СибАК
www.sibac.info

ISSN 2310-4082

LXXIII СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

№1(73)

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

г. НОВОСИБИРСК, 2019

СибАК
www.sibac.info

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Электронный сборник статей по материалам LXXIII студенческой международной научно-практической конференции

№ 1 (73)
Январь 2019 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск
2019

УДК 33.07
ББК 65.050
Н34

Председатель редколлегии:
Дмитриева Наталья Витальевна – д-р психол. наук, канд. мед. наук, проф., академик Международной академии наук педагогического образования, врач-психотерапевт, член профессиональной психотерапевтической лиги.

Редакционная коллегия:
Елисеев Дмитрий Викторович – канд. техн. наук, доцент, бизнес-консультант Академии менеджмента и рынка, ведущий консультант по стратегии и бизнес-процессам, «Консалтинговая фирма «Партнеры и Боровков»;
Ковнер Владимир Леонидович – канд. экон. наук, консультант бизнес проектов по экономике, планированию, рискам и менеджменту;
Сальникова Кристина Владимировна – канд. экон. наук, доц. кафедры Менеджмента Ижевского Государственного Технического Университета им. М.Т. Калашникова.

Н34 «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки»: Электронный сборник статей по материалам LXXIII студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. АНС «СибАК». – 2019. – № 1 (73) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://www.sibac.info/archive/economy/1 (73).pdf.

Электронный сборник статей по материалам LXXIII студенческой международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки» отражает результаты научных исследований, проведенных представителями различных школ и направлений современной науки.

Данное издание будет полезно магистрам, студентам, исследователям и всем интересующимся актуальным состоянием и тенденциями развития современной науки.

Статьи сборника «Научное сообщество студентов. Экономические науки»: размещаются на сайте научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU.

ББК 65.050

ISSN 2310-4082
© АНС «СибАК», 2019 г.

Оглавление

Секция «Маркетинг» **7**

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО БРЕНДИНГА 7
Гундырева Виктория Александровна
Кириллова Лариса Константиновна

ВЛИЯНИЕ СКОРИНГА МОБИЛЬНЫХ ОПЕРАТОРОВ НА СОСТОЯНИЕ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ БАНКОВ И МФК В СЕКТОРЕ РОЗНИЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ 14
Каримов Андрей Андреевич

Секция «Менеджмент» **24**

ИСКУССТВЕННАЯ ЕДА: МОДА ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ? 24
Кузнецова Мария Александровна

РОЛЬ АЛЬБОМА КАРТ ПРОЦЕССОВ АККРЕДИТОВАННОГО ЛИЦА 30
Малик Кира Игоревна

РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ АСПЕКТЕ 35
Марусич Виолетта Юрьевна
Шацкая Елена Юрьевна

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В УЧРЕЖДЕНИЯХ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ 39
Сергеева Дарья Александровна
Мухамедиева Светлана Анатольевна

Секция «Реклама и PR» **45**

АНАЛИЗ ХАРАКТЕРИСТИКИ И СТРУКТУРЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА СОЗДАНИЯ WEB-САЙТОВ 45
Жидкова Любовь Сергеевна
Клёвина Мария Васильевна
Кузнецова Мария Александровна

Секция «Экономика» **51**

СТОИТ ЛИ ПОКУПАТЬ БИТКОИН? 51
Агабеков Аркадий Игоревич

ДИАГНОСТИКА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ 56
Ахтямова Алина Амировна
Шестакова Елена Валерьевна

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БИТКОИНА (BITCOIN, BTC) И ПЕРСПЕКТИВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН (BLOCKCHAIN) 63
Брынза Артур Олегович

КРИПТОВАЛЮТЫ В СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ МАЙНИНГОВЫХ ФЕРМ В ПРИДНЕСТРОВЬЕ 74
Греку Мария Сергеевна

ПРОБЛЕМЫ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ 82
Дадаева Анастасия Лечевна
Хот Казбек Пшимафович

РАСЧЁТ СТОИМОСТИ ЧИСТЫХ АКТИВОВ В РАМКАХ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «ТОЛЬЯТТИАЗОТ») 89
Жидкова Любовь Сергеевна,
Клёвина Мария Васильевна,
Красносельцева Ирина Евгеньевна,

ОСОБЕННОСТИ УСПЕХА ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ТУРЦИИ 95
Захарова Яна Викторовна

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ XXI ВЕКА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СОБСТВЕННОГО МНЕНИЯ 100
Исаева Анастасия Александровна

РАСЧЁТ СТОИМОСТИ ЧИСТЫХ АКТИВОВ В РАМКАХ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «МЕГАФОН») 106
Красносельцева Ирина Евгеньевна
Клёвина Мария Васильевна
Кузнецова Мария Александровна

МОДЕЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПРОЦЕССОВ ПОСРЕДСТВОМ ДИФФЕРЕНЦИАЛЬНЫХ УРАВНЕНИЙ 112
Клёвина Мария Васильевна
Красносельцева Ирина Евгеньевна
Кузнецова Мария Александровна

ОПТИМИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ С ПОМОЩЬЮ СОЗДАНИЯ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ 118
Красносельцева Ирина Евгеньевна
Кузнецова Мария Александровна
Жидкова Любовь Сергеевна

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАРУБЕЖНЫХ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ 123
Малая Оксана Олеговна
Иванова Дарья Евгеньевна

ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ТРАНСПОРТНЫЙ КОМПЛЕКС РОССИИ 128
Малая Оксана Олеговна
Буханов Антон Сергеевич
Иванова Дарья Евгеньевна

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ 133
Миронова Татьяна Андреевна
Филиппова Ирина Александровна

ИССЛЕДОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ 137
Михайлова Светлана Геннадьевна

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТАТИСТИКА ЗАНЯТОСТИ И БЕЗРАБОТИЦЫ 142
Неделькина Ольга Владимировна
Старостина Татьяна Геннадьевна

О ВЛИЯНИИ РАЗВИТИЯ БИРЖЕВОЙ ТОРГОВЛИ НА РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ 147
Неделькина Ольга Владимировна
Филиппова Ирина Александровна

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИБЫЛИ В СОВРЕМЕННЫХ КОРПОРАЦИЯХ 151
Неделькина Ольга Владимировна
Бабкина Елена Викторовна

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ: СТРАТЕГИИ И РЕАЛИИ **157**
Прокопченко Иван Леонидович
Деникаева Разела Несюровна

ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ КОНТРАКТЫ В ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЯХ 163
Пряхина Мария Вадимовна
Филиппова Ирина Александровна

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ИНСТИТУТА, РЕАЛИЗУЮЩИХ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ПОЛИТИКУ ГОСУДАРСТВА 167
Пряхина Мария Вадимовна
Бабкина Елена Викторовна

ДВОЙНАЯ ЗАПИСЬ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ 171
Пряхина Мария Вадимовна
Лопастейская Людмила Геннадьевна

СПРОС КИТАЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РОСИЙСКИЕ ТОВАРЫ СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КИТАЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ 175
Кострюкова Полина Дмитриевна
Ребристова Екатерина Петровна
Буркеева Раиля Габдуллатыфовна

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ТУРИСТИЧЕСКУЮ ОТРАСЛЬ В РОССИИ 182
Сковородникова Алена Борисовна
Шаповал Елена Валентиновна

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ 186
Сургуладзе Елена Валериевна
Юсупов Касим Назифович

ВЫБОР ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ 194
Трунова Елена Сергеевна

УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ 200
Филиппова Екатерина Вячеславовна
Кузьмина Анастасия Ивановна

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО ПРАВОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ И ДРУГИХ ОРГАНИЗАЦИЙ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО КОМПЛЕКСА 205
Цаллагов Даниил Дмитриевич
Хот Казбек Пшимафович

ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ИННОВАЦИИ НА РЫНКЕ СКЛАДСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ 210
Чеховских Юлия Андреевна
Карпова Наталья Петровна

СЕКЦИЯ
«МАРКЕТИНГ»

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО БРЕНДИНГА

Гундырева Виктория Александровна
студент, ИКМиСа направления маркетинга СГЭУ,
РФ, г. Самара
E-mail: gundvika@mail.ru

Кириллова Лариса Константиновна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент СГЭУ,
РФ, г. Самара

Будущее брендов неразрывно связано с будущим бизнеса. В мире, охваченным на данный момент времени трендом глобализации, государства вынуждены конкурировать между собой за мировое внимание и соответственно успех. Одним из самых эффективных инструментов на данном поле боя оказался брендинг.

Формирование мнения о стране-бренде происходит по средствам воздействия большого числа вариативных факторов, к которым можно смело отнести политический строй, научные свершения, конкурентоспособность компаний и товаров, экспортируемые бренды, имидж торговых марок, туризм, а также знаменитых деятелей (политики, кинематографа, спорта), которые мелькают на площадках международной арены [2, с. 176].

В табл. 1. приведена часть глобального исследования рейтинга 100 национальных брендов, который сопровождает глобальное исследование стран мира по показателю стоимости национальных брендов от британской консалтинговой компании Brand Finance.

Таблица 1.

Рейтинг национальных брендов стран за 2017-2018 гг. [4]

Рейтинг 2018	Рейтинг 2017	Национальный бренд	Стоимость бренда, млрд долл.	Изменения стоимости бренда, %	Индекс бренда
1	1	США	25899	23%	AAA
2	2	Китай	12779	25%	AA
3	3	Германия	5147	28%	AAA
4	5	Великобритания	3750	20%	AAA
5	4	Япония	3598	5%	AAA-
6	6	Франция	3224	9%	AA+
7	7	Канада	2224	8%	AAA-
8	9	Италия	2214	9%	AA-
9	8	Индия	2159	5%	AA
10	10	Северная Корея	2001	8%	AA

Расчет рейтинга национальных брендов производится с учетом их стоимости в денежном эквиваленте, устойчивости и потенциале развития бренда, экономических, демографических и политических факторов, включая инвестиционные показатели, туристическую привлекательность, динамику экономического роста исследуемых стран, производство, потребление и экспорт национальных товаров и услуг, человеческий капитал и др. [1, с. 351].

Индекс бренда в таблице рассчитывается по итогам сравнительного исследования, основанных на комбинации данных государственной статистики, Институтом управленческого развития и Всемирным экономическим форумом; каждой стране присваивается буквенная категория (индекс) – от AAA+ (очень сильный национальный бренд) до DDD (отсутствие национального бренда) вовсе. Индексом AAA+ обладают такие страны, как Сингапур и Швейцария.

Можно отметить, что стоимость брендов США за прошедший год выросла на 23 %, достигнув отметки $25,9 трлн долл. Можно сделать вывод, что экономика США растет высокими темпами и этот рост сохранится в ближайшие месяцы. Помимо ВВП, растут также такие показатели, как потребительские расходы, заказы на строительство, производство автомобилей и другие.

Что касается Китая, ни для кого не секрет, что Пекин и Шанхай достигли очень высокого уровня роста и считаются локомотивами развития экономики данной страны. Именно благодаря развитию этих городов, происходит рост стоимости Китайских брендов. Что же их отличает? Быстро развивающаяся инфраструктура и один из самых ценных ресурсов - высокообразованная рабочая сила. Согласно мнению экспертов, торговая война между Китаем и США может оказать негативные последствия, но пока что, почетно занимает второе место.

Российской Федерации присвоен индекс бренда А+, который расшифровывается, как сильный, но, к сожалению, Россия не вошла в ТОП-10 стран по стоимости национальных брендов [7]. Поступательное развитие экономики любого государства в значительной мере зависит от участия в интеграционных процессах, обусловленных экспортом, импортом товаров, услуг, капиталов и технологий [2, с. 200]. Ввиду длительного нахождения в режиме плановой экономики и отсутствия длительного опыта, сейчас мы немного отстаем и пока что не обладаем большим количеством сильных национальных брендов, но такие бренд, как Газпром, например, являются ярким доказательством того, что мы можем сделать национальный бренд и быстро этому учимся.

Обратимся к фактическим тенденциям брендинга. Тенденции, заслуживающие наибольшего внимания, можно изложить в виде следующих тезисов [5, с. 298]:

- Бренды способствуют обеспечению различных потребностей людей, играют важную социальную роль как в развитых, так и в развивающихся странах;
- В современном мире брендинг – это концепция, которую можно применить абсолютно ко всему, будь это услуга, товар, компания, страна, территория и даже личный бренд человека.
- На примере таких брендов, как Apple, Microsoft, можно сделать вывод, что путь быстрого прогресса – это правильная оценка тенденции в потреблении и бизнесе, разработанная стратегия действий;

- США лидирует по наличию наиболее сильных и ценных мировых брендов. Однако теория и практика создания и продвижения брендов творчески используется во всем мире. Развивающие страны все чаще представляют интересные разработки в сфере брендинга, их доля в рейтингах сильнейших мировых брендов ежегодно растет;
- Азия – новое место рождение глобальных брендов. Низкие производственные издержки при создании брендинговых продуктов, а также развитие унаследованных традиций персонализации производства из прошлого позволяют Азии сейчас подниматься выше в строках рейтингов.

Также можно выделить отличительные признаки ведущих брендов 2018 года, что также можно отнести к тенденциям [6]:

- Клиент в качестве генерального директора;

«Клиент - король» - утомленная фраза. В 2018 году было бы трудно найти успешную компанию, которая не ставит своих клиентов на первое место. Быть по-настоящему ориентированным на клиента сегодня означает идти глубже, чем просто предлагать продукт или услугу, которые хочет клиент, и по-настоящему распознавать, как клиенты думают, чувствуют, ведут себя, а затем предоставлять максимально оптимизированный опыт, возможный для каждой точки контакта с клиентом.

В начале 2000 года, почти 20 лет назад, генеральный директор Amazon Джефф Безос сказал: «Мы стремимся быть самой ориентированной на клиента компанией на земле для четырех основных групп клиентов: потребителей, продавцов, предприятий и создателей контента». Даже в первые дни онлайн-ритейлера, Безос приносил пустые стулья в залы заседаний со своими сотрудниками, говоря, что каждый стул представлял клиента, который является «самым важным человеком в комнате». В настоящее время действительно сложно найти более ориентированную на клиента компанию, чем Amazon, но многие компании начали тоже к этому стремиться. Когда люди круглосуточно заказывают товары для дома у Amazon Prime, смотрят телепередачи Prime, устраивают вечеринки в Prime Live Events, заказывают одежду в сервисе

Prime Wcase или покупают продукты из экологически чистых продуктов у недавно приобретенной Whole Foods.

- Культура - это стратегия, стратегия - это культура;

За свою двадцатилетнюю историю Netflix изобрел (и заново изобрел) свои принципы корпоративной культуры, чтобы согласовать то, что медиа-субъект стремится достичь на рынке, и то, как он работает внутри компании. В прошлом году компания обновила свой манифест культуры Netflix на своем веб-сайте, чтобы выразить свои принципы расширения прав и возможностей сотрудников, заявив, например: «Вы говорите, что думаете, когда это отвечает интересам Netflix, даже если это неудобно. Вы принимаете жесткие решения, не мучаясь. Вы рискуете и открыты для возможного отказа. Вы подвергаете сомнению действия, несовместимые с нашими ценностями. Вы можете быть уязвимыми в поисках истины».

- Изобрести себя, прежде чем изобретать свою отрасль;

Примером данному признаку может послужить компания Mastercard, которая показала, что может изобретать себя изнутри и снаружи, развивая и приобретая несколько услуг, а затем объединяя их для продажи своим клиентам и заинтересованным сторонам.

Подводя небольшие итоги, можно уверенно предположить, что бренды, занимающие ведущие позиции в настоящее время, останутся на них и через 25 лет, ведь более половины из 50 наиболее мощных современных брендов существуют на рынке свыше полувека [2, с. 197].

Согласно мнению довольно таки авторитетного маркетолога – Риты Клифтон, можно сформулировать следующие основные позиции будущего развития мировых брендов [5, с. 305]:

- Необходимая надежная юридическая защита брендов в глобальном масштабе.

В современном мире очень развита сила законодательной власти, поэтому не стоит забывать о национальных законодательствах и международном праве при защите от недобросовестной конкуренции в сфере брендинга.

- Также стоит пользоваться эффективным способом укрепления позиций правообладателей в юридических спорах по вопросам использования бренда - оценкой стоимости бренда.
- На примере компании Samsung, можно сделать вывод о большой значимости усиления значения стоимости бренда и определяющих ее факторов, которая способствует устойчивому развитию и росту [3, с. 244].
- Удовлетворенность и лояльность потребителей сыграют хорошую роль в долгосрочной перспективе.
- Необходимо создание «цепочки практических восприятий» для любого бренда, включающий в себя: визуальный образ в рекламе, продукт, упаковку, организацию связей с общественностью, интерьер помещений, а также круглосуточное присутствие персонала и доступность товара в режиме онлайн. Технологические новинки всегда приветствуются.
- Особое внимание стоит уделять молодежной аудитории, так как они считаются самыми требовательными. Следовательно, разработка креативной идеи бренда и формирование его коммуникаций, чаще всего использование influence маркетинга – это «must have» современного бренда.
- Еще одним важным фактором является постоянное обновление мирового бренда и его стремление сделать жизнь людей лучше и проще, предугадывая возможные потребности.
- Любой бренд, при создании которого ставится цель его успешного развития и роста стоимости, следует рассматривать и использовать в качестве лидера, подтверждающего свое превосходство как на базовом уровне, связанном с уникальностью продуктов или сервиса, так и на эмоциональном уровне, связанном с творчеством, ценностями и фундаментальным вкладом в общее благосостояние.
- Укрепление позиций собственных брендов играет огромную роль в оздоровлении национальной экономики. Это является одним из немногих средств географической диверсификации национальных компаний, которое может помочь им достигнуть стабильности и снизить слишком высокую

зависимость внутренних рынков от внешних влияний. Страна происхождения – это надежная ценность, которую в большинстве случаев не нужно создавать с нуля, поскольку она уже существует в умах потребителей и имеет определенную форму.

Подводя итоги, можно сказать, что международный брендинг с каждым годом только развивается, креативные подходу к завоеванию потребителя становятся своеобразным, интересным видом искусства, который заставляет восхищаться талантами, которые это придумали. За конкурентной борьбой мировых брендов чаще всего наблюдает весь мир, а вкладки в интернете пестрят скандалами, новшествами и лишь набирают просмотры и лайки. В свою очередь и Россия развивает свою историю национального бренда и, на мой взгляд, имеет огромные перспективы развития.

