. 1 [Электронный ресурс]: федер. закон от 31 июля 1998 года N 146-ФЗ. СПС КонсультантПлюс.
2. Аверьянов М.А. Налоговое право. – М.: Кронос, 2017. 233 с.
3. Васильев Н.А. Налоговое право. – М.: Лотос, 2017. 174 с.

Одинокова Д. В.

Научн. рук.: канд. полит. наук, доц. Барина В.И.
Тулский филиал Финуниверситета

МОДЕЛИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПОЛИТИКИ И ЭКОНОМИКИ

Политика – один из видов управления по достижению баланса интересов социальных групп в процессе их взаимодействия с помощью власти. Она является одной из сфер жизнедеятельности общества, непосредственно и опосредованно взаимосвязанной с другими.

В историческом аспекте возникновение политики связано с социальным, этническим и религиозным разделением общества. В политике отражаются коренные, долговременные интересы разных общественных групп, которые связаны с удовлетворением их потребностей. Политика в данном случае выступает в качестве инструмента регулирования, соподчинения или примирения этих интересов для обеспечения целостности общественного организма.

Политика обладает такими свойствами, как универсальность, включенность во все процессы жизнедеятельности общества

На содержание политики оказывают воздействие различные факторы, в том числе экономические. С другой стороны, политика способна воздействовать на экономическую подсистему общества. Во-первых,) политика призвана обеспечить условия, при которых создание и присвоение ценностей отвечало бы интересам тех или иных социальных групп; во-вторых, политика проникает во все общественные сферы в силу присущей ей регулирующей функции. На совершенствование отношений между людьми в этих сферах, а также более рациональное использование общественных ценностей направлены такие виды государственной политики, как экономическая, научно-техническая, социальная, культурная, экологическая и др. [4]

Экономика – сфера жизни общества, которая служит источником удовлетворения потребностей человека, она обеспечивает людей материальными и духовными благами, развивается и функционирует по своим собственным законам.

В любом обществе экономика призвана решать три задачи: что производить, как производить и для кого производить. В разных государствах эти задачи решаются по-разному, что зависит от формы собственности на средства производства и экономической политики

Существует несколько точек зрения на взаимосвязь политики и экономики.

Первая была сформулирована Карлом Марксом. Он считал политику надстройкой над экономикой, которая является базисом общества. Маркс допускал возможность взаимодействия базиса и надстройки, влияния надстройки на базис, все же главным в его социологической концепции был тезис о том, что экономика определяет политику, их взаимосвязь имеет причинно-следственный характер (экономический детерминизм).

Современные философы и социологи считают, что применительно к человеку политика важнее экономики, ведь она непосредственно затрагивает смысл его существования. Человеческая жизнь состоит из отношений между отдельными людьми. Механизмы же осуществления власти, влияют на отношения между людьми.

Например, французский политолог Р. Арон отдавал главенствующее место политике, но при этом он и ограничивал ее влияние. Поэтому отсутствовало какое-либо верховенство экономики или политики.[7]

Вопрос о взаимосвязи экономики и политики глубоко проанализирован и в известной работе социолога К. Поппера “Открытое общество и его враги”. Автор приходит к прямо противоположенной концепции Р. Арона. Он считал, что политическая власть имеет фундаментальный характер, она может контролировать экономическую сферу посредством перераспределения богатства, разрабатывать программы защиты социально уязвимых слоёв населения, страховать рабочих на случай потери трудоспособности, безработицы и старости и т.д. [5].

Нам представляется, что взаимоотношения между политикой и экономикой имеют сложную структуру. Особую остроту эти отношения приобретают тогда, когда происходит смена эпох и на переломных этапах развития общества. [6]

Взаимосвязь политики и экономики раскрывается в понятии экономической политики. Это система экономических мероприятий государства; совокупность целей, средств, задач, мероприятий по направленному воздействию на развитие экономики. Сферой экономической политики является пересечение и взаимодействие экономики и политики. В этом взаимодействии различные элементы находятся в отношениях прямой и обратной связи, координации и субординации.

Особый интерес вызывает экономическая политика в странах, находящихся в процессе перехода к рынку, демократии.

Рассмотрим варианты экономической политики.

-государство может своими действиями тормозить систему развития экономики, что чревато революциями и огромными ресурсными затратами;

-государство может выступать в качестве катализатора в определенных сферах развития экономики и тем самым ускорять позитивные или негативные последствия хозяйствования субъектов рыночных отношений;

-политическая элита может стимулировать, приостанавливать и перераспределять инвестиции в экономическое развитие.

На практике каждый из этих способов воздействия самостоятельно проявляется крайне редко. В реальной экономической политике они взаимосвязаны.

Рассмотрим эффективность взаимодействия экономики и политики в условиях формирования рыночных отношений на примере России. Вот некоторые макроэкономические показатели:

Инфляция в 2015 году составила почти 15 процентов, в 2017 году уменьшилась до 2.3 процента. По данным 2011 года ВВП составил 60282,5 млрд. руб., а в 2016 году 86043,6 млрд. руб. [3]

Уровень занятости населения с 2009 года увеличился почти на 5 процентов и составил в 2016 году 65,7%. [2]

В 2005 году доля импортных потребительских товаров в товарных ресурсах розничной торговли составляла 45%, а в III квартале 2017 года снизилась до 35%. Доля импортных продовольственных товаров в товарных ресурсах розничной торговли продовольственными товарами в 2005 году равнялась 36%, в 2017 году 22%. [1]

Однако не все показатели улучшились. В стране не уменьшается доля людей с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума. В 2014 году их было более 16 млн. (11,2 процента от общей численности населения), к 2016 году этот показатель вырос и составил 13,5 процентов (19,8 млн. человек) [2]. В 2017 году показатели существенно не изменились и проблема бедности остаётся.

Таким образом, эффективность взаимодействия политики и экономики на примере современной России можно оценить как не в полной мере отвечающей экономическому потенциалу страны.

Список литературы:

- 1.Официальная статистика: показатели, характеризующие импортозамещение в России [Электронный ресурс]/Федеральная служба государственной статистики <http://www.gks.ru/> (дата обращения 03.12.2017).
- 2.Официальная статистика: население [Электронный ресурс]/Федеральная служба государственной статистики <http://www.gks.ru/> (дата обращения 03.12.2017).
- 3.Официальная статистика: национальные счета [Электронный ресурс]/Федеральная служба государственной статистики <http://www.gks.ru/> (дата обращения 03.12.2017).
- 4.Политология. В 2 т. Т. 1: учебник для академического бакалавриата / Р.Т. Мухаев. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство ЮРАЙТ, 2014. -377 с. – Серия : Бакалавр. Академический курс.
- 5.Поплер К. Открытое общество и его враги. М., 1992. Т.2.
- 6.Экономическая политика. Центр управления финансами [Электронный ресурс]: <http://center-yf.ru/data/economy/Ekonomicheskaya-politika.php> (Дата обращения 19.11.2017)
- 7.Политика и экономика, как общественные явления// Диалектика взаимосвязи экономики и политики [Электронный ресурс]: https://m.vuzlit.ru/914072/dialektika_vzaimosvyazi_ekonomiki_politiki (Дата обращения 19.11.2017).

Одинокова Д.В., Шевелева И.В.
Научн. рук.: канд. ист. наук, доц. Назырова Е.А.
Тульский филиал Финуниверситета

ОКТЯБРЬСКАЯ РЕВОЛЮЦИЯ 1917 ГОДА: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ (НА ПРИМЕРЕ ТУЛЬСКОЙ ГУБЕРНИИ).

Октябрьская революция 1917 года является переломным моментом в истории Российского государства, кардинально поменявшим ход его развития. Это был длительный процесс, имеющий множество особенностей, закономерностей, а также непредсказуемых действий, исходящих как со стороны правительства, так и от населения страны. Ее концепция исходит еще от революционных процессов 1905-1907 годов. События октября

1917 года выявили проблемы, которые существовали в имперской России: в области управления, экономического развития, социальных вопросов и т.д. Более подробно рассмотрим данные проблемы в региональном аспекте на примере Тульской области, так как революционные процессы здесь отличались от тех, что проходили в других регионах страны. Ведь туляки изначально не поддерживали большевистскую партию. Однако к концу 1917 года она все же пришла к власти и в Тульской области.

Буржуазно-демократическая революция, начавшаяся в феврале 1917 года, имела целый ряд причин, обусловивших ее необходимость. Среди них: усталость российского общества от войны, неудовлетворенность деятельностью аппарата управления, финансовый и продовольственный кризисы. В связи с этим, выделим основные этапы прихода большевистской партии к власти в Тульской губернии.

Уже в январе-феврале 1917 года произошла мощная стачка оружейников, к которым присоединились рабочие других мастерских. А утро 2 марта принесло в город весть о падении самодержавной власти в стране, о том, что совершилась Февральская Буржуазно-демократическая революция. О данном событии пестрели заголовки региональных печатных изданий.

Март 1917. В ночь на третье арестованы губернатор и прочие местные чины царской власти. Разоружены жандармы и полиция. 3-5 марта был образован Совет рабочих и солдатских депутатов. Буржуазия сформировала свой орган власти - исполком общественных организаций, ставший органом Временного правительства.

В Туле, как и по всей России, возникло двоевластие. Однако эсеро-меньшевистский состав Совета вскоре вынес постановление, что его решения имеют только моральную силу. Несмотря на соглашательскую позицию меньшевиков, тульские большевики в конце марта, вопреки возражениям членов организации Г. Н. Каминского, М. Ф. Шурдукова, Я. И. Ульянова, А. И. Сорокина, пошли на объединение с меньшевиками.

Апрель. В Туле образовались латышская, польско-литовская и военная социал-демократические организации. Первая практически сразу отказалась от объединительных тенденций. Две последние, хотя и вошли в объединенную организацию, но руководство в них осталось большевистским.

Май. Апрельские тезисы В. И. Ленина, решения VII Всероссийской конференции, настойчивая, разъяснительная работа ЦК и Московского бюро РСДРП(б) помогли тульским большевикам понять ошибочность объединения с меньшевиками. 14 мая собрание группы большевиков Тулы приняло решение о выходе из объединенной организации, а 28 мая это решение было подтверждено, когда 80 большевиков покинули общее собрание. В тот же день был избран первый легальный Тульский комитет большевиков в составе: Г. Н. Каминского, С. С. Колесникова, А. И. Кауля, В. А. Кульнева, В. С. Михеева, А. Н. Сорокина, П. А. Вепринцева, М. Ф. Шурдукова, К. П. Сахарова, Д. Г. Прокудина.

Июнь - июль. Большевистско-эсеровский Совет запретил участие туляков во Всероссийской демонстрации, назначенной ЦК партии на 18 июня, но волнения в городе в этот день произошли. Их вызвало издание приказа об отправке революционных частей гарнизона: 31-го полка - на фронт, а 30-го - в Харьков. Проводы 30-го полка, проходившие в день петроградской демонстрации 18 июня, вылились в революционную манифестацию солдат и рабочих под большевистскими лозунгами. Один из руководителей военной социал-демократической организации в Туле Н. А. Руднев, участник гражданской войны, начальник штаба 5-й украинской армии, по поручению полкового комитета 30-го полка, который он возглавлял, 3 июля 1917 года обратился к большевикам, рабочим и солдатам Тулы с прощальным письмом, в котором призывал к борьбе за мир, землю, за власть Советов.

Солдатские волнения в городе ширились. На митинге 23 июня воины гарнизона потребовали разгона меньшевистско-эсеровского Совета в Туле, а немного позднее солдаты 31-го полка разогнали свой полковой комитет, избрали новый, арестовали командира полка. Командованию гарнизона с помощью меньшевиков и эсеров удалось подавить волнения в полку и отправить его на фронт.

Август. Тульские большевики, заслушав доклад Г. Н. Каминского, участвовавшего в работе VI съезда РСДРП(б), одобрили курс партии на вооруженное восстание, принятый после расстрела июльской демонстрации в Петрограде, начавшихся репрессий против большевиков и фактического окончания периода двоевластия и мирного развития революции.

Сентябрь - октябрь. 5 октября в городе проходит забастовка всех городских служащих. Бастующие выдвинули требование — увеличить заработную плату на 100%. Городская управа на требование о прибавках ответила «что полностью их удовлетворить совершенно не мыслимо, так как средств нет и пока не предвидится источников, откуда их можно было бы достать»[5]. В результате этого события в городе остановились — водопровод, городская электрическая станция, все склады. Одновременно в тульских газетах опубликована информация о готовящейся всероссийской забастовке железнодорожников с 6 на 7 октября.

К 6 съезду партии тульская большевистская организация насчитывала более тысячи членов партии. Но к октябрю Совет рабочих и солдатских депутатов не был в руках большевиков. В Туле влияние меньшевистской партии было гораздо значительнее, чем в других регионах страны.

25 октября - свержение Временного правительства, переход власти в руки Советов. Во втором Всероссийском съезде Советов, закрепившем эту победу, приняли участие четыре делегата из Тулы, из них два большевика. В ночь на 27 октября на экстренном собрании большевистского актива при Тульском горкоме РСДРП(б) был избран Военно-революционный комитет, в состав которого вошли Г. Н. Каминский, Д. Г. Прокудин, Ф. М. Бундулин, М. Ф. Шкирятов, А. Капцинель. Установив контроль над арсеналом, ВРК обеспечил активную помощь оружием московским революционным рабочим.

Ноябрь - декабрь. Напряжение борьбы за власть в городе достигло предела. В Петрограде, Москве, многих других центрах страны уже в ноябре была твердо установлена Советская власть. А в Туле ситуация - парадоксальная. Официальными носителями власти были губисполком и городская дума - органы свергнутого Временного правительства.

Имевшие большинство в Тульском Совете рабочих и солдатских депутатов меньшевики и эсеры в то же время не признавали уже действовавшего Советского правительства и его декретов. При участии присланного из Москвы и кооптированного в состав Тульского большевистского ВРК В.Максимовского тульские большевики развернули решительную борьбу за привлечение масс на свою сторону, завоевание большинства в Советах.

В середине ноября большевики добились введения выборности командного состава в воинских частях. Перевыборы в конце ноября Советов солдатских депутатов, полковых и ротных комитетов показали, что большевики достигли решающего влияния в них. Их пропагандистская работа в связи с предстоящими выборами в Учредительное собрание так же дала свой эффект. По результатам выборов большевики собрали почти 220 тысяч голосов, на 3 тысячи больше, чем эсеры. По большевистскому списку в Учредительное собрание были избраны Г.Н. Каминский, А.И. Кауль, С.С. Колесников. Усилились позиции большевиков в ряде цеховых и заводских комитетов, хотя засилье меньшевиков устранить не удалось. Авторитет Тульской организации РСДРП(б) в трудовых массах быстро рос.

Все это привело к тому, что к концу ноября большевики получили в Тульском Совете большинство. Впервые Совет принял большевистскую резолюцию по продовольственному вопросу. А через несколько дней при обсуждении в Совете очередного продовольственного вопроса Г. Н. Каминский от большевистской фракции предложил распустить губернский продовольственный комитет, не выполняющий решений Совета Народных Комиссаров, создать новый, а власть в Туле целиком взять в свои руки Тульскому Совету рабочих и солдатских депутатов. Предложение было поставлено на голосование. Правые эсеры и меньшевики демонстративно ушли из зала. При их отсутствии пленум Совета в этот день, 7 декабря, единодушно принял резолюцию: «Тульский Совет рабочих и солдатских депутатов с сегодняшнего дня берет в свои руки всю власть как в городе Туле, так и во всей губернии...»[3, с.30]. В тот же день телеграмма об этом была направлена в ЦК партии большевиков. Так началась новая история древнего города оружейников.