Список литературы:

1. Албаева А.Л., Алексунина В.А. Международный маркетинг: учебник для бакалавров и магистратуры/ А.Л. Албаева, В.А. Алексунина. М.: Юрайт, 2016.
2. Кириллова Л.К., Маркетинговая концепция прямых иностранных инвестиций: сборник // Проблемы развития предприятий: теория и практика. Материалы 13-й Международной научно-практической конференции. [под ред. Г.Р. Хасаева, С.И. Ашмариной и др.] - Самара, 2014.
3. Чернышева А.М. Брендинг: учебник для бакалавров / А.М. Чернышева. М.: Юрайт, 2014.
4. Шевченко Д.А. Реклама, Маркетинг, PR: учеб. - справ. пособие / Д.А. Шевченко. М.: РГГУ, 2014.
5. Информационный портал «Экономика». Nation Brands 2018: топ-10 стран с самыми дорогими брендами. [Электронный ресурс] – Режим доступа. - URL: https://www.vestifinance.ru/articles/108538 (Дата обращения: 22.12.2018).
6. Клифтон Р., Симмонз Д. Бренды и брендинг. Олимп-Бизнес, 2008. [Электронный ресурс] – Режим доступа. - URL:https://www.hse./ru/mirror/pubs/share151715062 (Дата обращения: 23.12.2018).
7. Interbrand. Hallmarks of the 2018 top growing brands. [Электронный ресурс] – Режим доступа. - URL: https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2018/articles/hallmarks-2018-top-growing-brands/ (Дата обращения: 24.12.2018).
8. Visual capitalist. Ranking the World’s Most Valuable Nation Brands. [Электронный ресурс] – Режим доступа. - URL: https://www.visualcapitalist.com/ranking-nation-brands/ (Дата обращения: 24.12.2018).

ВЛИЯНИЕ СКОРИНГА МОБИЛЬНЫХ ОПЕРАТОРОВ НА СОСТОЯНИЕ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ БАНКОВ И МФК В СЕКТОРЕ РОЗНИЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Каримов Андрей Андреевич
студент, кафедра «Финансы и кредит» СевГУ,
РФ, г. Севастополь
E-mail: itsallmadness57@gmail.com

Перспективы развития кредитного розничного рынка в России в условиях нарастающей конкурентной борьбы в банковском секторе и микрофинансовой отрасли сегодня во многом определяются тем, насколько эффективно организации способны использовать различные ресурсы для поддержания и увеличения своей ликвидности. Осуществить это возможно, в том числе, путем сохранения и увеличения клиентской базы. Выполнение данной задачи в настоящее время возможно лишь при условии высокой цифровизации сервиса и внедрения инновационных технологических решений, в частности, скоринга операторов мобильной связи (ОМС).

Хотя зарубежный опыт применения скоринговой системы оценивания потребителей в банковском секторе насчитывает более полувека, российский кредитный розничный рынок стал внедрять его только с 2005 г. При этом к середине второго десятилетия стало очевидно, что для получения более глубокого и всестороннего представления о клиенте банкам и МФК требуется использование ортогональных (т. е. дополняющих классические источники, в частности, информацию БКИ) ресурсов оценивания платежеспособности потенциальных клиентов на основе инновационных разработок в сфере Big Data и анализа «альтернативных данных», т. е. таких, которые не имеют прямой связи с кредитным поведением клиента. Такой опыт уже длительное время существует в кредитном бизнесе за рубежом. Например, в США и европейских странах банковские и микрофинансовые организации регулярно получают разнообразные данные о потребителях от интернет-провайдеров, операторов мобильной связи и крупных информационных компаний.

Кредитными организациями было учтено, что наиболее продуктивным является сотрудничество с операторами мобильной связи. При этом принимался во внимание целый ряд факторов. В частности, высокая интегрированность мобильной связи в жизнь российских граждан и охват средствами мобильной связи, что обеспечивает операторам доступ к большим массивам точных и полных данных (Big Data). По каждому из своих клиентов они способны обработать до 400 различных агрегатов (входных параметров): личные данные (фио, дата рождения, домашний адрес, семейный статус и др.); дополнительную, в том числе финансовую, информацию (история звонков (частота, время и длительность), уровень ежемесячных доходов и расходов, сумма максимальных платежей и т. д.); геолокационные данные (место работы абонента, информация о работодателе (если номер подключен к корпоративному договору компании), места досуга, регулярного питания и совершения покупок, преодолеваемые среднесуточные расстояния, способ передвижения и маршруты, в том числе заграничные поездки, трафик в роуминге с выделением зон роуминга, SMS, посещаемые сайты и интернет-трафик (почта, социальные сети и др.)) и многое другое [4]. При этом при окончательной оценке учитывается вся совокупность показателей.

Кроме того, «МТС», «Теле2», «Мегафон» также могут анализировать около 100 метрик для клиентов других мобильных компаний. При этом база данных предусматривают возможность периодического обновления (еженедельного, ежеквартального) и имеет значительную глубину витрины (например, у «МТС» по данным на своих абонентов – 3 года, на сторонних – 2 года). Широкий объем входных параметров для анализа дает возможность операторам выстраивать большое количество различных аналитических моделей, обладающих высоким уровнем предиктивности (прогнозируемости). В некоторых случаях прогноз операторов оказывается качественнее и точнее, чем классический кредитный скоринг. Скоринговые модели до 2015 г. использовались операторами, преимущественно, в собственных целях.

В 2015 г. был запущен пилотный проект, положивший начало конструктивному взаимодействию ведущих сотовых операторов и крупнейших банковских и микрофинансовых компаний (на американском и европейском финансовом рынке такое сотрудничество началось в 90-е годы XX в.). В тестировании приняли участие компании «МТС», «Вымпелком», «Мегафон» и 20 российских банков. В настоящее время состав значительно расширился. И если на начальном этапе участники проекта с обеих сторон неоднозначно оценивали перспективы совместной работы, то со временем ее эффективность стала все более очевидна [6]. В первую очередь это касается использования кредитными организациями скоринга ОМС.

Скоринг мобильных операторов, как и любой другой вид скоринга, представляет собой математический анализ статистических данных, на основе которого формируется оценка клиента, выражаемая в стандартных баллах.

В настоящее время операторы готовы формировать для заказчика несколько типов различного скоринга (рисковый, фродовый, маркетинговый, поведенческий), из которых банками и МФК для улучшения качества оценки клиентов и расчета рисковости предоставления кредитных (заемных) средств наиболее востребованы первые два. Рисковый скоринг – это модель, позволяющая оценить в баллах степень вероятности дефолта клиента. Фродовый скоринг позволяет установить степень достоверности данных, которые заявитель указал в анкете (т. е. повысить уровень верификации), и выявить потенциальных мошенников. Особенно актуально использование данных типов при обработке и приятии решений по большому количеству «потоковых» заявок, т. к. анализ предполагает обработку информации по конкретному потребителю в сравнении со статистическими данными других клиентов со схожими параметрами. Оператор оценивает их платежную дисциплину и добавляет полученные результаты к общему итогу. Круг показателей можно, по желанию заказчика, корректировать, расширяя или сужая рамки и изменяя глубину витрины. После прохождения всех проверок и выставления итоговых баллов риск-менеджерами принимается решения о предоставлении/ не предоставлении кредита (займа), его сумме и сроках.

Однако возможности мобильных операторов оказались гораздо шире, чем определение вероятности возникновения рисков просрочек по выплатам или мошенничества потенциальных клиентов. Сегодня скоринг, основанный на «альтернативных данных», является действенным способом усиления взаимной лояльности клиентов (действующих и потенциальных) и кредитных организаций. Например, международный директор FICO, БКИ и скоринга Конева Е. отмечает особую актуальность применения скоринга операторов сотовой связи в тех случаях, когда речь идет о «кредитных невидимках» – сегменте населения, представители которого ранее не пользовались кредитами или заемными средствами, а потому не известны Бюро кредитных историй (БКИ) [2]. Их количество значительно как на развивающихся, так и на зрелых кредитных рынках и составляет, по мнению специалистов, приблизительно 2 млрд. человек. В России в настоящее время традиционному банковскому скорингу не подвластны около 30 млн. «кредитных невидимок» [2]. При отсутствии кредитной истории, анкетные данные потребителей из «серой зоны» являются низкоинформативным источником вследствие проблемности их верификации. Такие заявители при прохождении банковской проверки чаще всего автоматически попадают в разряд высокорисковых, а потому оцениваются как ненадежные и нежелательные заемщики. Поэтому банки и МФК (первые значительно чаще) обычно отказывают таким клиентам. Как следствие, приоритетной задачей становится реальная оценка благонадежности «невидимки» без прохождения им первого уровня традиционной проверки данных на основе анализа основной финансовой информации (банковские транзакции и вклады, кредитная история). При этом крайне важно не оттолкнуть потенциального клиента только на том основании, что финансовое учреждение не способно самостоятельно оценить степень риска. В этих условиях ОМС-скоринг позволяет произвести точную оценку более 50% абонентов, претендующих на получение кредита или займа и добавить традиционному банковскому скорингу эффективность около 20 % [3]. Как следствие, привлечение данной категории населения к пользованию продуктами банковского и микрофинансового рынка может

в значительной степени увеличить объемы кредитования за счет притока новых клиентов.

Кроме того, на определенный сегмент потенциальных клиентов, даже при наличии скудной кредитной истории, у кредитора все равно ощущается недостаток информации для принятия решения. Такая ситуация характерна, например, для граждан от 18 до 30 лет. Здесь часто правила или политика предварительного фильтра предполагает отказ. В настоящее время, благодаря скорингу операторов, в данной возрастной группе значительно возрос процент одобренных заявок.

Ключевую роль скоринга ОМС в тех случаях, когда на заявителя недостаточно банковской и кредитной информации, подчеркивают ведущие эксперты различных банковских учреждений: Махова О. («Росбанк»), Губанов Д. («Русский Стандарт»), Шорников А. («Московский Кредитный банк») и др. Они также высоко оценивают перспективность использования данного скоринга в плане привлечения к использованию кредитных продуктов тех клиентов, которые предпочитают онлайн-обслуживание [3; 6].

Сегодня можно с уверенностью говорить об усилении внимания со стороны банковского и микрофинансового бизнеса не только к рисковому и фродовому скорингам в качестве дополнительного источника данных при оценке платежеспособности клиентов, но и о повышении востребованности двух других типов скорингов, которые готовы предоставить операторы сотовой связи: маркетингового и поведенческого. Маркетинговый скоринг оценивает склонность абонента к какой-либо покупке, например, к приобретению банковских продуктов. Поведенческий скоринг, как и маркетинговый, может оказать существенную помощь при разработке и внедрении персонализированных продуктов и предложений. Несмотря на то, что это недавно появившиеся системы, которые сегодня во многом еще находятся в стадии тестирования, спрос на них усиливается в связи с возможностью их использования в качестве своеобразного инструмента удержания и расширения клиентской базы кредитных организаций.

Так, с недавних пор на российском кредитном розничном рынке все активнее внедряется такая маркетинговая скоринговая модель от операторов связи, как ранжирование потенциальных и действующих клиентов по категориям лояльности к компании в целом или по степени теплоты восприятия предлагаемого ею продукта. Вычленяя из общего ряда различных скоринговых позиций те из них, которые наиболее актуальны для конкретной финансовой компании, операторы предоставляют свои аналитические выкладки, в том числе, в виде Attrition scoring («скоринг потерь» или «скоринг удержания»), суть которой заключается в оценке вероятности использования действующим клиентом финансового продукта в дальнейшем или перехода на обслуживание в другую кредитную организацию. Коррелируя результаты такой оценки со своими показателями, кредиторы получают возможность корректировать свои дальнейшие взаимоотношения с потребителями, чтобы, оказывая влияние на их поведение, предотвратить переход на обслуживание в другие компании (например, используя кастомизацию (подбор персонализированных продуктов), оповещая об акционных предложениях и т. д.).

Особенно отчетливо проявляются возможности мобильных операторов в решении проблемы расширения банками и МФК своей клиентской базы за счет потенциально «холодной» (т. е. неактивной) аудитории потребителей, в том числе путем оценки степени влияния на этот сегмент разработанной рекламы. Компании мобильной связи «Мегафон» и «Билайн» одними из первых в 2016 г. предложили банкам и МФО услугу по подготовке модуля Response scoring («скоринга отклика») – оценки реакции потребителя на новый или действующий кредитный продукт.

Исходя из опыта организации банковской и микрофинансовой деятельности в странах с развитой финансово-экономической системой, в России может с успехом использоваться и такой дополнительный аналитический модуль, который способны предоставить банкам и МФО мобильные операторы, как Pre-sale («предпродажный скоринг» или «прескоринг»), который дает

возможность на основе кредитной истории определить потенциальные потребности клиента и создать заведомо заинтересующие его предложения.

И Response scoring, и Pre-sale оказываются крайне эффективны в тех случаях, когда мобильные операторы подтверждают (или опровергают) имеющуюся у банка или МФО информацию о клиенте (например, склонность к путешествиям или наличие хобби). Это дает возможность конкретной финансовой структуре точно определить потенциальных кандидатов для последующего контакта, подобрать наиболее действенные инструменты для предоставления специально подобранного для них нового предложения или продукта из уже существующей линейки. В частности, это может быть продукт, связанный с бонусами по покупке билетов или топлива для транспортного средства и т. д. На мобильные телефоны абонентов-заявителей могут поступать звонки из колл-центра кредитора, приходить SMS с предложениями воспользоваться различными кредитными продуктами, а также отправляться сообщения на e-mail с приглашениями посетить веб-сайт или мобильное приложение кредитной организации. В перспективе это означает, что в случае подачи заявки на кредит (займ) решение по ней, скорее всего, будет положительное, т. к. кредитору, в результате взаимодействия с обслуживающим мобильным оператором, уже известны определенные аспекты, характеризующие потенциального клиента с положительной стороны.

Кроме того, использование маркетингового и поведенческого скоринга позволяет установить наиболее характерную для определенного сегмента клиентов реакцию на набор технологий и инструментов, стимулирующих потребителей в категориях Up-Sale (выбор более дорогого из предлагаемой линейки однотипных продуктов), Cross-sale (использование продуктов и услуг из одной продуктовой линейки) и Down-Sale (удержание клиента, не настроенного на приобретение продуктов данной финансовой компании).

Стоит учесть и тот факт, что скоринг ОМС позволяет упразднить субъективный подход при оформлении банковских кредитов, связанный с личной оценкой клиента сотрудником банка при подаче заявления офлайн, и повысить

шансы потребителя на получение финансовых средств. Для МФК, в связи с более лояльным подходом в оценке клиентов и с присутствием в секторе значительного числа организаций, осуществляющих полное или частичное онлайн обслуживание, проблема гораздо менее актуальна.

В сфере PDL-кредитования рациональная интеграция ОМС-скоринга в микрофинансовую среду, ее корреляция с использованием других маркетинговых инструментов может способствовать увеличению в 1,5-2 раза среднестатистического показателя обращения в МФК (1 раз в 3 месяца), что автоматически повышает LTV отдельного клиента, т. е. совокупную прибыль, получаемую компанией за время сотрудничества с ним [4].

Таким образом, использование ОМС-скоринга кредитными организациями оказывается взаимовыгодным. Для мобильного оператора это возможность получения дополнительного дохода в результате продажи услуги. Для банков и МФК – повышение привлекательности использования кредитных продуктов для потенциальных пользователей, практически гарантированное расширение клиентской базы и, как следствие, увеличение объемов кредитования.

Нельзя не отметить, что на современном этапе деятельность мобильных операторов постепенно трансформируется из сферы поставщика связи в сферу предоставления финансовых услуг. Так, с 2017 г. операторы предлагают МФК коллаборацию в виде предоставления своим абонентам микрозаймов. Соответствующее предложение сделала, например, компания «Теле2» микрофинансовому сервису «Центрофинанс» [5].

При этом оператор может выдавать заемные средства от микрофинансового сервиса, предлагая их тем гражданам, которые в них больше нуждаются. Для определения потенциальных клиентов могут быть использованы скоринговые модели, основанные на геоданных и поведенческих характеристиках. В частности, снижение регулярности пользования личным автомобилем или такси, переключение на поездки общественным транспортном и увеличение пеших передвижений и др. в совокупности со снижением общих расходов может служить косвенным признаком того, что человек испытывает

финансовые затруднения, а значит, высока вероятность, что им будет принято поступившее от оператора предложение о финансовой поддержке.

Результатом признания перспектив взаимодействия с мобильными операторами и использования в кредитном секторе ОМС-скоринга стало в 2018 г. внедрение крупнейшими российскими банками «Тинькофф Банк» и «Сбербанк» собственных виртуальных мобильных операторов (mobile virtual network operator, MVNO) – «Тинькофф мобайл» и «СберМобайл». Подобные проекты с 2007 г. успешно действуют в Италии («BancoPosta»), Кении («Equity Bank Kenya»), Испании («Bankinter Spain»), позволяя, помимо других преимуществ, существенно снизить отток клиентов (churn rate) и получить дополнительный доход на кросс-продажах потребителям добавочных сервисных продуктов, привязывающих к кредитной организации [1].

Можно сделать вывод, что сегодня организации банковской и микрофинансовой отрасли все активнее используют зарубежный опыт по использованию такой перспективной инновационной технологии для современного российского розничного кредитного рынка, как скоринг операторов мобильной связи. Применение данного скоринга не только существенно повышает потенциал классических скоринговых моделей банков и МФК в плане усиления качества селекции кредито- и займополучателей, но и представляет собой эффективный инструмент для разработки и реализации маркетинговой стратегии кредитных организаций с целью сохранения и расширения клиентской базы.

Список литературы:

1. Колесниченко С. Звонок из будущего. Зачем банкам свои операторы сотовой связи // URL: http://www.forbes.ru/finansy-i-investicii/367711-zvonok-iz-budushchego-zachem-bankam-svoi-operatory-sotovoy (Дата обращения 08.11.2018).
2. Конева Е. Как привлечь в банк «кредитных невидимок»: методики альтернативного скоринга. Банковское кредитование, 2018. – № 1 (77). – С. 42-50 // URL: http://futurebanking.ru/reglamentbank/article/4840 (Дата обращения 13.12.2018).

3. Мобильные операторы научились оценивать банковских клиентов // URL: http://futurebanking.ru/post/3454 (Дата обращения 17.11.2018).
4. Скоринг от мобильных операторов. Какой информацией они готовы делиться с банками? // URL: https://infobank.by/infolinebigview/skoring-ot-mobiljnyx-operatorov-kakoj-informaciej-oni-gotovy-delitjsya-s-bankami/ (Дата обращения 08.11.2018).
5. «Центрофинанс» заглядывает в будущее // URL: https://microcredit-rf.ru/centrofinance-zagliadivaet-v-bydyshee.html (Дата обращения 16.11.2018).
6. Эксперты рассказали, что работает в скоринге - FutureBanking // URL: http://futurebanking.ru/post/3129 (Дата обращения 06.11.2018).

СЕКЦИЯ
«МЕНЕДЖМЕНТ»

ИСКУССТВЕННАЯ ЕДА: МОДА ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ?

Кузнецова Мария Александровна
студент, Институт экономики и управления
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва,
РФ, г. Самара
E-mail: masha_model_samara@mail.ru

Введение

Если в супермаркете среди изобилия сыров и колбас мы не находим нужного сорта, то уходим недовольные, возмущаясь тяготами жизни. Между тем, у многих жителей планеты нет денег даже на самые дешевые продукты. Согласно отчету ООН, сейчас в мире голодают 795 млн человек, а всего через 10 лет эта цифра может удвоиться. С каждым годом численность населения увеличивается, а количество ресурсов на планете – нет. Человечество совсем скоро может прийти к тому, что питаться натуральными продуктами станет невозможно по экологическим причинам, а существующих полей не будет хватать для прокорма растущего населения. Именно в этом я вижу остро стоящую проблему нашего будущего.