Таким образом, с небольшим количеством популярности большевистская партия победила на выборах. Это произошло потому, что в ситуации безвластия она оставалась единственной, кто мог предложить власть единую, цельную, отличающуюся от противоречивой деятельности Временного правительства, большевикам удалось найти компромисс между программами всех существующих на тот момент в стране партий. Колесо истории на нашей земле начало новый отсчёт времени.

Список литературы

1. Октябрьский переворот в Туле. –Тула.: Издание Тульского Истпарта, 1924. 24 с.
2. Сорокин А. Из истории семнадцатого года в Туле. — Тула, Истпарт, 1925. 81 с.
3. Тула. Из глубины веков до наших дней/ В.В. Возбранный[и др.]. –Тула, Приокское книжное издательство, 1988. 346 с.
4. Это было в 1917: сб. воспоминаний участников октябрьских событий в Туле. - Тула, 1957. 256 с.
5. Тимофеев С. Тула накануне революции.5.X (22.IX) 1917// Livejournal [Электронный ресурс]. <https://timofeev-sb.livejournal.com/180125.html> (дата обращения: 29.10.2017)
6. Симонова Е. В. Революция 1917 года в Тульской губернии //Тульский краеведческий альманах [Электронный ресурс].https://tulalmanac.blogspot.ru/2011/07/1917_14.html/ (дата обращения: 29.10.2017).

Трофимова Д.Д.

Научн. рук.: канд. истор. наук, доц. Шелкоплясова Н.И.

Тульский филиал Финуниверситета

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ В ДБО

На сегодняшний день банковская деятельность представляет собой одну из тех областей человеческой деятельности, где применение компьютерных технологий наиболее эффективно. Современные банки предлагают действий достаточно широкий обеспечению спектр услуг, Европы объединенных общим доступ термином - дистанционное доступа банковское обслуживание.

Одной из ключевых проблем ДБО отсутствия легального определения понятия «дистанционное банковское обслуживание», несмотря на его широкое употребление в законодательстве и широчайшее распространение данного явления на практике[3]. Действующем законодательстве не содержится и определений видов ДБО. Тем не менее, в Письме Банка России от 31.03.2008 N 36-Т «О Рекомендациях по организации управления рисками, возникающими при осуществлении кредитными организациями операций с применением систем Интернет-банкинг» содержится определение интернет-банкинга, дающееся, однако «для целей данных Рекомендаций». Интернет-банкинг в Письме Банка России №36-Т определяется как «способ дистанционного банковского обслуживания клиентов, осуществляемого кредитными организациями в сети Интернет (в том числе через WEB-сайт(ы) в сети Интернет) включающего информационное и операционное

взаимодействие с ними». Используемое в целях совершения платежных операций дистанционное банковское обслуживание частично регулируется Федеральным законом от 27.06.2011 N 161-ФЗ «О национальной платежной системе», который, согласно ст. 1, регулирует порядок оказания платежных услуг (в том числе осуществления перевода денежных средств), использования электронных средств платежа, деятельность субъектов национальной платежной системы, а также определяет требования к организации и функционированию платежных систем, порядок осуществления надзора и наблюдения в национальной платежной системе.[1] Свообразными источниками правового регулирования ДБО являются правовые акты Банка России, а также нормативные правовые акты Правительства РФ. Основной формой правовых актов Банка России, издаваемых по вопросам ДБО, являются Письма. Однако в соответствии со ст. 7 Федерального закона от 10 июля 2002 г. N 86-ФЗ "О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)" (с изменениями и дополнениями), Банк России по вопросам, отнесенным к его компетенции, издает нормативные акты, обязательные для федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления, всех юридических и физических лиц, в форме указаний, положений и инструкций. Поэтому Письма Банка России не имеют нормативного характера, они рекомендательны, а значит и не обязательны для исполнения.

Правовая защита персональных данных, в том числе и в банковской сфере, обеспечивается в настоящее время двумя федеральными законами, принятыми во исполнение обязательств, взятых на себя Россией после подписания в 2001 г. Конвенции Совета Европы о защите физических лиц при автоматизированной обработке персональных данных от 28.01.1981 - ФЗ от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных» (последняя редакция) и ФЗ от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (последняя редакция)

Согласно статье 1 Федеральным законом «О персональных данных» регулируются, в частности, «отношения, связанные с обработкой персональных данных, осуществляемой юридическими лицами с использованием средств автоматизации, в том числе в информационно-телекоммуникационных сетях». То есть действие данного закона напрямую распространяется на кредитные организации, предоставляющие услуги ДБО.[2]

В ст. 3 ФЗ «О персональных данных» определяется понятие «персональных данных» как любая информация, относящаяся к прямо или косвенно определенному или определяемому физическому лицу (субъекту персональных данных).

Наряду с понятием персональных данных, в банковском (ст. 26 ФЗ от 02.12.1990 N 395-1 «О банках и банковской деятельности») и гражданском законодательстве (ст. 857 ГК РФ) содержится понятие банковской тайны. Однако, если Гражданский кодекс РФ закрепляет обязанность банка гарантировать «тайну банковского счета и банковского вклада, операций по счету и сведений о клиенте», то ст. 26 ФЗ «О банках и банковской деятельности» обязывает кредитные организации, Банк России и организации, осуществляющие функции по обязательному страхованию вкладов, гарантировать «тайну об операциях, о счетах и вкладах своих клиентов и корреспондентов». Примечательно, что той же статьей ФЗ «О банках и банковской деятельности» возложена обязанность на служащих кредитной организации хранить тайну об операциях, о счетах и вкладах ее клиентов и корреспондентов, «а также об иных сведениях, устанавливаемых кредитной организацией, если это не противоречит федеральному закону». То есть получается, что служащие обязаны хранить тайну об установленных кредитной организацией «иных сведениях», но банк эту тайну не гарантирует, а значит на эти «иные сведения» не может распространяться режим банковской тайны.

В настоящее время на уровне федерального законодательства правовым аспектам защиты персональных данных уделяется недостаточное внимание. В ФЗ «О персональных данных» вопросу правовой защиты персональных данных (да и то косвенно) посвящена всего лишь одна статья, где речь идет о мерах безопасности при обработке персональных данных (ст. 19). В данной статье раскрывается от каких именно посягательств необходимо защищать персональные данные: от неправомерного или случайного доступа к ним, уничтожения, изменения, блокирования, копирования, предоставления, распространения, а также от иных неправомерных действий в отношении персональных данных. Здесь же устанавливается обязанность оператора по принятию при обработке персональных данных необходимых правовых, организационных и технических мер либо по обеспечению их принятия для защиты персональных данных. Однако п. 2 ст. 19, содержащий примерный перечень мер по обеспечению безопасности персональных данных, не содержит каких-либо примеров «правовых мер».

В Федеральном законе «Об информации, информационных технологиях и защите информации» (который, исходя из названия, должен раскрывать и развивать положения закона о персональных данных в части защиты конфиденциальной информации) вопросу защиты информации также посвящена только одна статья (ст. 16), где, как и в ФЗ "О персональных данных", говорится о том, что "защита информации представляет собой принятие правовых, организационных и технических мер, направленных на: 1) обеспечение защиты информации от неправомерного доступа, уничтожения, модифицирования, блокирования, копирования, предоставления, распространения, а также от иных неправомерных действий в отношении такой информации; 2) соблюдение конфиденциальности информации ограниченного доступа; 3) реализацию права на доступ к информации". Более того, данная статья носит обобщенный характер: она рассчитана на защиту информации в целом, а не ее конкретных видов.

Определенные попытки урегулировать вопрос правовой защиты персональных данных в системах ДБО предпринимаются Банком России. Наибольшее значение имеют специальные Рекомендации по подходам кредитных организаций к выбору провайдеров и взаимодействию с ними при осуществлении ДБО, содержащиеся в Письме Банка России от 26.10.2010 N 141-Т19. Также вопросу безопасности ДБО посвящены Письмо Банка России от 30.01.2009 N 11-Т «О рекомендациях для кредитных организаций по дополнительным мерам информационной безопасности при использовании систем интернет-банкинга» и Письмо Банка России от 07.12.2007 N 197-Т «О рисках при дистанционном банковском обслуживании»²⁰. Тем не менее, следует учитывать, что данные Письма Банка России, как было отмечено выше, не имеют нормативного характера. В части защиты персональных данных в системах ДБО при осуществлении платежных операций особый интерес представляет ст. 27 ФЗ «О национальной платежной системе», где, в частности, установлена обязанность операторов по переводу денежных средств обеспечивать защиту персональных данных и «иной информации, подлежащей обязательной защите в соответствии с законодательством Российской Федерации».

Также одним из наиболее уязвимых аспектов в системах ДБО, подверженным многочисленным рискам, является процедура авторизации клиентов.

В соответствии с п. 7.6.6 Стандарта Банка России "Обеспечение информационной безопасности организаций банковской системы Российской Федерации. Общие положения" СТО БР ИББС-1.0-2014", введенного в действие Распоряжением Банка России от 21.06.2010 N Р-705, все операции клиентов в течение всего сеанса работы с системами дистанционного банковского обслуживания должны выполняться только после выполнения процедур идентификации, аутентификации и авторизации. При этом для доступа пользователей к системам дистанционного банковского обслуживания рекомендуется использовать специализированное клиентское программное обеспечение.^[4]

Подводя итог, следует обратить внимание на необходимость совершенствования и развития законодательства в части регулирования дистанционного банковского обслуживания, легального закрепления данного понятия и основных принципов предоставления услуг ДБО, а также необходимость регламентации ДБО нормативно-правовыми актами Банка России. В сфере защиты персональных данных при осуществлении ДБО необходимо конкретизировать перечень сведений о клиенте, подлежащих режиму банковской тайны, закрепить понятие клиента кредитной организации.

Список литературы

1. Федеральный закон "О национальной платежной системе" от 27.06.2011 N 161-ФЗ (последняя редакция)
2. Федеральный закон "О персональных данных" от 27.07.2006 N 152-ФЗ (последняя редакция)
3. Интернет-Банк[электронный ресурс]-
http://www.banki.ru/wiki/bank/category:internet_banking/ (дата обращения 22.09.2017)
4. Макаров С.Ю. Банковские операции инновационного вектора развития // Ориентр. - 2014. - 12 сентября. - №5, С. 19

Устинова Т. С.

Научн. рук.: канд. полит. наук, доц. Барина В.И.
Тулский филиал Финуниверситета

ПРОГНОЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ НА 2018 ГОД

На стыке прошлого и нового календарного года принято подводить итоги и определять цели на ближайшее будущее. Оптимисты утверждают, что наша страна «встанет с колен», все микроэкономические и макроэкономические показатели будут улучшаться, уровень доходов возрастет. Пессимисты считают, что у России нет шансов на укрепление своих позиций на мировой арене, и жизнь ухудшится. Я отношу себя к реалистам.

Одно из главных событий 2018 года - это выборы президента нашей страны. Но прежде, чем мы выделим проблему выборов рассмотрим фон, на котором будет происходить это событие.

Во время встречи с представителями СМИ в декабре 2017 года, Дмитрий Медведев заявил: «Сегодня мы можем свидетельствовать, что экономика вошла в стадию роста и изменения, которые происходили, вполне благоприятны»^[11]. Председатель Правительства Российской Федерации отметил, что экономика вышла из рецессии и по итогам этого года мы получим приблизительно около 2% ВВП. В этом году будет зафиксирована рекордно низкая инфляция; она будет ниже 3%. Другие макроэкономические показатели, на которые обратил внимание Дмитрий Медведев, это инвестиции в основной капитал, которые вырастут на 4 % по итогам года, прирастающие валютные резервы, сбалансированный бюджет. Особое внимание было уделено курсу рубля, который, по словам Медведева, является стабильным и предсказуемым. Все эти показатели характеризуют уходящий год. «Несмотря на

^[11] Разговор с Дмитрием Медведевым. Эфир от 30.11.2017. [Электронный ресурс]// Режим доступа: https://russia.tv/video/show/35325/episode_id/ - 02.12.2017

мрачные прогнозы, мы в полном объеме исполнили социальное обязательство; все, что запланировали – мы сделали»^[12], - уверяет он.

В недавнем общении с журналистами была затронута довольно актуальная проблема нашей страны и нашей экономики. По оценкам аналитического центра при Правительстве в России около 12 млн бедных работающих, за чертой бедности живут более 20 млн человек и есть мнение, что снизить этот показатель удастся только через 5-7 лет. На это Дмитрий Анатольевич ответил: «Бедность – одна из самых кричащих проблем нашей современной экономики, и естественно, что сама бедность является обратной стороной недоразвитости экономики. У нас за последние несколько лет в виду экономических проблем количество таких людей выросло, но оно меньше того числа, с которого мы начинали»^[13].

Как этот фон повлияет на выборы? Многие считают, что будут не выборы президента, а перевыборы Владимира Путина. Главная проблема выборов – это неявка многих избирателей. Одна из задач власти и прежде всего региональной: сделать поход на избирательный участок модным и социально приемлемым в молодежной среде.

С учётом недостаточной эффективности влияния органов государственной власти на рост макроэкономических показателей можно прогнозировать сохранение достигнутого в 2017 году социально-экономического и политического состояния страны.

Прогнозы же для России зависят не столько от возможностей ее секторов производства и оказания услуг, сколько от экспортных цен на ресурсы. В частности, если цена на нефть удержится на 60 долларах, то у нашей страны есть вполне реальные перспективы осуществить новые планы, направленные на достижение экономического роста.^[14]

В 2018 году продолжится действие объявленных Западом экономических санкций^[15], и они будут влиять на экономическое развитие нашей страны, социально-экономическое и психологическое самочувствие граждан.

Нельзя оставить без внимания дефицит российского бюджета. Российский бюджет 2017 года по предварительным расчётам исполнится с дефицитом в 1,4% ВВП^[16]. Больше всего влияют на сокращение социальных расходов объемы средств на оборону и силовые структуры. Бюджет на 2018 год также запланирован с дефицитом в размере 1,5 трлн рублей. Дефицитный бюджет плох сразу по нескольким причинам. Во-первых, правительство занимает деньги для покрытия бюджетного дефицита, на обслуживание госдолга уже сейчас тратится 26,4% государственного бюджета, а ведь это деньги, которые могли бы пойти на совершенствование образования, здравоохранения или создание резервов. В будущем доля выплат по госдолгу будет только расти. Во-вторых, у страны не остается «подушки безопасности» в форме крупных золотовалютных резервов. В случае резкого падения цен на нефть или банкротства одного из десятки крупнейших банков страна окажется на грани нового масштабного кризиса. Наконец, ЦБ печатает деньги на покрытие бюджетного дефицита, если исчерпаны все остальные источники, что разгоняет инфляцию и делает жителей страны беднее.

В 2018 году прогнозируется незначительный рост ВВП, и реальных доходов людей. Впрочем, рост будет номинальным и на качество жизни не отразится. Курс рубля при этом может составить от 65 до 70 рублей за доллар.

Мы считаем, что значительных изменений в уровне жизни граждан. Не произойдет. Одна из главных социально-экономических проблем российского общества -- бедность в богатой по наличию ресурсов стране, по-прежнему будет доминировать в избирательной кампании 2018 года.

Несмотря на инициативы Президента России Путина В.В., уже осуществляемые и планируемые меры по повышению уровня жизни отдельных слоёв «уязвимого населения», или говоря простым языком, живущего от зарплаты до зарплаты на 10 долларов в день, что составляет 53,7 % граждан страны, следующий год обещает быть нелегким для России.