Перенаселенность и недостаток пищи во многих странах заставляют искать новые пути и решения продовольственной проблемы. Одним из самых перспективных направлений считается производство синтетических продуктов. Но реально ли заменить всю натуральный пищу искусственной? И что с нами будет, если в меню останутся только мясо из пробирки и хлеб из химического реактора? Считаю, что любой человек захочет попробовать хотя бы раз в жизни искусственную еду. Но когда же она станет доступной по цене для каждого желающего?

Цель работы: сравнительный анализ инновационных технологий производства еды, способных эффективно и безопасно решить экологические проблемы нашей цивилизации.

Задачи:

- Анализ перспективных технологий приготовления искусственной еды
- Выбор критериев сравнения
- Сравнительный анализ технологий

Таким образом, гипотезой представленной работы является то, что искусственная еда будет не только модной, но и необходимой.

Результаты

Производство первого бургера с искусственной котлетой весом в 140 грамм обошлось в $325 000. Сегодня же килограмм искусственного мяса стоит уже $80, а один бургер — $11 (в США). Планируется, что в 2021 году цена упадет до 1$.

На представленной схеме двух производственных процессов изготовления мяса можно заметить, что в производстве искусственного мяса значительно меньше элементов, но все же цены на данный момент выгоднее у традиционного.

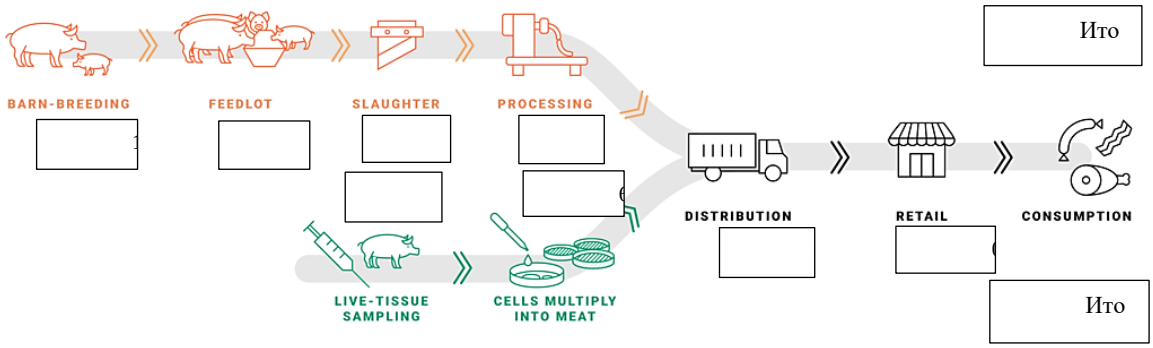

Рисунок 1. Схема процессов двух вариантов создания мяса

Коровы приносят ущерб экологии больше, чем другие животные, самолеты и даже автомобили.

Помимо этого, существуют и другие варианты приготовления пищи. При проблеме нехватки ресурсов молекулярная кухня сможет стать неплохим

решением, ведь таким способом можно сделать все, что угодно. Так, при той же проблеме с нехваткой мяса, можно сделать, например, морковь с его вкусом. Минус заключается в том, что для того, чтобы удовлетворить голод, придётся съесть достаточно большое количество такой пищи, но даже такой отрицательный момент можно устранить путём небольшого обмана: визуально увеличить объём еды, это даст ощущение сытости.

Одним из возможных вариантов решения поставленных нами проблем являются дрожжевые грибы. Выращивание микроорганизмов не зависит от климатических и погодных условий, не требует посевных площадей, поддается автоматизации. Дрожжи – одна из наиболее перспективных групп микроорганизмов для получения белковых кормовых добавок.

Итак, обобщим полученные результаты и сравним выбранные нами варианты нетрадиционной еды по наиболее важным критериям, оценивая каждую технологию по пятибалльной шкале (5-отлично, 4-хорошо, 3-нормально, 2-удовлетворительно, 1-очень плохо):

Таблица 1.

Сравнение трёх способов приготовления искусственной еды

Критерий	Молекулярная кухня	«Мясо из пробирки»	Дрожжевые грибы
1. Вкус	5 (Любой вкус можно воссоздать)	4 (На данный момент не дотягивает до традиционного)	5 (Вкус остается прежним)
2. Консистенция	5 (Любую консистенцию можно воссоздать)	3 (Более мягкое мясо по сравнению с традиционным)	5 (Остается прежней)
3. Внешний вид	5	5	5
4. Полезность	5	4	5
5. Цена	4 (Достаточно дорогое оборудование)	1 (80$ за 1 кг мяса)	5
6. Вред	5	4 (Нет точных данных о возможном вредоносном влиянии на организм)	5

С помощью нехитрой математики подсчитаем результаты:

- Молекулярная кухня – 29 баллов
- «Мясо из пробирки» - 21 балл
- Дрожжевые грибы – 30 баллов

Таким образом, вариант «дрожжевые грибы» оказывается лучшим.

Для более полного восприятия сделаем SWOT-анализ искусственной еды:

Таблица 2.

SWOT-анализ искусственной еды

Сильные стороны	**Слабые стороны**
1. Неограниченность ресурсов для производства искусственной пищи 2. Отсутствие антибиотиков в искусственной еде	1. Высокая цена 2. Сложно добиться повторения вкуса и запаха оригинального продукта
Возможности	**Угрозы**
1. Экономия ресурсов 2. Улучшение экологического состояния	1. Не исследованы побочные эффекты, которые продукт может оказывать на организм человека при постоянном потреблении

Обсуждение

Начнем с анализа графика цены. На одну искусственную котлету она уменьшилась почти в 30 000 раз за 6 лет. Компания Mosa Meat сообщила о своей готовности к отправке первых партий мяса на рыночную продажу уже в 2021-ом, то есть всего через 3 года. Пища обещает быть крайне дешевой: стандартная котлета обойдется покупателю примерно в 1 доллар. Чем дешевле будет искусственная еда, тем быстрее она будет запущена в массовое производство, а значит и быстрее будет попадать на стол в каждый дом. Безусловно, пока цена на традиционное мясо намного ниже, люди будут брать его. Но учитывая то, что за последние годы цена одной искусственной котлеты уменьшилась в 30000 раз, то дальше она тоже будет падать, это всего лишь дело времени. Также стоит предположить, что еще одним фактором для того, чтобы выбрать искусственное мясо, послужит повышение цен на натуральное. Большинство населения перейдет на мясо из пробирки, а традиционным будут питаться лишь богачи и привилегированные люди.

Коровы наносят экологии Земли гораздо больший ущерб, чем автомобили и самолеты. К такому выводу пришли специалисты Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (Food and Agricultural Organisation - FAO). По сведениям FAO, на планете живут около полутора миллиардов коров, которые прямо или косвенно связаны с выделением 18 процентов всех парниковых газов. Этот показатель значительно превышает уровень выбросов всего транспорта Земли. Также в результате изготовления и транспортировки мяса, перевозки кормов и обустройства пастбищ для коров сжигается топливо, которое дает девять процентов мировых выбросов углекислого газа.

Ещё одним нетрадиционным способом приготовления пищи является молекулярная кухня. Если говорить об этом, то начать, пожалуй, нужно с того, что такое молекулярная кухня. Огромное количество слухов и домыслов: это чистая химия, это вообще-то не еда и т. д. Определение из Википедии – это раздел трофологии, для потребителя ясности не вносит. Специалист, который готовит блюда молекулярной кухни, должен не только знать о химии и физике продуктов питания, но и уметь пользоваться техникой, которую язык не повернется назвать бытовой или кухонной: разогревать, замораживать, создавать вакуум и обрабатывать давлением, эмульсировать и обрабатывать пищу углекислым газом, и т. д.

В современных биотехнологических процессах, основанных на использовании микроорганизмов — продуцентов белковых и биологически активных веществ, применяют дрожжи, мицелиальные грибы, бактерии и микроскопические водоросли. С экономической и экологической точек зрения, дрожжи являются наилучшими продуцентами белковых и биологически активных веществ (БАВ). Их преимущество заключается, прежде всего, в «технологичности», поскольку дрожжи, без особых сложностей, можно культивировать в промышленных условиях. Наиболее ценный компонент дрожжевой биомассы — белок, который по составу аминокислот превосходит белок зерна злаковых культур и, лишь немного, уступает белкам молока и рыбной муки.

Приведем конкретные примеры экономии ресурсов с помощью дрожжевых грибов:

1. При выращивании телят в возрасте 6–15 месяцев каждый килограмм дрожжей обеспечивает дополнительно 1 кг прироста массы и обуславливает экономию кормов на 10–14 %.

2. При кормлении кур-несушек килограмм скормленных дрожжей гарантирует получение 35–50 яиц.

3. Откорм свиней с использованием дрожжей обеспечивает 0,7–0,8 кг свиного мяса на каждый скормленный килограмм добавки при одновременной общей экономии 10 % кормов на единицу прироста.

Подведем небольшой итог: дрожжи богаты витаминами и минералами. Они поставляют в наш организм витамины группы В, никотиновую и фолиевую кислоты. В них содержится железо, кальций и лецитин — и это только меньшая часть элементов, которые содержатся в дрожжах. Однако их избыток может привести к дисбактериозу и нарушению всасывания кальция.

Выводы

Таким образом, мы пришли к выводу, что искусственное еда – достойная альтернатива традиционной. Нами были взяты 3 технологии, которые способны помочь решить проблему нехватки ресурсов. Для того, чтобы дать оценку и выбрать лучший способ, были выбраны 6 критериев для сравнения. По результатам работы победила технология «дрожжевые грибы». На основании проведенного исследования мы можем дать рекомендации по ее внедрению на конкретное производство. Зачем ждать критического состояния экологии, если можно начать действовать уже сейчас?

Можно смело утверждать, что искусственная еда в сложившейся экологической ситуации – не только мода, но и необходимость.

Список литературы:

1. Как делают искусственное мясо? – Режим доступа: https://masterok.livejournal.com/3988108.html (Дата обращения 12.11.2018).

РОЛЬ АЛЬБОМА КАРТ ПРОЦЕССОВ АККРЕДИТОВАННОГО ЛИЦА

Малик Кира Игоревна
магистрант,
кафедра менеджмента,
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: malikki@mail.ru

Требования к деятельности испытательных лабораторий и органов по сертификации, аккредитованных в национальной системе аккредитации, в России регулируются Федеральным законом № 412-ФЗ «Об аккредитации в национальной системе аккредитации» от 28.12.2013 г. [1], Приказом Минэкономразвития РФ № 326 от 30.05.2014 г. «Об утверждении Критериев аккредитации…» [2].

Аккредитованное лицо обеспечивает и улучшает качество услуги при помощи цепи процессов (принцип процессного подхода), которые регулярно подвергаются анализу и постоянному улучшению. В этом случае документы будут согласованными и продуманными, будут описаны переходы от одного процесса к другому, правильно определены взаимодействия процессов и организованы информационные потоки, установлены четкие границы процессов, ответственности, полномочий и взаимодействий персонала при выполнении той или иной операции. Применение процессного подхода ведет к лучшему использованию ресурсов, сокращению времени выполнения определенной деятельности, предупреждению ошибок и снижению затрат по всем операциям.

Согласно требованиям международных стандартов серии ISO 9000, под процессом понимается деятельность, которая направлена на достижение установленной цели, имеющая количественное выражение в форме результата. Для реализации процессного подхода организация должна переориентироваться с функционального управления на управление результатами, совокупность которых позволит обеспечить повышение эффективности системы и конкурентоспособности предприятия.

Применение в испытательных лабораториях и органах сертификации системы процессов наряду с их идентификацией и взаимодействием, а также менеджмент процессов, направленный на получение желаемого результата, могут быть определены как «процессный подход». Важность применение процессного подхода состоит в непрерывности управления, которую он обеспечивает на стыке отдельных процессов в рамках их системы, а также при их комбинации и взаимодействии.

Питер Кин в своей работе «Грань процесса» отмечает, что довольно часто приходится видеть организации, которые заявляют о многих успешных инициативах в области улучшения процессов, в то время как эффективность работы совсем не повышается. Кин утверждает, что подобный феномен связан с тем, что организации концентрируют свои усилия на улучшении второстепенных процессов. В том время как значительное улучшение происходит только тогда, когда в организации улучшаются основные (т. е., создающие ценность для потребителей) процессы [3, с. 103].

Деятельность аккредитованного лица, согласно системы менеджмента качества, представляет собой процесс, на входе которого лежат требования потребителей (исследования и процедура оформления заявки на исследования в у испытательных лабораторий, заявка на проведение работ и комплект документации – органу сертификации), на выходе – услуга (для испытательных лабораторий бланк с результатом исследований и удовлетворенность потребителей, для органов сертификации – выдача сертификата соответствия).

Одним из вариантов документирования процессов является создание карты процессов (блок-схем или алгоритмов процессов). Форма этого документа выбирается самой организацией и обычно оформляться в виде документированной процедуры «Управление документацией».

Основное назначение карты процесса – это представлять технологию выполнения процесса. За счет создания карты процесса осуществляется его документирование, в результате у организации появляется возможность

управлять этим процессом, вносить в него изменения, оценивать результативность и эффективность процесса, поскольку всегда необходимо знать, в каком направлении идти [4, с. 71].

В ходе создания системы качества, карты процессов разрабатываются на все процессы, входящие в область действия системы качества. В совокупности весь набор карт процессов содержит технологию работы и управления, как системой качества, так и организацией в целом.

«Карта процесса» может содержать следующие элементы:

- цель и назначение процесса;
- область действия процесса;
- основные входы процесса и их поставщики;
- основные выходы и заказчики;
- разделение ответственности: владелец процесса, участники, исполнители;
- потоковая диаграмма (блок-схема);
- управляющие воздействия;
- критерии и методы оценки результативности процесса;
- ресурсы;
- записи, выполняемые в ходе процесса.

На рис. 1 изображен пример схемы основных этапов прохождения процедуры сертификации, который включает в себя составление алгоритма взаимодействия работ, входящих в данный процесс, а также сопутствующей документации.

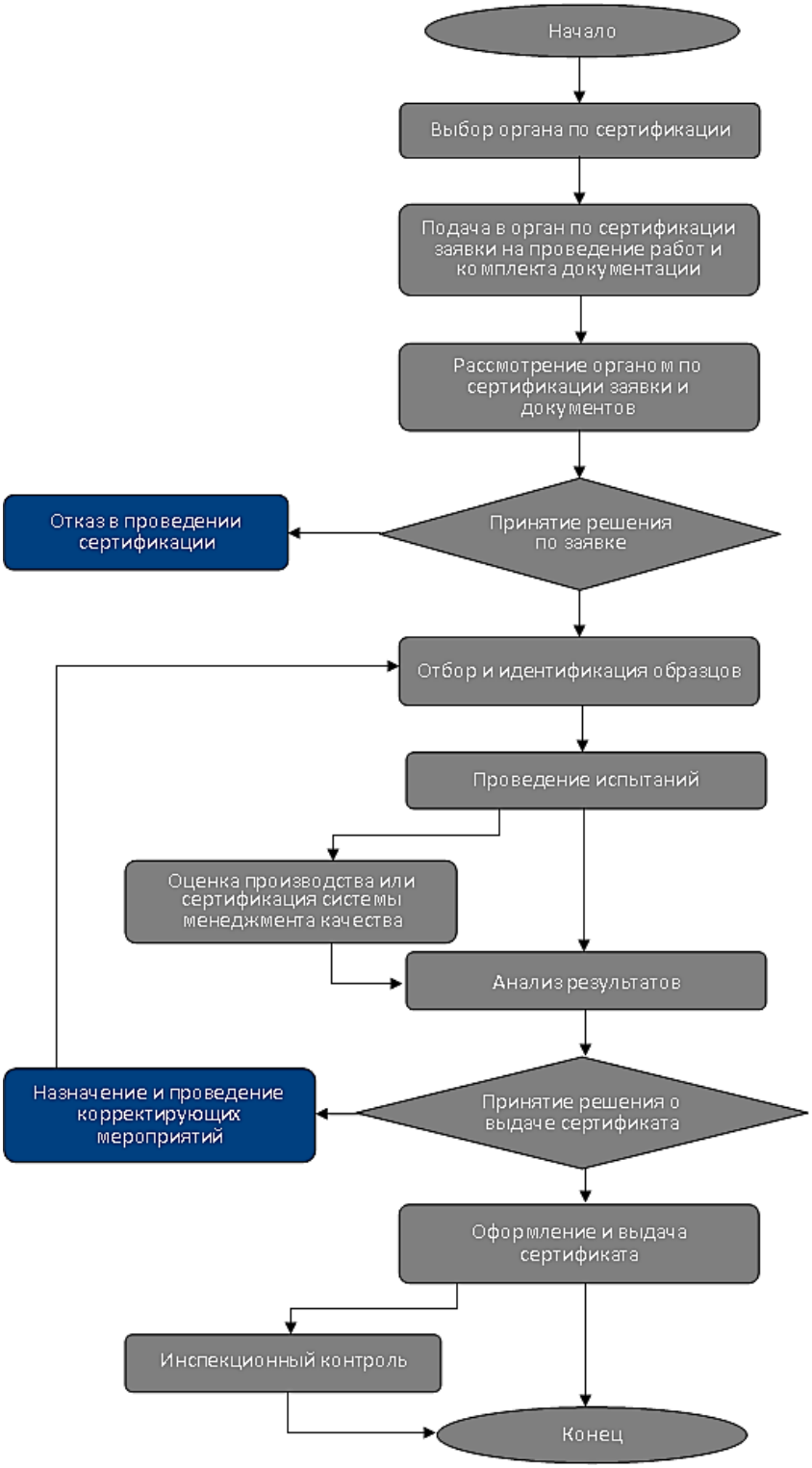

Рисунок 1. Процедура сертификации [5]

После составление альбома карт процессов в системе менеджмента качества аккредитованного лица можно выделить следующие преимущества:

- способность сосредоточивать усилия на результативности и эффективности процессов;

- предоставление уверенности потребителям в согласованном функционировании организации;
- прозрачность операций внутри организации;
- снижение затрат и уменьшение времени цикла за счет результативного использования ресурсов;
- улучшенные, согласованные и предсказуемые результаты;
- предоставление возможностей для фокусирования на инициативах по улучшению и расположения их по приоритетам,
- содействие вовлеченности людей и более четкое уяснение своей ответственности в достижении общего результата.

Таким образом, грамотное составление альбома карт процессов в рамках создания системы менеджмента качества позволит значительно повысить эффективность деятельность аккредитованного лица и обеспечить благоприятные условия совершенствования качества продукции.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 28 дек. 2013 г. № 412-ФЗ «Об аккредитации в национальной системе аккредитации»: принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 23 дек. 2013 г.: одобр. Советом Федерации Федер. Собр. Рос. Федерации 25 дек. 2013 г. // Собрание законодательства РФ, 30.12.2013, № 52 (часть I), ст. 6977.
2. Приказ Минэкономразвития России от 30 мая 2014 г. № 326 (ред. от 04.05.2018) «Об утверждении Критериев аккредитации, перечня документов, подтверждающих соответствие заявителя, аккредитованного лица критериям аккредитации, и перечня документов в области стандартизации, соблюдение требований которых заявителями, аккредитованными лицами обеспечивает их соответствие критериям аккредитации» // Российская газета, № 193, 27.08.2014.
3. Всеобщее управление качеством: Учебник для вузов / О.П. Глудкин, Н.М. Горбунов, А-И. Гуров, Ю.В. Зорин // Под ред. О.П Глудкина. – М.: Радио и связь, 2014. – 420 с.
4. Тарасов Р.В., Макарова Л.В., Малебнова С.Г. Разработка структурных схем при описании процессов системы менеджмента качества / Вестник ПГУАС: строительство, наука и образование. 2016. № 2 (3). – С. 70-74.
5. Сертификация — общие принципы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://minprom.ru/publikacii/sertifikaciya/ (Дата обращения: 09.01.2019).

РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ АСПЕКТЕ

Марусич Виолетта Юрьевна
магистрант кафедры «Менеджмент», СКФУ, ИЭиУ,
РФ, г. Ставрополь
E-mail: dedio.96@mail.ru

Шацкая Елена Юрьевна
научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры «Менеджмент», СКФУ, ИЭиУ,
РФ, г. Ставрополь

Аннотация. Опыт управления персоналом, накопленный ведущими зарубежными организациями, с точки зрения построения модели инновационного развития кадрового потенциала, имеет первостепенное значение для современной российской экономики. Изучение международного опыта развития персонала организации позволяет нам определить, что может быть применено в этой деятельности среди российских организаций, а также какой при этом реальный положительный экономический эффект может быть достигнут.

Ключевые слова: кадровый потенциал, кадровые технологии, человеческие ресурсы.

Сегодня общепризнанно, что японские организации приобрели лучший мировой опыт инновационного развития человеческих ресурсов. Результатом всего этого является то, что Япония страной одной с из самых высоких в мире страной по производительности труда, а также высочайшему качеству инновационных продуктов. Сегодня Япония является мировым лидером в производстве высокотехнологичной продукции и третьим государством в мире по величине валового внутреннего продукта.

Все имеющиеся успехи японских организаций не ограничиваются рамками национальной экономики. Прогрессивный опыт Японии основан на инновационном развитии кадрового потенциала организаций. Данный опыт активно начинают использовать и другие страны, особенно те, где расположены

крупнейшее дочерние компании японских компаний. В первую очередь, это страны Юго-Восточной Азии, такие как: Малайзия, Таиланд, Сингапур и Тайвань. Дочерняя компания по производству автомобилей «Nissan», расположенная в Англии, стала первой на Британских островах, применившей японские передовые технологии для инновационного развития кадровых возможностей организации. Также стоит отметить, что экономическое чудо, которое происходит сегодня в Китае, стало во многом возможным благодаря внедрению японского опыта на практике [3].

Для современной России этот опыт может быть крайне полезным, т. к. Япония является нашим региональным соседом и экономическим партнером.

Отправной точкой в оценке возможностей построения модели для развития способностей персонала в японских организациях является то, что японская организация является не только экономической единицей, но и социальной организацией. Любая организация имеет свою корпоративную философию, которая фокусируется на определенных понятиях, таких как: искренность, гармония, сотрудничество и вклад в улучшение жизни общества.

В основе новаторских подходов к развитию кадрового потенциала в японских организациях часто поднимается абсолютное понимание того, что это одна из тех сфера человеческой деятельности, благодаря которой достигаются все цели создания материальных и духовных ценностей. Основными факторами, определяющими престиж любой производственной организации в Японии, являются ее правовой статус, доминирующая доля на рынке и корпоративная философия членства на бирже [1].

Именно это все доказывает, что не «разовое» преимущество или даже высокий экономический результат деятельности компании, а именно ее позитивный имидж, позволяет привлечь все больше первоклассных человеческих ресурсов.

Английская философия управления персоналом основана на традиционных ценностях нации и теории человеческих отношений. Эта философия предусматривает личное уважение работника, искреннюю искренность, мотивирует

работников, а также способствует достижениям, обеспечивает высокое качество бизнеса и обслуживания, своевременное профессиональное развитие и достойную заработную плату.

Что касается американской философии управления персоналом, то она основана на традициях конкуренции и поощряет индивидуальность всех работников организации, делая при этом четкий акцент на прибыль компании, а также личные доходы. В данной философии управления персоналом также есть четкое изложение целей и задач, высокий уровень оплаты труда работников, активное поощрение всех потребительских ценностей, высокий уровень демократии в обществе и множество социальных гарантий [2].

Японская же философия управления персоналом основана на традициях уважения к пожилым, коллективу, всеобщему согласию, литературе и патернализму. Теория человеческих отношений и преданность идеалам компании, трудоустройство пожизненных сотрудников в крупных компаниях, постоянная ротация персонала, создают особые условия, способствующие эффективным коллективным действиям.

Рассматривая российскую философию управления персоналом, она является очень разнообразной и сильно зависит от формы собственности, региональных и отраслевых особенностей, а также размера организации. Крупные предприятия сохраняют свои традиции четкой дисциплины, коллективности, эффективности, повышения уровня жизни работников и сохранения для них социальных льгот и гарантий в новых экономических условиях [5]. Поиск способов использования японского и американского опыта для улучшения работы российских компаний невозможен без сравнительного анализа преимуществ и недостатков обеих моделей. Организации малого бизнеса работают в условиях отсутствующей философии управления персоналом. Зачастую в таких компаниях распространено сложное и негуманное отношения к персоналу.

Современная российская система управления за очень короткое время эволюционировала в условиях перехода от чрезмерно плановой и централизованной экономики к рыночной. Российский менеджмент унаследовал черты

прежней системы административного управления. За это время было создано много современных организаций, которые используют новые организационные и правовые формы, однако, такие организации возникли на основе бывших советских предприятий. Сегодня в стране большое количество ключевых постов занято менеджерами, которые были воспитаны в советское время [4].

Однако стоит отметить, что в то же время организации, много лет работающие в все еще неэффективной рыночной экономике, сегодня приобрели некоторые наиболее важные черты субъектов рыночных отношений.

Организационно-экономическая оценка потенциала инновационного развития персонала российских организаций позволяет доказать то, что разрабатываемые современные программы и стратегии инновационного развития персонала ориентируется на человека-работника, используемого преимущественно в рамках экономической, а не социальной системы.

Таким образом, анализируя зарубежный опыт, мы можем сделать вывод, что рациональное использование человеческих ресурсов и инновационное развитие человеческих ресурсов тесно связаны с необходимостью разработки подходов к управлению персоналом и разработки новых технологий и методов их совершенствования.

Список литературы:

1. Агарзаева Г.Ш., Рабцевич А.А. Система развития кадрового потенциала в японских компаниях // Молодой ученый. – 2015. – № 5. – С. 227-229.
2. Ахмадеев А.А. Профессиональное развитие персонала на примере Запада / А.А. Ахмадеев, А.А. Рабцевич // Научный обозреватель. – 2014. – № 1. С. 32-33.
3. Вербицкий А.А., Ильязова М.Д. Инварианты профессионализма: проблемы формирования: монография. – М.: Логос, 2011. – 288 с.
4. Дэйв Ульрих HR в борьбе за конкурентное преимущество. – М.: Претекст, 2015. – 361 с.
5. Третьякова Е.П. Оценка трудового потенциала организации / Е.П. Третьякова // Менеджмент в России и зарубежом. 2009. № 1

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ В УЧРЕЖДЕНИЯХ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ

Сергеева Дарья Александровна
студент, кафедра управления
и экономики социально-культурной сферы, КемГИК,
РФ, г. Кемерово
E-mail: dasha_zvezda@mail.ru

Мухамедиева Светлана Анатольевна
научный руководитель, доцент, канд. экон. наук,
зав. кафедрой УиЭ СКС, КемГИК,
РФ, г. Кемерово

В условиях развития транзитивной экономики особое значение для эффективной деятельности организации и учреждений социально-культурной сферы приобретает организационная культура. Организационная культура - это направление исследований, которое находится на стыке нескольких областей знания, таких как менеджмент, социология, психология. Многодисциплинарность, с одной стороны, создает определённые сложности познавательного плана, а с другой - дает возможность грамотно и эффективно управлять организацией независимо от сферы деятельности.

Встречаясь в повседневной рутине с белыми рубашками и синими костюмами работников организаций или учреждений социально-культурной сферы - это лишь верхний слой организационной культуры, который основан на поведенческих нормах, вытекающих из базисных культурных ценностей организации. Рассмотрим сложность понятия «организационная культура». При этом следует уточнить, что культура организации не является синонимом понятия «климат». «Культура» сама предполагает климат, ценности, стиль, взаимоотношения в данной организации.

Западные и российские предприниматели пришли к выводу, что процветает та организация, в которой создан сплоченный коллектив, где каждый заинтересован в общем успехе. Развивается та организация, в которой уделяется огромное внимание к организационной культуре.

В современном мире существует огромное разнообразие определений и толкований организационной культуры. В большинстве определений авторы ссылаются на образцы базовых предположений, которые часто связаны с видением окружающей среды (группы, организации, общества, мира) и регулирующих её переменных (природа, пространство, время, работа, отношения и т. д.). Особую роль в формировании организационной культуры играет ценности организации. Следует уточнить, что ценности (или ценностные ориентации) являются общим атрибутом, включаемые авторами в определение организационной культуры. Ценности ориентируют индивида на поведение которое следует считать допустимым или недопустимым. Принятая ценность помогает индивиду понять то, как он должен действовать в конкретной ситуации. Своеобразным атрибутом понятия организационной культуры считается «символика», посредством которой ценностные ориентации «передаются» членам организации. Многие организации имеют специальные, предназначенные для всех документы, в которых они детально описывают свои ценностные ориентации. В результате знакомства работников с данными документами формируются ценности, которые связаны с миссией организацией и могут быть использованы в PR-компании.

На основании приведенных фактов в рамках данного научного исследования, определим, что организационная культура - это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий. Эти ценностные ориентации передаются индивидом через «символические» средства духовного и материального внутриорганизационного окружения [1, с. 327]. Проанализировав научную литературу, отражающую исследования организационной культуры, мы пришли к выводу, что одной из лучших является исследования Э. Шейна, который выделил в составе организационной культуры уровни: артефакты, ценности (провозглашаемые, базовые представления) [3].

Анализ литературы показал, что отсутствуют исследования, посвященные корпоративной культуре в организациях социально-культурной сферы и если есть в работах акцент на данный объект, то, чаще всего он носит описательный характер. Развитие социально-культурной сферы в Российской Федерации на современном этапе характеризуется пристальным вниманием общества к проблемам существования культурных ценностей в аспекте социально-культурных процессов современного общества. В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р, сфере культуры отводится ведущая роль в формировании человеческого капитала, как основа развития – экономических отношений общества. Культурная среда сегодня становится ключевым понятием современного общества и представляет собой не отдельную область государственного регулирования, а сложную и многоуровневую систему, внутри которой решение проблем может быть только комплексным, учитывающим множество смежных факторов и соединяющим усилия разных ведомств, общественных институтов и бизнеса. Соответственно для организаций социально-культурной сферы организационная культура будет иметь огромное значение и иметь свои особенности, которые мы рассмотрим на примере деятельности Государственного автономного учреждения культуры Кемеровской области «Кузбасский центр искусств».

ГАУК Кемеровской области «Кузбасский центр искусств» - многофункциональный комплекс, который объединяет художников, искусствоведов, фотографов, литераторов, музыкантов и просто любителей искусства, которые могут свободно общаться на профессиональные темы и принимать участие в художественных мероприятиях. Деятельность центра нацелена на реализацию новых музыкальных, литературных проектов, организацию семинаров, фестивалей, конференций. С целью диагностирования уровня развития организационной культуры и определения ее особенностей в данной организации мы провели исследования. В целом, организационную культуру в организации, можно изучать разными способами, в частности при помощи

интервью, анкетирование, анализ документов, изучение в организациях правил, традиций, церемоний и ритуалов.

В процессе исследования нами было опрошено 26 человек, которые являются работниками Кузбасского центра искусств. По возрастной структуре состав опрошенных распределился следующим образом 31-40 лет это 12,5 % от общей численности (2 человека), 41-50 лет составили 37,5 % (16 человек), - более 50 лет составило 50 % (8 человек). Согласно полученным данным удельный вес работников активного трудового возраста в общем числе опрошенных не высок составляет 50 %.

По уровню образования, анкетируемых мы разделили на группы, в частности 48 % это работники с высшим образованием, 34 % со средним профессиональным образованием, 18 % со средним образованием. На основании этих показателей можно сделать вывод о достаточно высоком уровне развития трудового потенциала работников данной организации.

Общий стаж работы опрошенных колеблется от 15 до 35 лет, но большинство опрошенных (64 %) имеют стаж более 20 лет.

В данной организации 32 % опрошенных работают с момента открытия центра, 60 % от 1 до 3 лет и 8 % работают менее года. По гендерному признаку 76 % опрошенных это лица женского пола, 24 % – мужского.

Для исследования организационной культуры в Кузбасском центре искусств необходимо было определить всеми ли составляющими элементами организационной культуры обладает исследуемое учреждение.

Большая часть анкетированных ответили, что считают организационную культуру важной для деятельности любой организации, в том числе и для учреждения социально-культурной сферы. Но под организационной культурой они понимают лишь её поверхностный уровень: традиции и обряды, символику, проведение совместного отдыха с руководством.

Среди положительных характеристик организационной культуры Кузбасского центра искусств анкетируемые определили обучение новых сотрудников, прохождение испытательного срока, закрепление опытных

сотрудников, которые помогают разобраться в специфике работы и адаптации на новом месте; традицию отмечать День Рождения учреждения; выпуск фирменной продукции: календарей, журналов, буклетов с символикой учреждения; ритуалы, выражающие признание, например, юбилеи, празднования успехов, публичные поощрения. Мероприятия, связанные с проведением совместного отдыха сотрудников: празднования дня рождения работников и праздников таких как, новый год, 8 марта и т. д.; фирменная одежда для сотрудников – смотрителей; выпуск рекламных материалов; общая столовая для руководителей и сотрудников; наличие рекламного слогана.

Интересным фактом является то, что большая часть сотрудников знает миссию, цель, стратегию и структуру своего учреждения, но информацию о них они получили из различных источников: из документов, от коллег, но не от непосредственного руководства.

В результате проведенного исследования определено то, что руководство не информирует сотрудников о миссии, цели, стратегии учреждения, нет письменно закреплённых правил поведения, отсутствуют конкурсы профессионального мастерства.

На основании результатов исследования, мы пришли к выводу, о том, что организационная культура в учреждениях социально-культурной сферы по своей сущности и содержанию проявляется в тех же аспектах и имеет те же артефакты, что и в любых других организациях различных отраслей. Но, с учетом, того, что организации сферы культуры имеют цель, связанную с формированием «человека культурного», то организационная культура данных организаций имеет следующие особенности:

- устойчивое внимание руководства к работникам, но не только к личным и бытовым проблемам сотрудника, но и к его возможностям проявления таланта, специфических характеристик творчества;
- развитие сотрудников организации на основе созданных площадок для реализации их творческого потенциала, причем индивидуальных, а не с общими условиями работы;

- концентрация внимания работников на формировании культурных ценностей, их деятельности через осознания их значимости, как особого монополистического ресурса для сферы культуры.

Список литературы:

1. Агеев А.С. Организационная культура современной корпорации // Мировая экономика и международные отношения. -1990. - № 6 - С. 42-47.
2. Бовыкин В.И. Новый менеджмент: управление предприятиями на уровне высших стандартов: теория и практика эффективного управления - М., 2015. – 184 с.
3. Шейн Э. Организационная культура и лидерство – М.: Питер, 2003. – 336 с.

СЕКЦИЯ

«РЕКЛАМА И PR»

АНАЛИЗ ХАРАКТЕРИСТИКИ И СТРУКТУРЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА СОЗДАНИЯ WEB-САЙТОВ

Жидкова Любовь Сергеевна
студент, Институт экономики и управления
РФ, г. Самара
E-mail: lyubazhidkova97@gmail.com

Клёвина Мария Васильевна
студент, Институт экономики и управления
РФ, г. Самара

Кузнецова Мария Александровна
студент, Институт экономики и управления
РФ, г. Самара

На сегодняшний день практически все крупные компании имеют своё представительство в Интернете и активно пользуются информационными технологиями. Это связано с тем, что любая организация хочет быть конкурентоспособной, а для этого необходимо быть на виду.

То, с какой силой Интернет ворвался в жизнь человечества, не имеет аналогов. Изобретение телеграфа, телефона, радио и компьютера были лишь почвой для создания чего-то большего. С помощью всемирной паутины связываются и переплетаются все уголки нашей огромной планеты, ведь она является самым главным механизмом распространения информации. По своей сути Интернет не оказывает никаких услуг. Он отвечает лишь за то, чтобы подключать компьютеры друг к другу, а услуги уже предоставляют сторонние компании.

Информационная система является необходимым ресурсом для продвижения бизнеса. Для многих организаций web-сайт может быть самой эффективной частью информационной системы, которая будет помогать более эффективной работе не только с покупателями и партнерами, но и с конкурентами.

Трудно найти фирмы, которые не используют возможности Интернета, ведь это непосредственная связь с потребителем. Давно уже Интернет – это почва для заработка многих людей. Во-первых, данная работа не обременяет сидением в офисе, во-вторых, больший объем работы можно выполнить дистанционно, в-третьих, данная отрасль приносит больший заработок, т. к. в данной сфере относительно мало компаний. По данным на 2018 год насчитывается около 402 компаний, предоставляющих услуги по созданию web-сайтов.

Как сказал знаменитый создатель компании Microsoft Билл Гейтс: «Если вас нет в Интернете – вас нет в бизнесе. И ведь с данным высказываем с каждым годом всё труднее и труднее поспорить.

Логическим путем развития всемирной паутины является то, что появился такой сегмент в рынке услуг как «создание web-сайтов». Эта технология является важнейшей разработкой и ее вклад нельзя переоценить. Хорошо оформленный сайт является лицом и визитной карточкой фирмы. На сегодняшний день во всемирной паутине размещены миллиарды сайтов и это не предел, с каждым днем их число растет.

Число пользователей сети с каждым годом растет на 20-30 %. Только реклама в Интернете обладает таким инструментом, как контекстная реклама. Лишь в сети люди могут отсеивать нужную ему информацию, читать только то, что интересно. В отличие от Интернета, продвижение бренда на телевидении превращается в навязывание, а людям это не нравится и скорее вызывает отторжение, чем желание приобрести товар.