Список литературы

1. MR RU [Электронный ресурс]// Режим доступа: <http://www.mk.ru/politics/2017/02/21/> - 02.12.2017
2. Разговор с Дмитрием Медведевым. Эфир от 30.11.2017. [Электронный ресурс]// Режим доступа: https://russia.tv/video/show/35325/episode_id/ - 02.12.2017
3. Статистика Росстат [Электронный ресурс]// Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/ - 02.12.2017
4. Эксперт Online. Прогноз ЦБ до 2018 года предполагает сохранение санкций против России. [Электронный ресурс]// Режим доступа: <http://expert.ru/2015/06/15/> - 02.12.2017

^[12] То же.

^[13] Разговор с Дмитрием Медведевым. Эфир от 30.11.2017. [Электронный ресурс]// Режим доступа: https://russia.tv/video/show/35325/episode_id/ - 02.12.2017

^[14] Эксперт Online. Экономика. [Электронный ресурс]// Режим доступа: <http://expert.ru/2016/09/9/> - 02.12.2017

^[15] Эксперт Online. Прогноз ЦБ до 2018 года предполагает сохранение санкций против России. [Электронный ресурс]// Режим доступа: <http://expert.ru/2015/06/15/> - 02.12.2017

^[16] Статистика Росстат [Электронный ресурс]// Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/ - 02.12.2017

Фокин Д. Е.

Научн. рук.: канд. ист. наук, доц. Шелкоплясова Н. И.
Тульский филиал Финуниверситета

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЛИЗИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Перед каждой компанией стоит проблема обновления производственных мощностей в условиях недостатка временных и финансовых ресурсов. Данную проблему может решить лизинг, так как он позволяет ускорять процессы обновления материально — технической базы.

В связи с постоянно возрастающей конкуренцией предприятия должны в короткий срок выбирать приоритетные направления развития, поэтому компаниям, как малого, так и среднего бизнеса важно иметь хороший производственный потенциал. Данная проблема для предприятий особенно становится актуальной, поскольку собственные финансовые ресурсы компании всегда являются дефицитными, а в рамках сегодняшних мировых санкций в адрес России доступ к банковскому кредиту ограничен по причине высокой стоимости кредитных ресурсов, поэтому в настоящий момент для обновления своего производственного потенциала компаниям выгодно прибегать к такой форме инвестиционной деятельности как лизинг.

Практическая значимость исследования заключается в том, что, несмотря на то, что лизинг имеет множество преимуществ, и выглядит очень перспективно, противоречия в законодательстве не позволяют обращаться к лизингу как к альтернативе банковскому кредиту.

Лизинг как вид финансовой аренды, давно известен не только в отечественной, но и в международной практике. Согласно закону «О финансовой аренде (лизинге)» лизинг — совокупность экономических и правовых отношений, возникающих в связи с реализацией договора лизинга, в том числе приобретением предмета лизинга.

В настоящее время внутренний лизинг в РФ, регламентируется следующими нормативно-правовыми актами:

- часть вторая ГК РФ;
- Федеральный закон от 29 октября 1998 г. N 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)».

Внешний (международный) лизинг в РФ регулируется Конвенцией УНИДРУА «О международном финансовом лизинге», к которой Россия присоединилась 8 февраля 1998 года.

Основная цель Конвенции — унификация правового регулирования отношений, возникающих в связи с осуществлением сделок финансового международного лизинга. Однако международный лизинг в России не будет развит до тех пор, пока не будут устранены противоречия внутренних и внешних нормативно-правовых актов, регулирующих лизинговые сделки. Такие противоречия касаются в частности определения предмета лизинга.¹⁷

По мнению ведущих специалистов в области юриспруденции в Конвенции под международным финансовым лизингом понимаются в основном сделки, заключаемые в сфере предпринимательской деятельности. Однако, не может быть предметом лизинга имущество, предназначенное для бытовых нужд, личного и семейного пользования, так как оно не предназначено для предпринимательской деятельности.

Для устранения расхождений между ГК РФ, «Конвенцией УНИДРУА о международном финансовом лизинге» и Федеральным законом «О финансовой аренде (лизинге)» необходимо внести изменения, касающиеся предмета лизинговой деятельности, и обозначить то, что в качестве предмета лизинга могут выступать различные виды имущества, за исключением того, которое должно быть использовано арендатором в личных или семейных целях, а также для домашних нужд.

Лизинговые отношения характеризуются сложным содержанием, которое проявляется в особых статусах субъектов лизинговых отношений, в особенностях осуществления ими прав и обязанностей, в обеспечении законодательством права собственности на предмет лизинга.

Рассмотрим особенности лизинговой деятельности в странах Запада.

Великобритания, Германия, Дания не принимали специального законодательства по лизингу, а реализуют его в рамках обычного коммерческого права. Франция, Португалия, Швеция имеют специальное законодательство, где указаны в основном права лизингодателя и лизингополучателя, их взаимоотношения с производителями имущества, сдаваемого в лизинг.

В каждой стране существуют определенная концепция по отношению к праву собственности. Великобритания, Ирландия, Голландия, а также США придерживаются концепции юридического собственника, Франция, Бельгия и Италия — концепции экономического собственника, так же возможно сочетание обеих концепций.

¹⁷ Конвенция УНИДРУА о международном финансовом лизинге, заключенная в Оттаве 28 мая 1988 г// Собрание законодательства РФ, 09.08.1999, №32, ст. 4040

В Италии и Франции лизинг является специфической функцией банков, государственные органы не только регулируют банковскую деятельность, но и осуществляют контроль над лизингом. В Великобритании, Германии банки контролируют лишь ту часть лизинговых операций, которая проводится подведомственными им структурами.

Рассмотрев особенности лизинговой деятельности западных стран, можно сравнить их с особенностями российского лизинга.

Контроль над деятельностью лизинговых компаний в России осуществляет Федеральная служба по финансовому мониторингу РФ, а банки, занимающиеся лизинговой деятельностью, контролирует Центральный банк РФ.¹⁸

ЦБ РФ и ФСФМ РФ имеют тенденцию — обе инстанции в своих письмах и информационных сообщениях предлагают более полно информировать контролирующие органы о банковских операциях или лизинговых сделках соответственно, расширительно толкуя нормы права и возлагая, таким образом, больше обязанностей на правоприменителей.

Международным лизинговым отношениям помимо противоречий между внутренними и внешними стандартами мешают:

Во-первых, проблема оформления таможенного груза. Таможенное оформление происходит уже на завершающей стадии сделки, когда контракт на поставку предмета лизинга подписан, заключен договор лизинга, и оплата поставки оборудования прошла. Согласование условий контракта лизинговые компании, как правило, берут на себя. Найти грамотного переводчика, который в совершенстве владел бы знанием юридических и бизнес-терминов, не просто. Для преодоления этой проблемы на стадии согласования все принципиально важные моменты должны быть зафиксированы в письменной форме — это исключит возможность двоякого трактования из-за неточного перевода устных соглашений.

Во-вторых, политическая ситуация. Из-за санкций, было предпринято сворачивание контактов и сотрудничества с Россией и российскими организациями в различных сферах. В том числе это отразилось и на лизинговых отношениях, так как ввоз некоторого оборудования на территорию России был запрещен.

В-третьих, проблема противоречий во внутренних национальных стандартах.

В настоящий момент существуют противоречия между ГК РФ и законом «О финансовой аренде (лизинге)» о расторжении договора в одностороннем порядке.