Для начала аналитической работы хочется рассмотреть самый простой график - спрос компании в зависимости от ее масштаба (Рисунок 1). На графике видно, что большая доля спроса приходится на небольшие и средние компании.

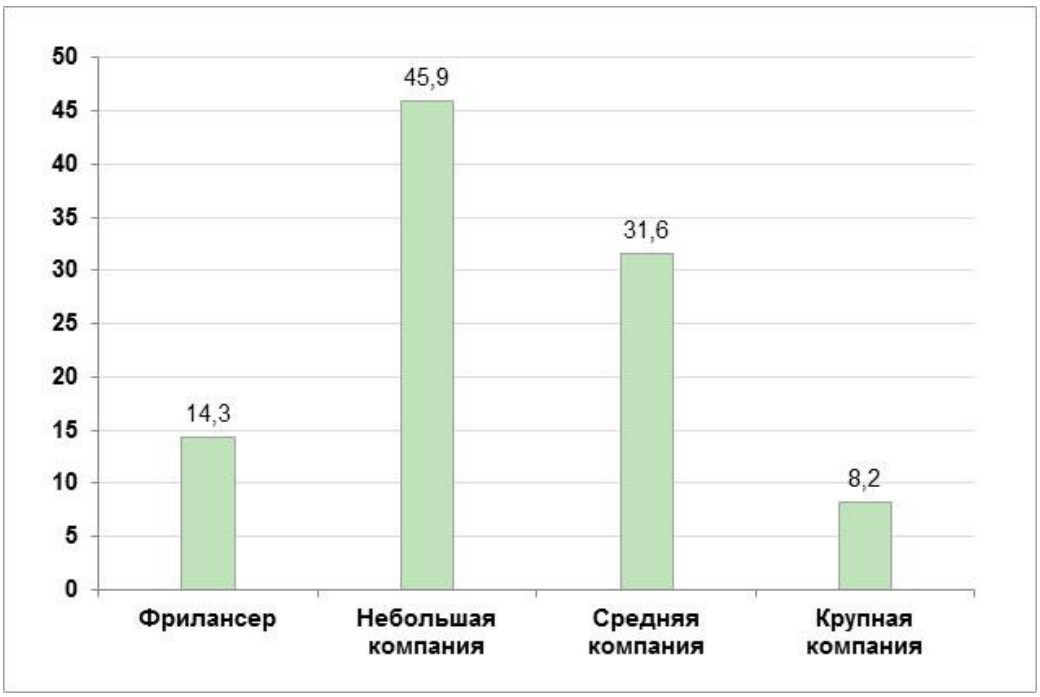

Рисунок 1. Спрос на студию в зависимости от ее масштаба

Если рассматривать следующий график сопоставление со стоимостью проектов добавляет интересный нюанс (Рисунок 2).

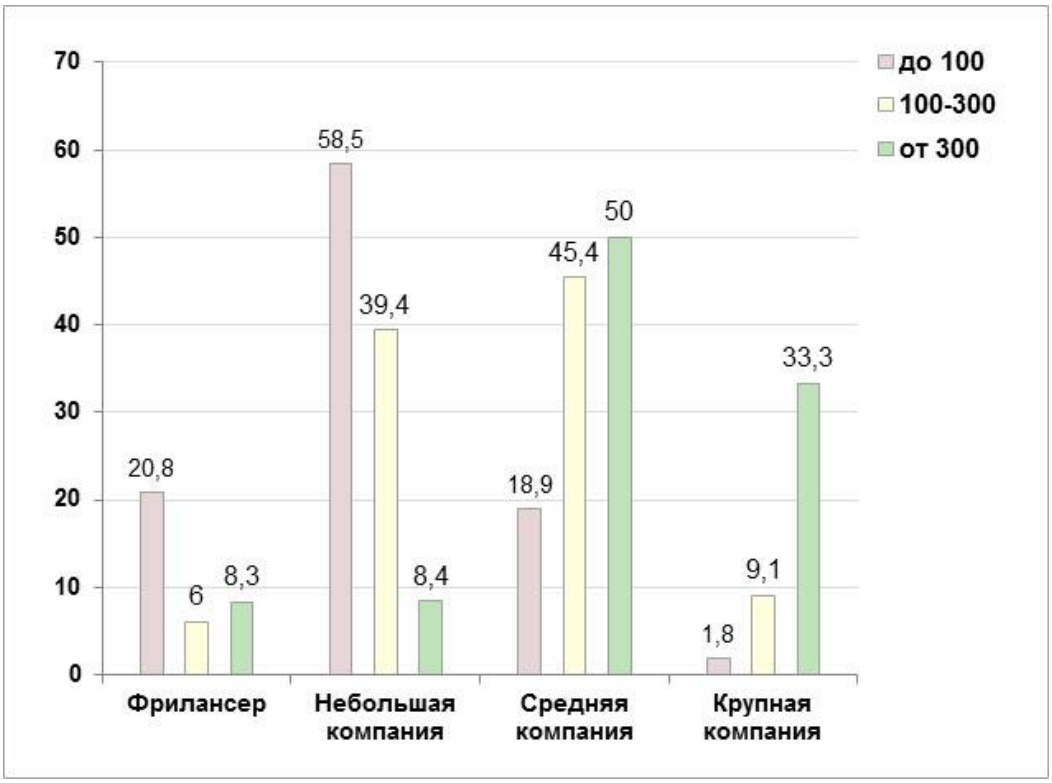

Рисунок 2. Спрос на студию в зависимости от стоимости заказа

Как видно из графика, здесь сравниваются размеры исполнителя заказа и выбор клиентов. Пурпурный столбец отражает мелкие заказы, желтые – это средние заказы и зеленые – крупные. Как и ожидалось, большинство проектов выполняется небольшими студиями и средними компаниями. Мелкие проекты доверяют фрилансерам и небольшим компаниям, а дорогие проекты больше средним и крупным компаниям. Здесь всё логично.

Неожиданностью становится достаточно заметное участие в дорогих проектах разработчиков-фрилансеров: 6 % для диапазона «100-300 тысяч рублей» и 8,3 % для диапазона «свыше 300 тысяч рублей». По этим данным можно сделать однозначный вывод о существовании на рынке специалистов-фрилансеров высокого уровня, способных в одиночку реализовать достаточно сложный и масштабный проект. Также эти данные свидетельствуют и о наличии заказчиков, готовых работать с фрилансерами по дорогим проектам.

Рынок web-сайтов является представителем совершенной конкуренции, т. е. на рынке присутствует множество фирм, их продукция схожа между собой, и цены каждая компания устанавливает сама. По данным на 2017 года насчитывается около 402 крупных и средних компаний, предоставляющих услуги по созданию web-сайтов. Цена на данные услуги варьируются в зависимости от сложности выполняемой работы.

Хочется провести анализ рынка web-сайтов. Сайт, на основе данных которого бралась информация http://www.ratingruneta.ru. Он занимается анализом веб-студии, составляет различные рейтинги и списки в данной сфере. Нас интересуют рейтинги web-студий, рассмотрим подробнее компании, из которых всё же состоит рынок web-сайтов (Рисунок 3).Рисунок 3. Рейтинг web-студий

#	Название	Балл	Тренд	Ценовой сегмент	Проекты	Отзывы	Сравнить + в тендер
★	IDAPROJECT >	★	★	★	★	★	☐
1	AIC + QSOFT	2.87	–	₽₽₽₽	74	5	☐
2	CreativePeople >	1.94	+14	₽₽₽₽	93		☐
3	Notamedia >	1.69	+4	₽₽₽₽	527		☐
4	AGIMA	1.52	-1	₽₽₽₽	68		☐
5	АРТВЕЛЛ	1.51	–	₽₽₽₽	655	1	☐
6	Aero	1.29	–	₽₽₽₽	61		☐
7	ADV	1.29	-3	₽₽₽₽	93		☐

Рисунок 3. Рейтинг web-студий

Лидером данного списка является компания AIC, которая была первым российским агентством сервисного дизайна. Это московская компания и она была основанная 20 лет назад. На протяжении всех этих лет она является лидером на российском рынке.

Что может сказать о компании лучше, чем его работы. Среди клиентов AIC такие известные бренды, как 1С-Битрикс, IBS, МТС Банк, Росгосстрах Банк, НТВ, Мираторг, ВТБ, Промсвязьбанк, ГазпромБанк, ТинькоффБанк, Портал городских услуг Москвы, Федеральный портал Госуслуг РФ и многие другие. Ценовой сегмент компании AIC свыше 1000000 руб. (Рисунок 4).

Услуга	Стоимость	Ставка
Сайт под ключ	**500 000 – 3 000 000 ₽**	
– Корпоративный сайт	700 000 – 1 500 000 ₽	
– Промо-сайт	500 000 – 1 000 000 ₽	
– Интернет-магазин	1 500 000 – 3 000 000 ₽	
– Порталы и сервисы	1 500 000 – 3 000 000 ₽	

Рисунок 4. Стоимость услуг компании AIC

Рейтинг компании складывается из таких показателей, как спрос, отзывы клиентов, цены на услуги, квалификация специалистов, сложность работ и т. д.

Если рассматривать все web-студии и их стоимостные показатели, то среднестатистический оборот всех студий на 2016 год составил 19 млн рублей. По данным исследования средняя стоимость разработки промо-сайтов оставила 76 051 рублей, корпоративных сайтов обошлись в среднем в 148 422 рубля, интернет-магазинов в 175 097 рублей, порталов и сервисов в 543 611 рублей.

На сегодняшний день трудно найти фирму, которая не пользовалась бы услугами Интернета. С годами этот рынок набирает всё большие обороты. Не удивительно, что многие компании переходят на Интернет-продажи, так как это упрощает ведение бизнеса и уменьшает затраты, связанные с оплатой труда рабочим, арендой помещений, оплатой коммунальных платежей офисов. Примеров, подтверждающих это, тысячи. Ведение бизнеса в Интернете гораздо эффективнее, потому что каждый человек хоть раз в день, но заходит в Интернет, а значит, шансы привлечь потенциального клиента на свою интернет-платформу очень велики.

Список литературы:

1. Абдулина В.Э. Жизненный цикл организации и его практическое применение на основе анализа коммерческой организации // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 3. Ч. 1 [Электронный ресурс]. URL: http://ekonomika.snauka.ru/2014/03/4148 (Дата обращения: 28.11.2018).
2. Анализ Рунета в 2015-2016 годах, а также оценка 2017 года - Режим доступа - https://roem.ru/10-03-2017/244697/wheres-money-in-webdev/ (Дата публикации: 10 марта 2018 года).
3. Введение в язык HTML: Метод. указания к лабораторным работам / Самар. гос. аэрокосм. ун-т; Сост. В.В. Семенов, В.Л. Юмашев. Самара, 2013, 24 с.
4. Грейнер Л.Е. Эволюция и революция в процессе роста организаций // Вестник СПб. унта. Серия «Менеджмент». - 2012. - С. 76-94.

СЕКЦИЯ
«ЭКОНОМИКА»

СТОИТ ЛИ ПОКУПАТЬ БИТКОИН?

Агабеков Аркадий Игоревич
студент факультета филологии, истории и обществознания,
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»
РФ, г. Славянск-на-Кубани
E-mail: factorial65@gmail.com

Аннотация. В настоящей статье проводится комплексный анализ криптовалюты Биткоин с целью здраво оценить целесообразность инвестиции в этот технологически новый вид финансовых активов. Появление Биткоина и его стремительный рост за последние годы стали достаточно интересным явлением в мировой экономике. В ходе исследования мы рассмотрим как инвестиционные аспекты этой криптовалюты, так и её технологическое устройство и механизм роста цен.

История криптовалют - денег, созданных на основе криптографической технологии, начинается с Биткоина. Такие деньги существуют лишь в виде условного кода, который представляет собой зашифрованную информацию о всех действиях с этими деньгами, то есть: их эмиссию и их транзакции, в первую очередь. Каждая новая операция не просто добавляет в исходный код новую информацию, но и изменяет всю предшествующую цепочку данных.

Для чего нужна такая технология? Сложный механизм шифрования делает кражу таких денег практически невозможной. Коды, содержащие информацию о действиях с криптоденьгами, генерируются автоматически, и злоумышленнику придётся полностью вычислить код, который, как правило, состоит более чем из 1000 символов. Для таких операций нужны невероятные компьютерные мощности, которые практически невозможно собрать в одних руках или одной организации. Не забывайте и о том, что каждая новая транзакция усложняет и полностью изменяет исходный код.

Всё это решает одну из основных проблем с традиционными финансовыми активами - проблему доверия. Криптовалюты контролируются не с помощью каких-либо головных организаций, вроде банков или инвестиционных фондов. Механизм защиты обеспечивается математическими принципами, деньги легко переводить, хранить, расплачиваться ими, но украсть их крайне сложно.

Именно эта безопасность, а также отсутствие у государства отслеживать такие переводы (что имеет как положительное, так и отрицательное значение) мотивировали создателя Биткоина - Сатоши Накамото - создать новый вид денег, первая эмиссия которых была произведена 3 января 2009 года.

Ниже, в таблице 1, представлена ценовая динамика Биткоина, усреднённая по годам, в американских долларах [2]. Она расскажет об одном из главных показателей любого финансового актива- его рыночной цене в основной мировой валюте. Для удобства наблюдения за динамикой используются цепные коэффициенты, приведённые в %.

Таблица 1.

Ценовая динамика Биткоина по годам, в $

Годы	**Цена 1 Биткоина, в $.**	**Цепной К, в %**
2009	0,01	
2010	0,2	2000
2011	31	15500
2012	40	130
2013	900	2250
2014	300	-66
2015	350	120
2016	600	171
2017	9000	1500
2018	20000	222

Как видно из таблицы 1, Биткоин рос практически всё время своего существования. Важно отметить силу и скорость роста- до 15,6 раз за 1 год! Такая волатильность позволяет, с одной стороны, сделать вывод о спекулятивной привлекательности Биткоина, а с другой, говорит о малой

обеспеченности криптовалюты реальными активами, которые не позволили бы цене так быстро меняться в разы. Иными словами, за рассматриваемый период Биткоин имеет скорее спекулятивную природу ценовых изменений и рос преимущественно за счёт веры в него тех, кто хотел сыграть на разнице в цене.

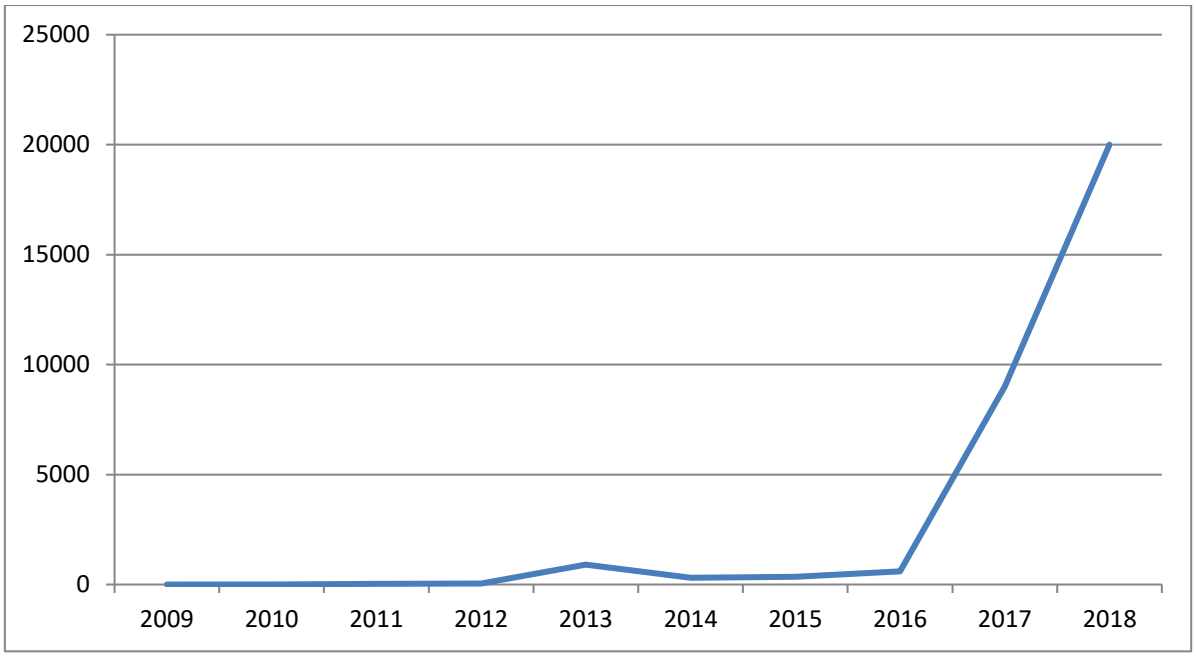

Рисунок 1. Ценовая динамика Биткоина за 2009-2018 гг., в $

График визуально отражает разницу между темпами роста цены в периодах 2009-2014 гг. и 2016-2018 гг. Так, за последний период рост цены Биткоина составил более 400 % от роста за все предыдущие годы. Скорее всего, это объясняется увеличением известности Биткоина и рост интереса к нему в финансовых кругах. Так, по данным Coinspot, в марте 2016 года среди инвесторов в Биткоин присутствовали такие фирмы, как Visa, IBM и Seagate. Некоторые компании заинтересовались Биткоином в качестве посреднической роли между банковскими инвестициями и бизнес-стартапами [3].

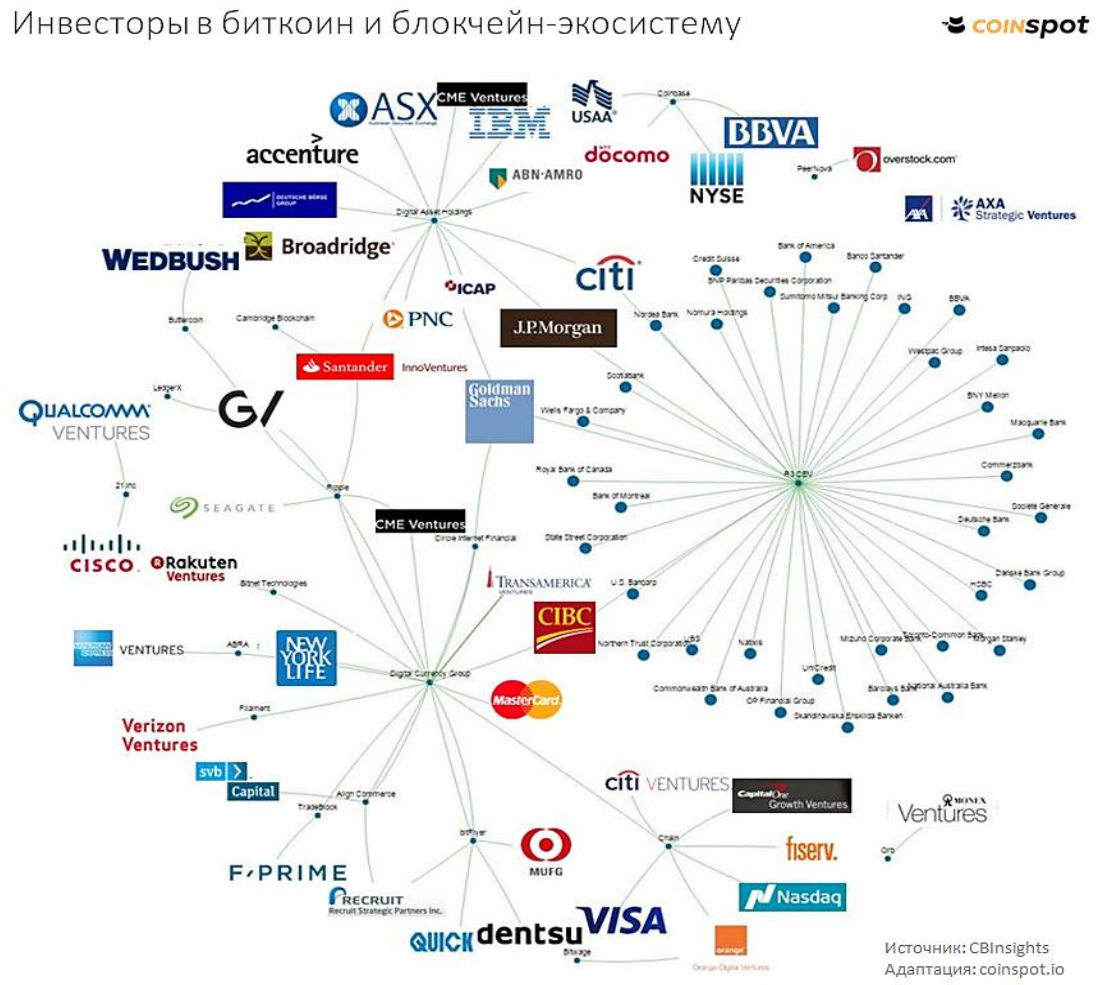

Рисунок 2. Инфографика основных инвесторов в Биткоин и блокчейн-систему по состоянию на март 2016 года [1]

Инфографика, представленная консалтинговым ресурсом CBInsigts, наглядно иллюстрирует инвестиционную активность внутри системы Биткоина. Можно предположить, что именно эти инвестиции стали ответственными за тот невероятный рост цены Биткоины, который мы могли наблюдать в период 2016-2018 гг. Важно отметить факт быстрого изменения роли Биткоина. Являясь в 2006 году проектом энтузиастов, целью которых были безопасные и быстрые денежные переводы, криптовалюта стала одним из наиболее инвестиционно привлекательных финансовых ресурсов.

Таким образом, планирующим купить Биткоин стоит помнить о двух основных факторах:

- перспективы невероятного роста
- сильная волатильность

Не стоит также забывать, что Биткоин при всей своей технической новизне и совершенстве по сравнению и традиционными деньгами и иными финансовыми активами, крайне нестабилен, и неизвестно, как будет развиваться его история в ближайшие годы. Не исключена вероятность краха Биткоина, вызванного потерей доверия к нему со стороны как крупных, так и мелких инвесторов. Отсутствие обеспеченности этой криптовалюты более стабильными финансовыми активами, что характерно традиционным деньгам, делает крупные инвестиции в Биткоин достаточно рискованным занятием, сулящим, однако, более чем двухкратные доходы, если рост продолжится в ближайшие годы.

Список литературы:

1. Консалтинговый ресурс Cbinsights [Электронный ресурс] URL.: www.cbinsights.com, дата последнего обращения: 30.12.2018.
2. Рыночные Капитализации Криптовалют CoinMarketCap [Электронный ресурс] URL:. www.coinmarketcap.com, дата последнего обращения: 30.12.2018.
3. Ресурс о цифровых валютах, финтех-трендах и финансовых инновациях CoinSpot [Электронный ресурс] URL:. https://coinspot.io/, дата последнего обращения 31.12.2018.

ДИАГНОСТИКА ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

Ахтямова Алина Амировна
студент, кафедра управления персоналом, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»,
РФ, г. Оренбург
E-mail: aaakhtyamova05@mail.ru

Шестакова Елена Валерьевна
научный руководитель, д-р экон. наук,
доц. кафедры кафедра управления персоналом, сервиса и туризма,
РФ, г. Оренбург

АННОТАЦИЯ

В статье представлена методика оценки организационной культуры и проведен ее анализ на примере предприятий нефтегазовой отрасли. Данная методика должна помочь руководителям и HR-специалистам оценить существующую в компании культуру и, если она не соответствует бизнес-целям, принять меры для ее корректировки.

Ключевые слова: организационная культура, оценка организационной культуры, методика оценки организационной культуры

В настоящее время во многих компаниях идет переход к системе управления по ценностям и повышается внимание к влиянию элементов организационной культуры на эффективность деятельности компании. Начиная с XX в. организационную культуру считают одним из факторов эффективности. Однако, чтобы она действительно стала таковой, необходимо понять, какая культура существует в организации в данный момент и нужны ли какие-то изменения в ней.

Организационная культура в классическом виде представляет совокупность материальных, духовных, социальных ценностей, созданных и создаваемых сотрудниками компании в процессе трудовой деятельности. Она отражает неповторимость, индивидуальность компании.

Организационная культура формирует определенный имидж компании, отличающий ее от любой другой, обеспечивает репутацию на рынке и позволяет сохранять преданность клиентов, партнеров. Она формирует у сотрудников чувство уверенности и гордости за компанию, влияет на уровень текучести кадров, а также является средством, с помощью которого формируются и контролируются нормы поведения.

Одной из самых известных методик оценки культуры является методика К. Камерона и Р. Куинна. Авторы назвали ее OCAI (Organizational Culture Asessment Instrument). Согласно данной методике, чтобы определить, каких ценностей и убеждений следует придерживаться в компании, необходимо [3, с. 87]:

1) оценить существующий тип культуры;

2) оценить тип культуры, который будет поддерживать стратегию компании;

3) разработать и реализовать план мероприятий по изменению корпоративных ценностей.

Проведем анализ организационной культуры предприятий нефтегазовой отрасли. Основной вид деятельности предприятий – добыча и переработка нефти, газа и газового конденсата. Для анализа организационной культуры нефтегазовой отрасли рассмотрим следующие предприятия: ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Газпром», ПАО «Лукойл», ПАО «Сургутнефтегаз», ПАО «Татнефть».

Анализ организационной культуры проведем по методике К. Камерона и Р. Куинна конкурирующей ценности организационной культуры. С этой целью сотрудники организации заполнили анкеты, которые включают 6 блоков вопросов в двух измерениях – «теперь» и «предпочтительно» [4, с. 36].

Построение графика осуществлялось на основе исходных данных после проведенного анкетирования. В анкете дается перечень основных характеристик, позволяющих определить тип организационной культуры присущий выбранной отрасли, представленную в таблице 1.

Таблица 1.

Анкета «Оценка организационной культуры» по методике К. Камерона и Р. Куинна в предприятиях нефтегазовой отрасли

1	**Важнейшие характеристики**	Теперь	Предпочти-тельно
A	Организация уникальна по своим особенностям, подобна большой семье; люди имеют много общего	20	30
B	Организация очень динамична и проникнута предпринимательством; люди готовы жертвовать собой и идти на риск	15	15
C	Организация ориентирована на результат, на выполнение задания; люди ориентированы на соперничество и достижение цели	40	40
D	Организация жестко структурирована и строго контролируется	25	15
	Всего	100%	100%
2	**Общий стиль лидерства в организации**	Теперь	Предпочти-тельно
A	Является примером мониторинга, стремления помочь и научить	15	20
B	Служит примером предпринимательства, новаторства, склонности к риску	15	30
C	Является примером деловитости, агрессивности, ориентации на результат	45	30
D	Служит примером координации, четкой организации	25	20
	Всего	100%	100%
3	**Управление наемными работниками**	Теперь	Предпочти-тельно
A	Поощрение командной работы, единодушие	40	40
B	Поощрение индивидуального риска, новаторства	25	25
C	Высокая требовательность, жесткое стремление к конкурентоспособности, поощрение достижений	25	20
D	Гарантия занятости, требование подчинения, предсказуемость и стабильность в отношениях	10	15
	Всего	100%	100%
4	**Связующая сущность организации**	Теперь	Предпочти-тельно
A	Организацию связывают воедино преданность делу и взаимное доверие.	10	30
B	Организацию связывает воедино приверженность новаторству и совершенствованию	45	35
C	Организацию связывают воедино акцент на достижении цели и выполнении задач	35	25
D	Организацию связывают воедино формальные правила и официальная политика	10	10
	Всего	100%	100%
5	**Стратегические цели**	Теперь	Предпочти-тельно
A	Гуманное развитие, высокое доверие, открытость	10	10
B	Обретение новых ресурсов, решение новых проблем, апробация нового	35	40
C	Конкурентное действие, стремление к победе на рынке	45	40
D	Неизменность, стабильность, рентабельность, контроль, плавность всех операций	10	10
	Всего	100%	100%

Окончание таблицы 1.

6	**Критерии успеха**	Теперь	Предпочти-тельно
A	Развитие человеческих ресурсов, бригадная работа, увлеченность работников делом, забота о людях	25	30
B	Обладание уникальной или новейшей продукцией, лидерство, новаторство	20	20
C	Победа на рынке, опережение конкурентов, лидерство	50	45
D	Рентабельность, плавные планы-графики, низкие производственные затраты	5	5
	Всего	100%	100%

Каждый из шести вопросов, включенных в инструмент OCAI, предполагает четыре альтернативы ответов, соответствующих одному из выделенных типов организационной культуры (адхократическому, рыночному, бюрократическому или клановому). Между этими четырьмя альтернативами распределяются 100 баллов в том весовом соотношении, которое в наибольшей степени соответствует организации.

После заполнения анкеты, математическим методом с помощью соответствующей формулы (1), были найдены средние значения по каждой из характеристик с учетом всех показателей (таблица 2).

$$\overline{X} = \frac{X_1 + X_2 + ... + X_n}{N} = \frac{\sum X}{N}, \qquad (1)$$

где: $\overline{X}$ - среднее арифметическое,

X_1 - значение переменной,

N - количество значений.

Таблица 2

Среднее арифметическое значение по каждому показателю оценки организационной культуры

Теперь		**Предпочтительно**	
A (клан)	20	A (клан)	26,7
B (адхократия)	25,8	B (адхократия)	27,5
C (рынок)	40	C (рынок)	33,3
D (бюрократия)	14,2	D (бюрократия)	12,5

Полученные данные были использованы для построения профиля организационной культуры компании (рисунок 1).

Сплошная линия отражает то, как оценивают настоящую организационную культуру, а пунктирная – то, какой, по мнению сотрудников, она должна быть.

Исходя из полученных данных, следует вывод, что имеющаяся на данный момент организационная культура в предприятиях нефтегазовой отрасли соответствует той организационной культуре, которые сотрудники хотели бы видеть в фирме, а именно рыночной культуре, это означает, что сотрудники удовлетворены работой в данных предприятиях.

Для рыночной культуры характерно:

- перспективная стратегия нацелена на конкурентные действия, решение поставленных задач и достижение измеримых целей;
- лидеры – твердые руководители и суровые конкуренты, они непоколебимы и требовательны;
- репутация и успех являются общей заботой и главной ценностью;
- важны конкурентное ценообразование и лидерство на рынке.

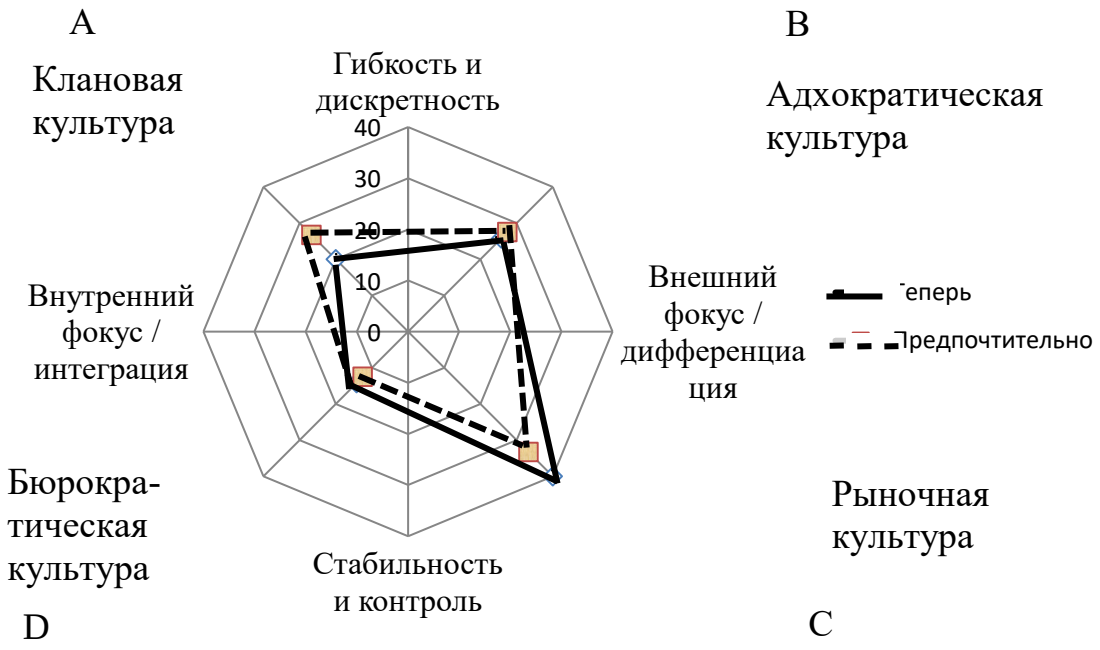

Рисунок 1. Общий профиль организационной культуры в предприятиях нефтегазовой отрасли

Наименьшие проявления – черты бюрократической организационной культуры, для которой характерно:

- лидеры гордятся тем, что они – рационально мыслящие координаторы и организаторы;
- важно поддерживать плавный ход деятельности организации;
- долгосрочные заботы организации состоят в обеспечении стабильности и показателей плавного хода рентабельного выполнения операций;
- успех определяется в терминах надежности поставок, плавных календарных графиков и низких затрат.

Проанализировав общий профиль организационной культуры, можно сделать вывод, что нынешняя и предпочтительная организационная культура для данных предприятий - рыночная организационная культура.

Следует отметить, что одним из преимуществ данной методики является то, что вместе с оценкой текущего состояния организационной культуры опрашиваемым предлагается в той же форме описать предпочтительный профиль, что особенно полезно при проектировании изменений культуры.

Список из шести содержательных измерений не является, конечно, исчерпывающим, но в целом он достаточен для адекватного представления типа культуры, который наблюдается в организации.

Применение методики К. Камерона и Р. Куинна также уместно при анализе трансформации организационной культуры: сопоставляя полученные в разные периоды профили и анализируя причины изменений, можно получить представление о процессах, протекающих в культуре компании.

Таким образом, какой бы успешной не была компания, постоянно нужно проводить исследование организационной культуры. Любое негативное изменение может снизить эффективность деятельности, так же как любое правильное мероприятие по совершенствованию поможет увеличить производительность, повысить результаты. В скором времени все компании столкнутся с необходимостью правильно подходить к построению организационной культуры,

постоянно совершенствовать методы взаимодействия с сотрудниками, ставить интересы, ценности людей на первое место и достигать общих целей через позитивное взаимодействие.

Список литературы:

1. Грищенкова Я.С. Корпоративная культура как компонент стратегии инновационного развития на примере ПАО «НК «Роснефть» // Научный альманах. – 2016. – № 4. – С. 63- 69.
2. Камерон К., Куинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. СПб: Питер, 2001. – 320 с.
3. Сидорова В.Н. Организационная культура как фактор эффективности компании // Управление корпоративной культурой. – 2013. – № 2. – С. 86-94.
4. Соломанидина Т.О. Организационная культура в таблицах, тестах, кейсах и схемах: учебно-методические материалы. М.: ИНФРА-М, 2011. – 395 с.
5. Шестакова Е.В. Управление персоналом организации: учебное пособие. Оренбург: ОГУ, 2012. – 62 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ БИТКОИНА (BITCOIN, BTC) И ПЕРСПЕКТИВЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ БЛОКЧЕЙН (BLOCKCHAIN)

Брынза Артур Олегович
магистрант экономического факультета
Приднестровского Государственного Университета им. Т.Г. Шевченко,
РФ, Приднестровье, г. Тирасполь,
E-mail: arturchik69515@gmail.com

Аннотация. В данной статье рассматривается механизм функционирования современных криптовалют на примере Биткоина (Bitcoin, BTC), оцениваются проблемы и перспективы взаимодействия Биткоина и мировой финансовой системы. Отдельно рассматривается технология Блокчейн и возможность её применения в различных сферах, а также её плюсы и минусы.

Ключевые слова: криптовалюта, биткоин, блокчейн, эмиссия, центральный банк.

Восемь лет назад американец Ласло Ханеч первым в мире совершил обмен биткоинов на реальный товар — за 10 000 виртуальных биткоинов он купил две реальные пиццы. Сегодня о Блокчейн и Биткоин мы слышим едва ли не каждый день. Это будущее, которое уже наступило, но в котором мы пока мало что понимаем. Что такое Биткоин? Какое отношение он имеет к технологии Блокчейн и зачем вообще нужны криптовалюты? Поговорим обо всём по порядку.

Криптовалюта - это вид электронных денег, который функционирует на основе технологии Блокчейн. По сути, они обладают свойствами, идентичным другим разновидностям электронных денег, но их качественное отличие от остальных — в двух уникальных преимуществах [1].

Во-первых, криптовалюты позволяют осуществить оплату чего-либо на любую сумму. Никто и ничто не сможет помешать вам оплатить услугу стоимостью 0,001 копейки, но заплатить ее кэшем или карточкой невозможно. Обычно продавцы говорят, что транзакция на незначительную сумму им

экономически невыгодна. А криптовалютой заплатить 0,001 копейки так же просто, как и 1 млн рублей.

Второе преимущество — размер комиссии. В криптовалютах она настолько мала, что выгодна абсолютно для любого бизнеса. Например, вы хотите, чтобы вам платили за просмотр одной страницы вашего сайта. Современные платежные системы и традиционные электронные деньги не дают такой возможности, а реализовать это с помощью криптовалюты — просто.

Мизерная комиссия и отсутствие нижнего порога суммы — два ключевых преимущества криптовалют. Раньше еще одним их преимуществом была анонимность, но сейчас все серьезные системы уходят от этого [2].

Bitcoin - это новое поколение децентрализованной цифровой валюты, созданной и работающей только в сети интернет. Её никто не контролирует, эмиссия валюты происходит посредством работы миллионов компьютеров по всему миру с использованием программы для вычисления математических алгоритмов. Именно в этом заключается суть биткоина. Биткоин возник, как децентрализованная сеть, в которой нет условного Центрального банка.