Согласно ст.619 ГК РФ по требованию арендодателя договор аренды может быть досрочно расторгнут судом в случаях, когда арендатор:

- 1) пользуется имуществом с существенным нарушением условий договора а или назначения имущества либо с неоднократными нарушениями;
- 2) существенно ухудшает имущество;
- 3) более двух раз подряд по истечении установленного договором срока платежа не вносит арендную плату;
- 4) не производит капитального ремонта имущества в установленные договором аренды сроки, а при отсутствии их в договоре в разумные сроки в тех случаях, когда в соответствии с законом, иными правовыми актами или договором производство капитального ремонта является обязанностью арендатора.¹⁹

Сопоставив текст, содержащийся в ГК и текст, содержащийся в ст. 13 Закона «О лизинге» можно отметить их схожесть по перечню возможных случаев расторжения договора. Вместе с тем, в Законе говорится о применении бесспорного порядка, а в Гражданском кодексе РФ сказано о необходимости решения суда о досрочном расторжении договора аренды (лизинга).

Проанализировав российское законодательство и судебные практики, необходимо выделить проблему залога предмета лизинга.

Статьей 11 Закона «О финансовой аренде (лизинге)» закреплено право собственности лизингодателя на лизинговое имущество, вплоть до момента выкупа предмета лизинга лизингополучателем. В статье 18 этого же закона говорится о том, что лизингодатель может использовать предмет лизинга в качестве залога при привлечении заемных средств для его покупки, однако о подобных правах третьих лиц на лизинговое имущество лизингодатель обязан сообщить лизингополучателю. Спорные ситуации могут возникнуть в следующих случаях:

- 1) лизингополучатель не знал о том, что предмет лизинга, который он хотел выкупить находится в залоге у третьего лица;
- 2) на момент заключения лизинговой сделки предмет лизинга не был под залогом у третьих лиц, однако уже перед завершением лизингового договора лизингодатель заложил его в качестве обеспечения по обязательствам, которые не имеют отношения к лизинговой сделке.

Зачастую лизингодатель закладывает лизинговое имущество с целью привлечения заемных средств для его покупки, и по мере внесения лизинговых платежей повышается вероятность освобождения предмета лизинга от обременения. Однако во втором случае полностью отсутствует интерес лизингополучателя.

¹⁸ Рзаев А. М. Лизинг в России: становление и развитие / М. Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. 2015. - 386 с

¹⁹ Гражданский кодекс Российской Федерации. - М.: Эксмо, 2017. - 912 с.

Согласно пп.3 п. 1 ст. 352 ГК РФ залог предмета лизинга, фактически переданного лизингополучателю, осуществляется в совокупности с правами лизингодателя и прекращается при исчерпании этих прав выкупом лизингополучателем предмета лизинга в соответствии с условиями договора лизинга.²⁰

Таким образом, передача лизингодателями в залог имущества, уже фактически переданного в лизинг, не противоречит законодательству, поскольку не затрагивает прав исправных лизингополучателей. Сделки залога переданного в лизинг имущества являются действительными, но при обращении залогодержателя с истребования на это имущество его приобретатели получают права лизингодателей (право на остаток задолженности по лизинговым платежам, возможность расторжения договора лизинга и изъятия его предмета при ненадлежащем исполнении обязательств лизингополучателями).

Если лизингополучатель внес все лизинговые платежи и стал собственником предмета лизинга, то с момента регистрации за ним права собственности на это имущество одновременно с прекращением права собственности лизинговой компании прекращается и право залога третьих лиц. Обращение с истребования на имущество, в отношении которого залог уже прекратился, законодательством не предусмотрено (ст.ст.348, 349 ГК РФ). Однако, при грамотном составлении договора лизинга и соблюдении всех обязательств лизингополучателю не грозит обременение залогом предмета лизинга. Рассмотрев законодательные особенности, необходимо сказать, что успешность лизинговой деятельности не зависит от вида собственника, от принятия специального законодательства, от контроля за лизинговой деятельностью. Каждая страна выбирает свой путь развития законодательства в зависимости от своих юридических, экономических, политических, возможно даже географических особенностей. На сегодняшний день, крупнейшими лизинговыми компаниями в мире являются американские компании GMAC (General Motors Acceptance Corp) и GE Capital. Во многом успешность лизинга в США связывают не только с тем, что истоки финансового лизинга был и заложены именно там, но и с развитостью прецедентного права. Система прецедентного права США находится в постоянном движении, она создается и определяется непосредственно судьями, принимающими решения, в том числе и по лизинговым сделкам. Принятое по конкретному делу решение в дальнейшем становится применимым и к другим делам аналогичного характера.

Из изложенного материала, можно сделать вывод.

Важнейшим стимулом совершения лизинговых сделок является наличие благоприятного правового режима, поэтому устранение противоречий между нормативными актами, регулирующими лизинговую деятельность, будет способствовать повышению привлекательности лизинга, путем снижения риска неплатежей по договорам лизинга, и позволит преодолеть кризис недоверия между субъектами лизинговых отношений.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. - М.: Эксмо, 2017. - 912 с.
2. Федеральный закон от 29.10.1998 N 164-ФЗ (ред. от 08.05.2010) "О финансовой аренде (лизинге)" // "Собрание законодательства РФ", 02.11.1998, N 44, ст. 5394
3. Конвенция УНИДРУА о международном финансовом лизинге, заключенная в Оттаве 28 мая 1988 г // Собрание законодательства РФ, 09.08.1999, №32, ст. 4040
4. Черников В.В. Лизинговые сделки: перспективы сотрудничества со страховыми компаниями.// Консультант. - 2015. - № 23. - С. 74-77
5. Рзаев А. М. Лизинг в России: становление и развитие / М. Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. 2015. - 386 с.

Фунтиков В.Е.

Научн. рук.: канд. ист. наук, доц. Шелкоплясова Н.И.
Тульский филиал Финуниверситета

ГРИНМЕЙЛ КАК РАЗНОВИДНОСТЬ ФИНАНСОВОГО ШАНТАЖА

На сегодняшний день, в странах с развитым корпоративным правом распространено такое негативное явление как гринмейл, являющееся разновидностью финансового шантажа корпорации. Гринмейл представляет собой действия миноритарного акционера, направленные на незаконный захват предприятия. Также, гринмейл может рассматриваться как разновидность рейдерства. Рейдерство - незаконный захват бизнеса, осуществляемый против воли собственника, с переходом частной собственности в руки третьих лиц. Основная цель гринмейлеров - получение таких выгод, которые не могут быть достигнуты законным путем. Однако, зачастую, понимая негативное отношение общества к подобной деятельности, гринмейлеры прикрываются благой целью защиты прав акционеров.

Само явление гринмейл выглядит так: кто-то выкупает незначительную долю акций компании, получая статус акционера этой компании. Далее, пользуясь своими правами, этот миноритарный акционер начинает всячески мешать нормальному функционированию предприятия путем инициирования постоянных проверок, судебными разбирательствами, саботированием важных решений. В таких условиях вокруг компании складывается негативный информационный фон. Владельцы компании готовы пойти на любые меры, лишь бы

²⁰ Гражданский Кодекс Российской Федерации

прекратить атаки на компанию и сохранить бизнес. В этот момент гринмейлер выдвигает свои требования, как правило, представляющие из себя два варианта: либо владельцы компании выкупают его часть акций по значительно более высокой цене по сравнению с рыночной, либо требует получить значительную сумму отступных.

По мнению специалистов, определение "гринмейл" берет свое начало на Западе. Компании рассылали свои юридические иски в зеленых конвертах, что и послужило появлению термина "гринмейл" (от англ. green - зеленый, mail - письмо) [2].

Проявление гринмейла на Западе связано прежде всего с двумя известными лицами - Кеннетом Дартом и Карлом Иканом. Кеннет Дарт являлся наследником крупного бизнеса по производству одноразовой посуды. Свою известность приобрел благодаря успешному корпоративному шантажу не только корпораций, но и целых стран.

Карл Икан знаменит успешными рейдерскими атаками на таких финансовых гигантов, как: финансовая компания Western Union, корейская компания Kert-McGee, сталелитейная компания USX, нефтяные компании Phillips Petroleum, Техасо и многие другие [5].