В любой стране есть Центральный банк, который в случае нехватки денег может их напечатать. В Биткоин это невозможно, эмиссия здесь ограничена, и больше определенного количества ты никогда не напечатаешь. Это позволяет ему обладать очень четким эквивалентом стоимости. И поэтому курс Биткоин растет: все понимают, что невозможно просто так напечатать сколько угодно новых биткоинов [3].

Всего может быть выпущено ровно 21 000 000 Биткоинов и не одним больше. Это строгий предел, к которому постепенно будет стремится их количество. На начало 2014 года насчитывается около 12 000 000 BTC, на начало 2017 года 16 000 000, на начало 2018: 16 773 400. Причем процесс создания известен и даже построена кривая, по которой можно определить дату создания самой последней монеты (Рис. 1).

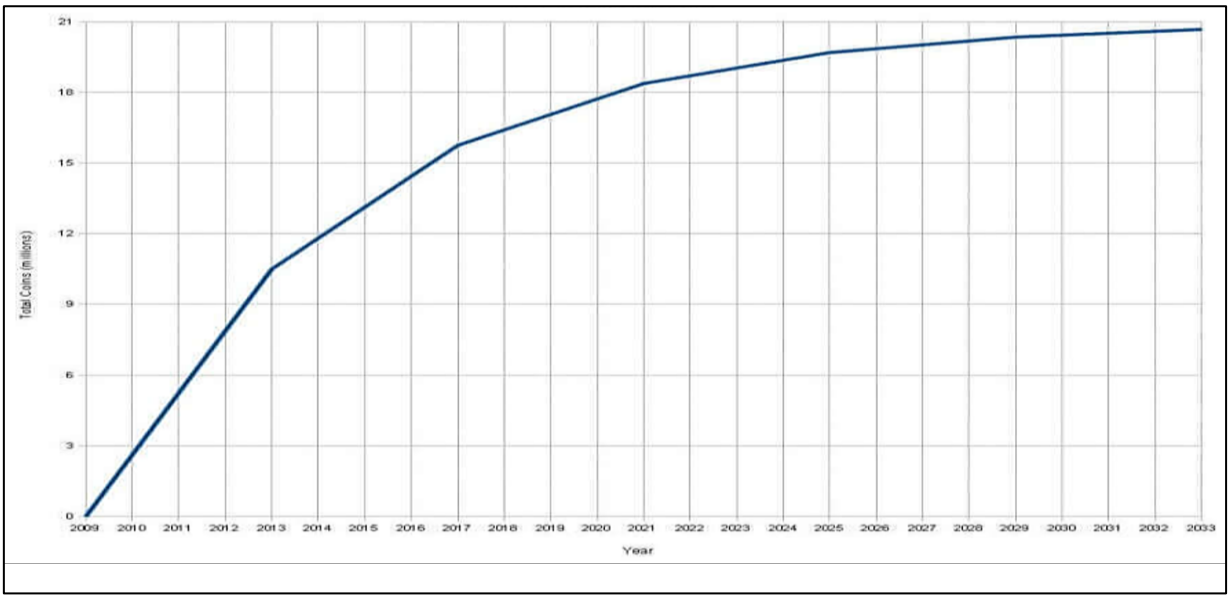

Рисунок 1. График создания плана Биткоина [4]

Может показаться, что 21 миллион, это очень мало для всего мира. Однако здесь есть выход. Дело в том, что Биткоин делится на более мелкие единицы — Сатоши. 1 Сатоши = 0.00000001 BTC. Благодаря этому, можно отправлять сколько угодно малые величины криптовалюты.

Несмотря на то, что количество криптовалюты становится каждый день все больше, их курс к реальным деньгам за последнее время довольно резко идет вверх (Рис. 2).

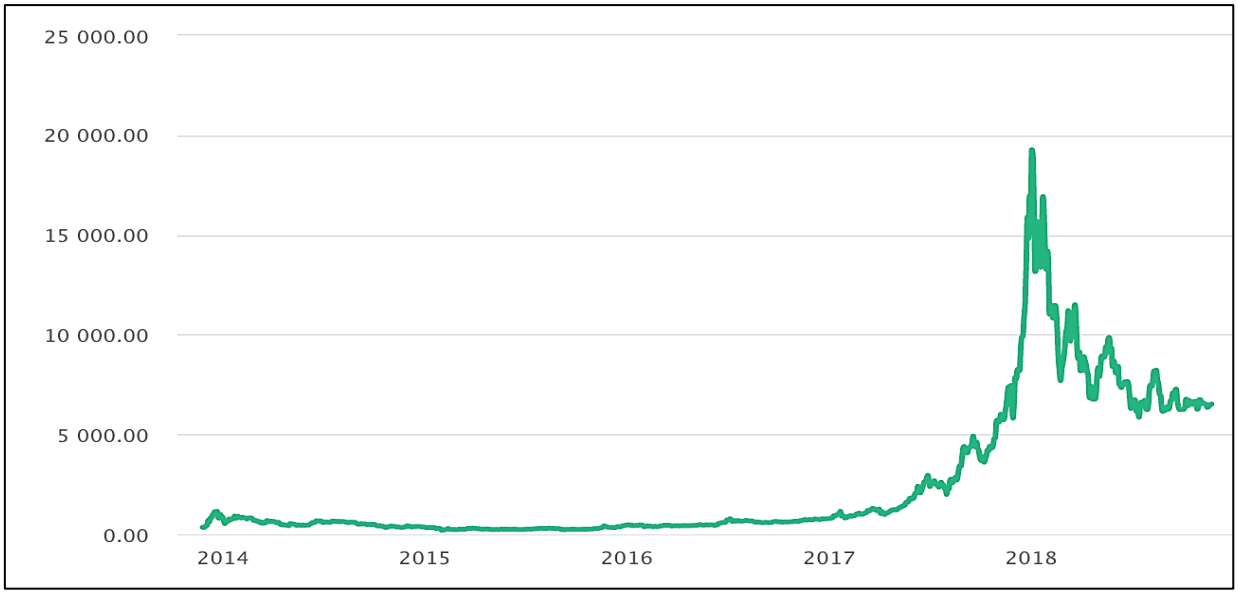

Рисунок 2. Курс BTC по отношению к доллару США за последние несколько лет [5]

Как мы видим пик стоимости Биткоина пришелся на конец 2017 года, его стоимость тогда составляла около 19 000 - 20 000 долл. США за 1 BTC. Сегодня его стоимость остановилась на отметке 3 000 - 4 000 долл. США за 1 BTC. Законы рынка криптовалют очень схожи с теми, которые действуют на фондовом или валютном рынке. Так, курс биткоина определяется в первую очередь изменяющимся спросом и предложением на него, при этом наиболее заметные колебания стоимости провоцируют участники, обладающие солидными активами. Именно их действия провоцируют рост количества желающих приобрести виртуальную валюту или как можно скорее избавиться от неё. При повышении спроса растет и курс биткоина, соответственно, при снижении объема торгов по сравнению с привычным уровнем – падает. Ещё один способ резко изменить курс биткоина – распространить информационный повод, который будет свидетельствовать о повышении его инвестиционной привлекательности или наоборот – о решениях и событиях, которые несут в себе негативные последствия. Иными словами, больше всего на курс Биткоина влияют спекулятивные операции [6].

На курс Биткоина также влияет и неуверенность в традиционных валютах и других активах — золоте, долларе, евро и прочих. Чем хуже дела у них, тем лучше у Биткойна. И наоборот. Это если объяснять совсем просто. Ко всему, доллар вы можете продать в любой момент, а Биткоин — когда на него будет спрос. Совокупность этих факторов и влияет на его курс [7].

На мой взгляд Биткоин можно сравнить с сырьевыми активами. Если посмотреть на ценные бумаги, то по определению они имеют обязательства. Если взять валюту, например доллар, то это обязательство правительства США. У сырьевых активов нет подобных обязательств. Это буквально просто "голые" активы. Если посмотреть на биткоин в таком свете, то, на мой взгляд, он немногим отличается от золота, главное его отличие от золота - это отсутствие потребительной стоимости. При этом не вполне понятно, почему к биткоину возникла такая враждебность со всех сторон.

Главный серьезный фактор, который говорит против биткоина, – это его низкая ликвидность. Золото — самый ликвидный из существующих активов. Его можно в любое время обменять на наличные, его стоимость не привязана к границам какого-то отдельного государства. Золото есть золото — куда бы вы ни поехали, его можно обменять на любую валюту. Чего не скажешь о криптовалютах. Несмотря на то что цифровые деньги много где принимают, но до массовости и широкого распространения им еще далеко [8].

Ликвидность золота обеспечивается огромным рынком. Чем больше рынок актива, тем выше его ликвидность. Согласно Всемирному совету по золоту (World Gold Council), общая стоимость всего когда-либо добытого золота составляет около $7.8 трлн. Общая капитализация биткоина составляет около $70 млрд. Именно нехватка ликвидности приводит к волатильности, которая многих беспокоит в связи с биткоином [9].

Итак, плюсы Биткоина следующие:

- отсутствие контроля;
- относительная анонимность;
- минимальные комиссии;
- надежность;
- невозможность двойной транзакции;
- ограниченная эмиссия выпуска;
- прозрачность переводов;
- скорость транзакции.

Но помимо плюсов у Биткоина есть и определенные минусы:

1. большие риски в связи с необеспеченностью;
2. сильные колебания курса стоимости;
3. нелегальные операции с использованием Биткоин [10].

Экономистов больше всего интересует не сам Биткоин, а технология блокчейн. **Blockchain**—это распределенная база данных или распределенный реестр, технология, на базе которой построен Bitcoin. Но есть, пожалуй, десятки других способов использования блокчейна в отрыве от криптовалют.

Есть смельчаки, которые называют блокчейн главным технологическим прорывом со времен изобретения интернета.

Если не вдаваться в технические нюансы, то сам принцип работы блокчейна довольно прост. Его можно представить как учетную книгу, которая есть у каждого участника события и которая постоянно обновляется. По сути, в эту книгу можно вписать любое событие—от финансовых операций с крипто-валютами Bitcoin, Etherum и т. д. до результатов голосования на выборах президента или идентификационных данных.

Главное преимущество блокчейна в том, что страницы (читай блоки) этой книги одновременно хранятся у всех пользователей сети, постоянно обновляются и ссылаются на старые страницы. И если кто-то попытается обмануть систему, вырвав или вклеив в книгу какую-то страницу, то система сразу же обратиться к десяткам тысяч других версий этой книги и обнаружит несоответствие в структуре блоков [11].

Базовая система блокчейна представляет из себя постоянно растущую последовательность блоков, которые разделяются между участниками с помощью пиринговых сетей (peer to peer), которыми большинство людей пользуются для скачивания и раздачи торрентов.

В каждый блок добавляется временная отметка (хэш-сумма), которую проще всего представить как уникальный отпечаток пальца. Эти блоки строго в определенном порядке складываются в цепочки («blockchain»—буквально «цепь блоков»). Если попытаться переставить последовательность блоков, то система отвергнет цепь из-за несоответствия структуры и хеш-суммы.

Чтобы никто не мог изменить временную отметку и пересчитать хэш-сумму, которая будет правильной с точки зрения системы, блокчейн использует несколько способов защиты: Proof of Work (PoW, доказательство работы) и Proof of Stake (PoS, доказательство владения).

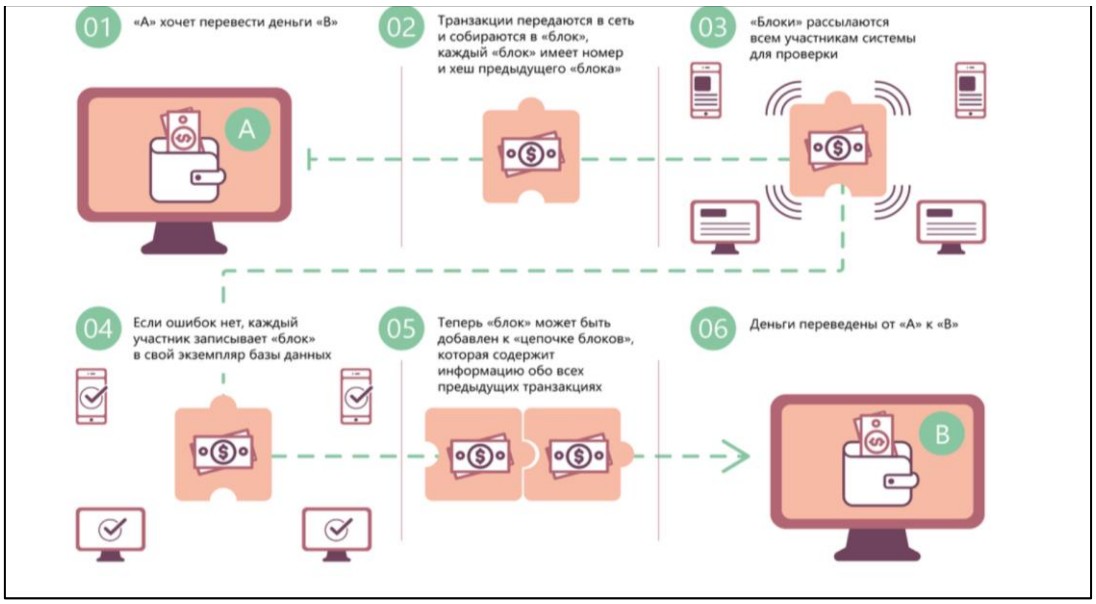

Рисунок 3. Как работает блокчейн (на примере электронных денег) [12]

Все эти хитрости предоставляют множество плюсов для пользователей системы. Участники транзакции не могут обмануть друг друга. В ней не нужны посредники вроде банка. В ней нет центрального узла, разрушив который можно сбить с ног всю систему. Все операции прозрачны для ее участников так как все данные вносятся в одну базу.

Помимо криптовалют, технология блокчейна уже привлекает даже старые финансовые институты. По данным фонда Santander Innoventures на конец 2016 года было зарегистрировано более 25 стартапов с использованием блокчейна в финансовых технологиях.

Второй способ использования системы—это умные контракты, которые вырезают из уравнения множество юридической волокиты. Например, электронный нотариус Stampery заверяет сделки с помощью блокчейна.

Еще один интересный способ использования—это сфера авторского права и личных данных. Сервис Ascribe помогает художникам и другим творческим людям подтвердить своё авторство с помощью блокчейна. Стартапы вроде Civic и UniquID Wallet позволяют людям с помощью блокчейна и биометрической защиты создавать цифровые ID, которые невозможно подделать и которые в будущем могут заменить обычные удостоверения личности.

Медицина также является одной из сфер, где хранение и обработка данных является одним из ключевых факторов. Блокчейн-технологии позволяют заносить в карту пациента все данные, а доступ к ним смогут получить, при необходимости, даже врачи другого города или страны (например, если пациент был вынужден обратиться в медучреждение во время отдыха или командировки).

Интересным фактом является то, что по итогам прошедших выборов президента РФ председатель ЦИК Элла Памфилова предположила что технология блокчейн может помочь предотвратить фальсификации на выборах. Здесь речь идет о том, чтобы защитить с помощью блокчейна досрочное голосование - одну из наиболее проблемных процедур на любых выборах.

В целом, областей применения блокчейна вагон и маленькая тележка — от торговли алмазами и золотом, до создания систем распределения энергии и систем президентских/парламентских голосований [13].

Именно поэтому Блокчейн бесспорно окажет драматическое воздействие на государственное электронное управление и всю финансовую систему. Главное, что необходимо понять — невозможно переоценить важность Блокчейна в этом процессе. Абсолютно все управленческие процессы и системы, которые нас окружают, постепенно перейдут к ее использованию.

Хотя многие эксперты сравнивают революционность технологии блокчейна по уровню с созданием самого интернета, проблем у нее тоже немало [14].

Во-первых, для внедрения блокчейна нужно перестраивать большие системы с большим количеством участников. Каждая система стремится сохранить свои свойства и структуру, противясь изменениям. Поэтому начинать внедрять блокчейн проще с малого. Как это делает правительство Швеции, которое потихоньку переводит земельный кадастр на блокчейн.

Во-вторых, блокчейн никак не регулируется законодательной базой и пока весьма далек от этого. «Чтобы технология приобрела доверие, она должна соответствовать стандартам. Нет стандартов—нет соответствия».

В-третьих, для поддержки технологии блокчейна нужно большое количество вычислительной мощности и энергии. Эксперты прогнозируют, что затраты электричества на поддержку биткоина могут к 2020 году достигнуть уровня потребления Дании.

Но следует отметить, что Блокчейн — это одна из главных технологий IV-й Промышленной революции. Кстати, она продлится десять-пятнадцать лет, не более. Учитывая, что I-я и II-ая Промышленные революции длились около 100 лет, а III-я около 35 лет, изменение динамики выглядит впечатляюще и мы видим, насколько быстро меняется мир [15].

Можете ли вы сейчас представить свою жизнь без таких компаний, как Google, Apple, Twitter, Facebook и так далее? Наверно можете, но это достаточно трудно, а ведь 15 лет назад этих компаний либо не было, либо они были неизвестны, либо они не были для нас сильно значимы.

Теперь вспомните такие компании, как Kodak, Nokia, Sony Ericsson, MySpace и многие другие. Ведь еще 15 лет назад мы и представить не могли свое существование без них, а сегодня эти компании почти полностью исчезли. Например MySpace была когда-то крупнейшей социальной сетью, номер один в мире, а сегодня о ней даже мало кто знает.

На фоне того, как быстро меняются технологии в различных сферах, перспективы технологии блокчейн выглядят довольно радужно и возможно совсем скоро без этой технологии не смогут обойтись многие сферы нашей жизни.

Таким образом, криптовалюты стали новым витком развития финансовых отношений. Появились как новые способы расчета, так и новые способы защиты. На мой взгляд, недоверие к Биткоинам связано с их относительной новизной. Необходимо время, прежде чем станут очевидны положительные стороны. Криптовалюты постепенно проникают в сферу финансов. Главное — мы можем не только наблюдать за прогрессом в области информационных технологий, но и стать его равноправными участниками, при этом уделив наибольшее внимание организации действий именно пользователей. Только таким образом возможно контролировать спекуляции на рынке в цифровую эру.