Практику гринмейла на Западе удалось остановить путем создания дополнительных условий для возможности обратного выкупа более 10% акций по цене выше рыночной. Эта сделка могла осуществиться только при согласии большинства акционеров и одобрении совета директоров. Помимо этого, сами компании стали разрабатывать различные стратегии по выпуску акций при существовании угрозы шантажа.

Данная проблема также актуальна для Российских предприятий. Генеральная прокуратура России представляет данные, где за июнь 2017 года было получено до 40% онлайн-жалоб, связанных с незаконным захватом бизнеса [6].

Специалисты утверждают, что популярной тактикой в российском "гринмейле" являются судебные иски, которые связаны с оспариванием тех или иных этапов приватизации и обжалованием решений о выпуске ценных бумаг.

Одним из крупнейших примеров проявлений действий гринмейлеров в России можно отнести иски компании ООО "Прожектор" к компании "Транснефть". Данная компания начала свою деятельность лишь в феврале 2015г, приобретя незначительный пакет ценных бумаг компании "Транснефть". Сразу после этого последовало обращение акционера в суд. Поводом послужил иск о предоставлении документов компании "Транснефть" за последние 5 лет. Следующее обращение произошло осенью 2015 с иском об обязательстве предоставить право голоса по привилегированным акциям, т.к. по мнению акционера, дивиденды по акциям были выплачены не в полном объеме. Весной 2016 года компания ООО "Прожектор" заявила иск о признании недействительности редакции устава. Рейдерство в данной ситуации прекратилось сразу после того, как доли в ООО "Прожектор" по данным ЕГРЮЛ перешли к новым собственникам [3].

Известный в 90-ые Кеннет Дарт, устроил борьбу за нефтяные компании России: "Томскнефть", "Юганскнефтегаз", "Самара-нефтегаз". Когда ЮКОС решил перевести дочерние компании на единую акцию, Кеннет Дарт обозначил свою "справедливую" цену за имеющиеся у него акции. Он оценил их в \$750 млн. Однако, руководство ЮКОСа решило бороться с действиями гринмейлера, не соглашаясь на его условия. Судебные разбирательства продолжались два года, после чего руководством ЮКОСа было принято решение о допэмиссии с целью ощутимо размыть долю Кеннета. В итоге американцу пришлось продать свои акции за \$150 млн.

Проблема гринмейла в России на сегодняшний день зачастую проявляется в деятельности иностранных инвесторов, например Prosperity Capital Management и Фонд Hermitage Уильяма Браудера, наиболее значимые случаи с участием этих компаний связаны с атаками на "Газпром" и РАО "ЕЭС России" [4].

По утверждениям юристов, в России наиболее привлекательны для гринмейлеров являются крупные госкомпании. Это объясняется рядом причин:

- Отсутствие единого центра управления в случае корпоративного шантажа
- Проблемы в корпоративном управлении, неясные и размытые стратегии развития компании
- Значительные размеры активов

Также, под ударом могут находиться и компании средних размеров.

Для успешной борьбы с гринмейлом компании необходимо в первую очередь обращаться в суд, по возможности ежедневно (еженедельно) запрашивать выписку из ЕГРЮЛ. Тщательно пересмотреть устав компании. Свести к минимуму число миноритарных акционеров. Тщательно контролировать проводки в реестре. Держать реестр у независимого реестродержателя [5].

Таким образом, гринмейл, укоренившийся в западной практике все чаще проявляется в корпоративных отношениях российского бизнеса. Проблема рейдерских захватов усугубляется несовершенством законодательно-правовой базы. Зачастую, суды распознают корпоративный шантаж, и предоставляют собственнику необходимую защиту в рамках закона, например, решение, отменяющее проведение собрания акционеров, назначение новых личностей на управленческие должности. Усовершенствование законодательно-правовой базы на основе изучения зарубежной практики позволит установить надежный заслон на пути данного вида преступности.

Список литературы

1. Гринмейл по-русски — [Электронный ресурс] — Режим доступа. <https://rg.ru/2004/04/29/grinmeil.html> - Российская газета - Федеральный выпуск №3467 (0)

2. «Зеленое письмо»— [Электронный ресурс] — Режим доступа. <https://autumnncase.pravo.ru/view/523/>
3. Гринмейл в России — [Электронный ресурс] — Режим доступа. <http://kompromat.flb.ru/material.phtml?id=6915>
4. Гринмейл в России: Террор иностранных инвесторов над крупными корпорациями— [Электронный ресурс] — Режим доступа. <https://regnum.ru/news/2341587.html>
5. Гринмейл: русская версия — [Электронный ресурс] — Режим доступа. http://www.cfin.ru/investor/ao/prevent_greenmail.shtml
6. Ионцев М.Г. Корпоративные захваты: слияния, поглощения, гринмэйл. 2-е изд., перераб. и доп. — М., 2006. С. 11.
7. [Электронный ресурс] — Режим доступа. <https://www.genproc.gov.ru/>
8. [Электронный ресурс] — Режим доступа. <http://www.trud.ru/article/10-032011/259873>

Дмитриева А.И.

Научн. рук.: канд. филол. наук, ст. преп. Столярова Л.Г.
Тулский филиал Финуниверситета

MANAGEMENT : LES IDÉES LES PLUS SIMPLES SONT SOUVENT LES MEILLEURES

Qu'est-ce que la stratégie et pourquoi la gestion stratégique est si importante?

La réponse à cette question est la même que celle pour laquelle certaines entreprises réussissent et d'autres échouent. La stratégie est la direction à long terme d'une organisation. Tout le monde sait qu'une stratégie efficace est une stratégie clairement articulée et compréhensible pour tout le monde sans exception. Par conséquent, non seulement le chef, mais tous ses subordonnés devraient participer à l'élaboration de la stratégie. Les décideurs stratégiques doivent examiner tous les aspects importants afin de déterminer les décisions les plus appropriées et les mesures qui devraient être prises afin que leur entreprise puisse réussir.

Un processus continu et systématique dans lequel les dirigeants d'entreprise prennent des décisions qui auront des conséquences dans l'avenir, développer des plans et des programmes pour la prise de décision et la réalisation des objectifs et, finalement, l'évaluation du rendement est appelé processus de gestion stratégique. Elaborer une stratégie c'est choisir les domaines d'activité dans lesquels l'entreprise entend être présente et allouer les ressources de façon à ce qu'elle s'y maintienne et s'y développe.

La notion de stratégie a vu le jour dans le domaine militaire, elle consiste à mobiliser des moyens pour gagner une guerre. Cette notion a été extrapolée à l'entreprise. En effet, elle définit les actions à mener pour réaliser les objectifs. C'est la direction générale de l'entreprise qui doit procéder au choix des voies et des moyens à mettre en œuvre afin d'atteindre les objectifs fixés. Ces actions devraient lui permettre de faire face aux entreprises concurrentes. [3, c. 5]

Dans l'entreprise, rien ne semble plus noble que de participer à l'élaboration de la stratégie. La simple évocation du mot fait de l'effet. Comme s'il suffisait de le prononcer pour donner de l'ampleur à la moindre décision, pour toucher à l'essentiel. Du coup, il arrive aussi qu'il soit mis à toutes les sauces pour justifier telle ou telle opération ou pour mettre, après coup, une série de décisions en cohérence. Bienheureux si l'habillage n'est pas tout simplement le signe que l'entreprise a bougé et/ou investi sans réfléchir !

Expression d'une vision originelle ou reformulation après coup, la stratégie est sans conteste le privilège du dirigeant. Dans le meilleur des cas, elle est portée par une vision: celle du futur souhaitable de l'entreprise, à court, moyen et long terme. Il arrive même qu'une entreprise ait la chance d'hériter d'un de ces leaders capables d'imaginer avant tout le monde "la" stratégie qui marquera son avenir et celui du secteur dans lequel elle évolue. Lou Gerstner, chez IBM, par exemple, avait fait faire avant tout le monde à son entreprise le grand saut du hardware au service, et avait compris il y a près de vingt ans que les problèmes de sécurité et de données personnelles.

Mais le succès d'une stratégie, aussi brillante soit-elle, dépend de bien d'autres facteurs. Et d'abord de la faisabilité et de la qualité de l'exécution. Souvent, les gens pensent que, pour concevoir une stratégie digne de ce nom, il suffit de mettre quelques beaux esprits autour d'une table. Rien n'est plus faux et, la plupart du temps, il n'en sortira absolument rien! Élaborer une stratégie efficace relève surtout du bon sens et requiert compréhension et adhésion de la part de l'ensemble du corps social qui compose l'entreprise. La stratégie n'est-elle pas avant tout un art d'exécution?

Définir une vision. Toute stratégie doit être précédée d'une vision que l'on peut définir comme une description d'un état futur et désirable de l'organisation et/ou de son environnement qui motive les collaborateurs sur la durée, vision qui sera exprimée, dans la mesure du possible, de manière simple et compréhensible par tous : bâtir une entreprise qui a la taille critique sur son propre marché, se donner les moyens d'accompagner ses clients à l'international, atteindre le milliard d'euros de chiffre d'affaires, ou encore – rêve de toute entreprise conquérante – devenir le leader mondial dans sa spécialité... La stratégie proprement dite traduira ensuite la manière dont cette vision sera mise en œuvre.

Il existe d'ailleurs toujours plusieurs manières d'atteindre l'objectif que l'on s'est fixé et c'est pourquoi la stratégie est aussi, par définition, évolutive en fonction de différents paramètres, en particulier des besoins des clients. Une chose est sûre, cependant: tailler dans les coûts n'a jamais fait une stratégie. Une évidence qu'il n'est pas inutile de rappeler quand les tueurs de coûts, omniprésents depuis quelques années dans l'entreprise, la privent parfois de tous ses moyens en matière d'innovation ou de développement commercial, au risque de compromettre son avenir.

Elaborer une stratégie en prise avec le réel. Répétons-le: la stratégie est avant tout affaire d'exécution. Rien n'est pire que de se lancer dans un projet qui risque de s'enliser, faute de réalisme. Toute stratégie doit être en prise avec le réel, c'est-à-dire étroitement connectée à la fois au client et aux équipes opérationnelles. Elle doit se nourrir d'allers et retours constants entre la base et le sommet. Une méthode qui suppose une parfaite maîtrise des marchés sur lesquels l'entreprise est implantée, ou souhaite s'implanter, et surtout des attentes des clients, afin d'être en phase avec leurs besoins présents et à venir. Lors de l'élaboration d'une stratégie, il convient de prendre en compte les éventuels ralentissements de la production et de la demande. [2, c. 14] L'anticipation, donc la qualité du marketing stratégique, sont ici centrales. Or, si les directions marketing produits sont en général pléthoriques, la direction marketing stratégique est souvent négligée, notamment dans les entreprises françaises, alors qu'elle constitue l'outil privilégié de tout succès stratégique. C'est pourquoi durant tout le processus de gestion stratégique, l'entreprise doit se concentrer sur les besoins et les attentes des clients et des parties prenantes, afin de leur offrir des produits et des services, répondant à leurs besoins et attentes.

Formuler une stratégie comprise par tous. Dans la plupart des entreprises, la stratégie n'est pas bien comprise. Il suffit de questionner les salariés pour s'en rendre compte. Or, pour être vraiment opérationnelle, elle doit avoir été assimilée par l'ensemble des collaborateurs, depuis le sommet jusqu'à la base, ce qui suppose que le dirigeant ait été capable de la formuler simplement. Comment pourrait-on se sentir responsable et concerné lorsque l'on n'a pas participé à l'élaboration de ladite stratégie?

Ainsi, lorsqu'un dirigeant s'apprête à coucher sa stratégie sur le papier, il faut lui conseiller de se demander s'il serait capable d'expliquer chacune des phrases qu'il vient de rédiger à n'importe quel collaborateur de l'entreprise. Le conseil pourra sembler trivial, mais l'expérience prouve qu'il y a toujours de bons esprits pour prétendre que toute stratégie digne de ce nom ne peut être formulée que de manière complexe, avant de tourner en ridicule toute exhortation à la simplicité dans ce domaine.

Ne pas déléguer la stratégie. La création d'une direction de la stratégie est rarement une bonne idée, pas plus d'ailleurs que le recours intensif aux grands cabinets de conseil en stratégie qui ont trop souvent tendance à recycler, moyennant quelques amendements, le plan qu'ils ont concocté six mois plus tôt pour votre principal concurrent !

En fait, la définition d'une stratégie ne se délègue ni à l'intérieur ni à l'extérieur. C'est au dirigeant et à son équipe rapprochée de la définir, de la mettre en œuvre et de la faire évoluer, si besoin, en fonction des changements et des opportunités.

Définir des priorités claires. La plus grosse difficulté en matière stratégique est sans doute de bien définir (et d'écrire noir sur blanc) ce que l'on ne veut pas faire et s'y tenir. Autrement dit, de renoncer une fois pour toutes à la tentation de "tout" faire. Certaines entreprises n'en finissent jamais de caler leur stratégie et se perdent dans une valse-hésitation perpétuelle entre différentes options plus ou moins contradictoires avec, à la clé, des collaborateurs désorientés et, au bout de la route, le risque de voir l'entreprise fragilisée face à la concurrence. Mais l'entêtement stratégique ne vaut pas mieux que l'hésitation. Si la cible exige un minimum de suite dans les idées, aucune stratégie pour y parvenir ne doit être gravée dans le marbre en faisant fi de l'évolution de l'ensemble des facteurs (marché, concurrence, écosystème) qui influencent l'activité de l'entreprise. Ne pas oublier que la stratégie n'est pas seulement ce que l'entreprise va faire dans le futur, mais aussi ses limites: ce que l'entreprise ne prévoit pas faire. [1, c. 143]

Créer de la valeur. Une stratégie adaptée doit créer de la valeur pour l'ensemble des parties prenantes: clients, collaborateurs et actionnaires. Pour notre part, nous avons tendance à placer en tête la création de valeur pour le client. Pour une raison dont l'évidence n'échappera à personne: si l'offre qui lui est faite n'est pas pour lui créatrice de valeur, le client aura tôt fait de sanctionner cette défaillance en changeant de fournisseur, ce qui aura un impact négatif sur les résultats économiques et le climat social. Mais collaborateurs et actionnaires ne doivent pas pour autant être oubliés: les premiers doivent trouver la traduction de cette création de valeur sur la dernière ligne de leur fiche de paie et dans la qualité de vie au travail ; les seconds dans la valorisation de leur participation au capital de l'entreprise.

Dans le monde d'aujourd'hui, dans un environnement concurrentiel, il y a un besoin de gestion qui assurera une adaptation rapide de l'entreprise aux conditions environnementales en évolution rapide. La stratégie, à son tour, établit des références dans tous les domaines d'activité de l'entreprise, et détermine la base de la coordination du travail de toutes les divisions de l'entreprise.

Il n'y a pas de stratégie unifiée pour toutes les entreprises, car il n'existe pas de gestion stratégique universelle unique.

Une stratégie élaborée avec compétence permettra non seulement d'éviter les risques, de réaliser le potentiel de croissance, de gérer rationnellement ses ressources, mais aussi d'accroître la gérabilité de l'organisation.

Список литературы

1. Арутюнян, Т. Что вам делать со стратегией? Руководство по стратегическому развитию компании. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 368с.
2. Сидоров М. Н. Стратегический менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата – 2 изд. испр. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2017. - 145с.
3. Salma Bardak El Younsi. Cours de Management Stratégique / Management stratégique et management opérationnel. ISET Djerba, 2012. - 103 с.