Список литературы:

1. «Это отличный способ хранения денег». Вячеслав Кунев о том, как устроена криптовалюта Биткоин. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http:// newsmaker.md/rus/novosti/eto-otlichnyy-sposob-hraneniya-deneg-vyacheslav-kunev-o-tom-kak-ustroena-kriptoval-30357 (Дата обращения: 20. 03. 2018).
2. Биткоин как новый этап либерализации финансовой сферы. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/v/bitkoin-kak-novyy-etap-liberalizatsii-finansovoy-sfery (Дата обращения: 21. 03. 2018).
3. Bitcoin. Как это работает. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://habrahabr.ru/post/114642/ (Дата обращения: 18. 02. 2018).
4. В мире уже добыто 2/3 всех Bitcoin. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://news.finance.ua/ru/news/-/348007/v-mire-uzhe-dobyto-2-3-vseh-bitcoin (Дата обращения: 19. 02. 2018).
5. Курс Биткоина по отношению к доллару США. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.rbc.ru/crypto/currency/btcusd (Дата обращения 22. 03. 2018).
6. Что влияет на курс биткоина и как его предсказать? [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://optitrader.ru/chto-vliyaet-na-kurs-bitkoina-i-kak-ego-predskazat/ (Дата обращения: 22. 01. 2018).
7. От чего зависит курс биткоина. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://weekend.rambler.ru/read/38910831-ot-chego-zavisit-kurs-bitkoina/?updated (Дата обращения: 15. 03. 2018).
8. Goldman Sachs: биткоин – это сырье, как и золото. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.vestifinance.ru/articles/94475 (Дата обращения: 12. 03. 2018).
9. Золото против Биткоинов: доводы в пользу золота набирают силу. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://goldenfront.ru/articles/view/ zoloto-protiv-bitkojnov-dovody-v-polzu-zolota-nabirayut-silu/ (Дата обращения: 14. 02. 2018).
10. Преимущества и недостатки инвестиций в криптовалюту. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://coinews.io/ru/category/3-bitkoin/article/ 480-preimushhestva-i-nedostatki-investicij-v-kriptovaljutu (Дата обращения: 10. 02. 2018).
11. Герман Греф: блокчейн дал потрясающие результаты проектам Сбербанка. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://forklog.com/german-gref-blokchejn-dal-potryasayushhie-rezultaty-proektam-sberbanka/ (Дата посещения: 10. 03. 2018).
12. Что такое блокчейн, и как это работает. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://revolverlab.com/how-its-works-blockchain-6d0355c43bfc (Дата обращения: 18. 03. 2018).

13. Греф: блокчейн перевернет все индустрии. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://moscow.bc.events/ru/article/gref-blokcheyn-perevernyot-vse-industrii-32544 (Дата обращения: 11. 03. 2018).
14. Что такое блокчейн? Преимущества и недостатки технологии. [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://deminv.ru/investitsii-v-kriptovalyutu/kriptovaluti/188-chto-takoe-bictoin-cash (Дата обращения: 05. 03. 2018).
15. Вячеслав Кунев: Блокчейн. Новая волна в режиме 4.0. [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://brw.md/blokchejn-novaya-volna-v-rezhime-4-0/ (Дата обращения: 17. 03. 2018).

КРИПТОВАЛЮТЫ В СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЗДАНИЯ МАЙНИНГОВЫХ ФЕРМ В ПРИДНЕСТРОВЬЕ

Греку Мария Сергеевна
магистрант,
экономический факультет ПГУ им. Т.Г. Шевченко,
РФ, г. Тирасполь
E-mail: grecu.maria.1096@gmail.com

Интенсивное развитие информационных технологий, их внедрение и применение во всех сферах экономики привели к появлению нового инструмента, позволяющего существенно упростить осуществление платежей за товары и услуги, а также сокращать валютные риски крупных компаний.

Таким инструментом стали ***криптовалюты*** – цифровые (виртуальные) валюты, базирующиеся на математических принципах, которые защищены с помощью криптографических методов. Учет и хранение криптовалют, как правило, децентрализованы, цифровая валюта эмитируется непосредственно в сети.

Получение или «добыча» криптовалюты осуществляется посредством майнинга, которых предполагает выделение вычислительных мощностей для проверки и осуществления транзакции криптовалюты, за который выплачивается определенное вознаграждение. Добыча криптовалюты предполагает затраты на приобретение высокопроизводительного современного оборудования и электроэнергию для обеспечения его работы. Следовательно, виртуальные криптовалюты имеют в своей основе материальные ресурсы.

Для покупки и продажи различных видов криптовалют уже функционируют криптовалютные биржи, а для их обмена на фиатные деньги существуют различные обменные сервисы, патент на один из которых в декабре 2017 года зарегистрировал Bank of America [1]. Наряду с этим постепенно расширяется и область непосредственного применения криптовалюты в качестве платёжного средства. Сегодня биткоины принимают многие интернет-магазины, в том числе и один из крупнейших онлайн ретейлеров – Overstock, а также некоторые

корпорации, например, Microsoft и Dell (один из главных производителей персональных компьютеров и серверного оборудования) [2].

Число майнеров – тех, кто добывает криптовалюту, неуклонно растет. Криптовалюты каждый день растут в цене. Очень сложно назвать точное число существующих криптовалют, их около шести тысяч, некоторые пропадают навсегда и забываются, взамен им появляются новые. Причиной такого распространения является то, что каждый может их создавать. Из-за этого существуют и мошенники, которые собирают большое количество денег и обманывают своих инвесторов [3].

Некоторые государства начали разработку собственных криптовалют. Например, Венесуэла 20 февраля 2018 года объявила старт предпродажи собственной криптовалюты El Petro, которая в отличие от уже имеющихся цифровых валют, непосредственно привязана к стоимости нефти на мировом рынке. Для обеспечения стоимости El Petro Венесуэла выделила нефтяное месторождение в районе реки Ориноко с доказанными запасами в пять миллиардов баррелей сырой нефти. В ходе первого раунда предпродажи El Petro были поданы заявки на покупку на 5 млрд. дол. [4]. Собственная криптовалюта позволит Венесуэле получить доступ к иностранной валюте, возможность приобретать товары и услуги на мировом рынке (из-за санкций, введенных США, страна испытывает дефицит долларов).

Заинтересовавшись успешным опытом Венесуэлы в Иране планируют выпустить свою криптовалюту, которая будет обеспечена существующими финансовыми резервами страны [5]. К середине 2019 года Российская Федерация планирует запустить свою криптовалюту, которая будет использоваться для привлечения иностранных инвестиций. Крипторубль будет является аналогом валюты РФ и равняться одному обычному рублю. Уже не раз о создании собственной регулируемой криптовалюты высказывался Народный Банк Китая. Планируется, что китайская криптовалюта позволит Народному Банку Китая сократить издержки, расширить финансовые услуги среди жителей сельских районов, а также повысить эффективность денежной политики [4].

Самыми крупными криптовалютами являются Bitcoin, Ethereum, Ripple, Bitcoin Cash, Litecoin и др. Например, в 2009 году курс Bitcoin к доллару составлял 1300 биткоинов. В 2017 году он несколько раз успел обновить свой ценовой максимум, достигнув в декабре отметки более 19000 долларов за один биткоин [6]. Совокупная капитализация рынка криптовалют к концу 2017 года превысила 582 млрд. дол. [7].

Раньше возможность майнить цифровую валюту была у пользователей обычных персональных компьютеров. В настоящее же время для добычи криптовалют требуются колоссальные вычислительные мощности, требующие огромных денежных затрат, именно поэтому в мире появляется все больше так называемых майнинговых ферм, занимающихся «промышленным» майнингом криптовалют, некоторые из них занимают несколько этажей, представляя собой некий «завод по производству криптовалюты».

Такая тенденция не обошла стороной и Приднестровье. На фоне резко возросшей популярности использования криптовалют в Приднестровском Республиканском Банке изучают возможности использования криптовалют в ПМР. В ПРБ заявили, что в обозримом будущем в Приднестровье будет существовать своя собственная криптовалюта, которая будет выполнять роль фидуциарных денег [8]. Уже сейчас криптовалюту можно обменять и получить наличными в любом банке Приднестровья [9].

В сентябре 2017 года группа потенциальных инвесторов из Российской Федерации посетила ПМР, и среди прочих на встрече с представителями приднестровской власти обсуждались вопросы организации добычи криптовалют. Возможность создания в Приднестровье майнинговых ферм всерьёз заинтересовала российских инвесторов. Они отметили ряд преимуществ, существующих в Приднестровье, для создания такого рода бизнеса [9].

Главным преимуществом можно назвать наличие дешевой электроэнергии в Приднестровье, поскольку в республике имеются собственные профицитные генерирующие электроэнергию мощности. Данное преимущество можно назвать главным, так как стоимость электроэнергии составляет 30 % затрат на майнинг.

Таблица 1.

Цена электроэнергии в некоторых странах за кВт.ч. в дол. США по состоянию на июнь 2017 г. [10]

Страна	Цена электроэнергии (дол. США за кВт.ч.)
Приднестровье [11]	0,033
Молдова	0,104
Украина	0,035
Россия	0,054
Беларусь	0,060
Казахстан	0,035
Румыния	0,139
Болгария	0,105

Для добычи криптовалюты требуются огромные затраты электроэнергии. Расход электричества на майнинг биткоина в мире достигает около 42,4 тераватт-часов. Для сравнения: Новая Зеландия с населением 4,8 млн чел. расходует 41,4 ТВт·ч в год, а Перу с населением 32,2 млн чел. — 42,9 ТВт·ч [12]. Поэтому майнинговые фермы располагают в местах с дешевой электроэнергией.

Еще одним преимуществ территории Приднестровья является недорогой и быстрый интернет, позволяющий беспрепятственно осуществлять выход в сеть.

Таблица 2.

Скорость доступа в сеть интернет в некоторых странах по состоянию на октябрь 2017 г. [13]

Страна	Скорость доступа (Мбит/с)	Место в общем рейтинге
Молдова (с ПМР)	42.97	33
Россия	36.61	39
Украина	34.98	42
Беларусь	26.20	52
Казахстан	26.79	51
Польша	40.10	35
Латвия	45.40	29
Румыния	97.70	5
Болгария	44.91	30

Российские инвесторы также отмечают, что Приднестровье обладает законодательством, которое позволяет благоприятно развиваться и существовать бизнесу по добыче криптовалют [9].

31 января 2018 года Верховным Советом Приднестровья был принят закон «О развитии информационных блокчейн-технологий в Приднестровской Молдавской Республике». Согласно данному закону предусматривается создание целевых свободных экономических зон (СЭЗ). Иностранные юридические и физические лица, осуществляющие майнинговую деятельность, могут стать резидентами СЭЗ без образования юридического лица на территории ПМР. Для иностранных инвесторов особо привлекательным является обеспечение беспошлинного ввоза оборудования и беспрепятственного вывоза имущества и установление специальных тарифов на услуги энергоснабжения [14].

На базе торгово-промышленной палаты ПМР была разработана Концепция развития электронной коммерции в республике, которая направлена на трансформацию приднестровской экономики в новую «электронную» экономику, расширение возможностей малого и среднего бизнеса, рост экономики в целом, занятость и уровень доходов населения [15]. Реализация данной концепции поможет устранить излишние бюрократические барьеры для предпринимателей, улучшить деловую среду и будет способствовать росту объемов транзакций и товарооборота [16].

Также в настоящее время происходит активное изменение и совершенствование законодательства республики, которое позволит создать более благоприятные условия для ведения бизнеса по добыче криптовалют и иностранного инвестирования.

Вместе с этим происходит совершенствование налогового законодательства ПМР, посредством принятия мер по сокращению теневого сектора экономики, уменьшению плановых налоговых проверок, изменению схемы уплаты налогов, введению налогового мониторинга и т. д.

Помимо указанных выше преимуществ стоит отметить, что Приднестровье обладает достаточно квалифицированными трудовыми ресурсами, выгодным

географическим положением и благоприятными условиями для иностранных инвесторов.

Для Приднестровья создание майнинговых ферм также означает получение ряда выгод, таких как:

- использование криптовалюты позволит уйти от ряда рисков и ограничений, применяющихся в отношении ПМР со стороны европейских и американский банков;
- приток прямых иностранных инвестиций в республику;
- поступление в бюджет республики дополнительных налогов, пошлин на ввозимое оборудование, оплаты электроэнергии, арендной платы и т. д.;
- появление новых рабочих мест.

Изложенные выше преимущества использования и добычи криптовалюты позволяют сформировать следующие выводы:

1. Криптовалюты становятся все более заметным явлением в мировой экономике.

2. Движение криптовалют охватывает два направления как рост их числа и размеров портфеля, так и изменение рыночной стоимости электронной денежной единицы.

3. На мировом рынке растет интерес к криптовалютам, а биржи и финансовые организации все активнее включают их в свою сферу деятельности.

4. В Приднестровье низкие цены на электроэнергию создают хорошие предпосылки для создания майнинговых ферм и добычи криптовалют. Развитие такого бизнеса в республике позволит увеличить валютные поступления в государственный бюджет, активизирует информационное направление развития территориального экономического комплекса, будет способствовать росту жизненного уровня населения.

5. Возможно, развитие такого бизнеса в республике сделает её в будущем одним из центров финансовых транзакций с криптовалютой.

Список литературы:

1. Добкина Л. Bank of America регистрирует патент на сервис обмена криптовалют [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.insider.pro/topnews/2017-12-07/bank-america-registriruet-patent-na-servis-obmena-kriptovalyut/ (Дата обращения: 02.02.2018).
2. Ковалев А. Биткоины помогут прорвать банковскую блокаду Приднестровья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://novostipmr.com/ru/news/17-09-21/bitkoiny-pomogut-prorvat-bankovskuyu-blokadu-pridnestrovya (Дата обращения: 17.11.2017).
3. Кудрин предсказал, что в будущем исчезнет большинство криптовалют [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://incrussia.ru/news/kudrin-predskazal-chto-v-budushhem-ischeznet-bolshinstvo-kriptovalyut/ (Дата обращения: 02.02.2017).
4. Арянова Т. Будущее мировой финансовой системы: что нужно знать о национальных криптовалютах [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.insider.pro/analytics/2018-04-17/budushee-mirovoj-finansovoj-sistemy-chto-nuzhno-znat-o-nacionalnyh-kriptovalyutah/?topic=crypto_regulation (Дата обращения: 17.04.18).
5. Марчена И. Государственные криптовалюты: Венесуэла, Иран, Китай? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://vc.ru/33828-gosudarstvennye-kriptovalyuty-venesuela-iran-kitay (Дата обращения: 25.02.18).
6. Bitcoin price chart [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://charts.bitcoin.com/chart/price (Дата обращения: 02.02.2017).
7. Добкина Л. Обзор рынка криптовалют: главные новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.insider.pro/digest/2017-12-27/obzor-rynka-kriptovalyut-glavnye-novosti-27122017/ (Дата обращения: 02.02.2017).
8. Современные финансовые технологии // Вестник Приднестровского Республиканского банка, 2016. - № 11. – с. 30.
9. Территория добычи криптовалюты. В Приднестровье могут появиться майнинговые фермы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=vnyy79OA_RQ (Дата обращения: 17.11.2017).
10. Рейтинг стран Европы по стоимости электроэнергии для населения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://riarating.ru/infografika/20170627/630066493.html (Дата обращения: 17.11.2017).
11. Тарифы на электроэнергию в ПМР в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.eres.md/abon/fizlico/tariffizm.html (Дата обращения: 17.11.2017).
12. Сидорова Е. Майнеры биткоина потребляют больше энергии, чем вся Новая Зеландия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.insider.pro/topnews/2018-01-18/majnery-bitkoina-potreblyayut-bolshe-energii-chem-vsya-novaya-zelandiya/ (Дата обращения: 02.02.2017).

13. Данные Speedtest Global Index (October 2017) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.speedtest.net/global-index (Дата обращения: 17.11.2017).
14. Закон «О развитии информационных блокчейн-технологий в Приднестровской Молдавской Республике» [закон: принят ВС ПМР 31 янв. 2018 г.]. – САЗ 18.
15. Концепция развития электронной коммерции в Приднестровской Молдавской Республике [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://tiraspol.ru/wp-content/uploads/2017/03/KONTSEPTSIYA-RAZVITIYA-E%60K-TPP-13.03.2017.pdf.
16. Правительство Приднестровья внедрит криптовалюту в экономику страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://test.retail-loyalty.org/daily/tehnologii/386119-2/ (Дата обращения: 17.11.2017).

ПРОБЛЕМЫ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ

Дадаева Анастасия Лечевна
студент,
кафедра экономики и финансов, КУБГТУ,
РФ, г. Краснодар
E-mail: nastj555@mail.ru

Хот Казбек Пшимафович
научный руководитель,
канд. экон. наук, доцент КУБГТУ,
РФ, г. Краснодар

Проблема теневой экономики появилась давно. Предпринимателей и наемных работников толкают в тень разные причины: недоверие к государству, неуверенность в будущем, нежелание делиться доходом и даже нехватка амбиций.

В 2017 году 25 августа были опубликованы результаты опроса «Динамика «теневой» занятости работников», проведенного в июне 2017 года Центром социально-политического мониторинга Института общественных наук. Согласно результатам исследования, доля граждан, вовлеченных тем или иным образом в некриминальный теневой рынок труда, составляет 44,8 % от общего количества занятого населения. В 2016 году этот показатель составлял 40,3 %.

Рост доли трудящихся в теневой зоне обусловлен следующими причинами, на которые следует обратить особое внимание. Выделяют семь основных.

1. Традиционное понимание российским бизнесом налога как расхода. Российские предприниматели не оформляют сотрудников в штат, поскольку они не хотят платить налоги в бюджет, воспринимая их как бизнес-расходы. Это принципиально неправильно. Налоги — это отчисления, из которых сам бизнес может впоследствии получать отдачу в виде возможности использования социальной сферы, инфраструктурных проектов, субсидий и многих других.

2. Краткосрочный характер самого бизнеса. Люди не привлекаются в штат, так как многие компании не видят себя через два-три года в бизнесе. Такая модель предполагает, что бизнес имеет краткосрочный эффект – положительный денежный поток. Причем это реальные бизнес-структуры, которые просто

не планируют свое долгое существование. Сотрудников не оформляют, платят в конвертах, объясняя, что у компании нет будущего, есть конкретная задача или сделка, после завершения которого все расходятся.

3. Неуверенность бизнеса в собственной стратегии. Да, многие предприниматели создают долгосрочные бизнес-модели, но они не уверены, насколько успешными будут продажи и развитие. В этом случае они прибегают либо к аутстаффингу, либо к сотрудникам на договоре ГПХ (гражданско-правового характера), либо не оформляют сотрудников. Эти меры снижают расходы бизнеса, особенно в первый период вывода компании на рынок.

4. Нежелание бизнеса находиться со своими сотрудниками в официальной законодательной среде. Это важная причина для «серого» трудоустройства. Гораздо легче увольнять, штрафовать и принимать решения о сокращении сотрудников, без каких-либо обязательств перед ними. Дело в том, что степень информированности сотрудников об их правах постепенно возрастает, уровень грамотности и требовательности также увеличивается, при этом часто сотрудники переходят на режим «ты мне – я тебе», дозируя производительность в строгом соответствии с их собственным пониманием справедливости оценки стоимости их труда. Это приводит к конфликтам.

5. Явление корпоративного предпринимательства. Сегодня ситуация, когда обычные сотрудники компании оказываются авторами изобретений, технологий и инноваций, очень распространена. Корпоративное предпринимательство предполагает, что работа сотрудника и организация, в которой он работает, владеют результатами интеллектуальной работы работника. Если сотрудник не оформлен, но издает творческие идеи и предложения, он не сможет доказать свое авторство, поэтому сейчас очень часто недобросовестные бизнесмены, которые умышленно не оформляют отношения с творческими работниками, чтобы учесть их изобретения и все возможные инновации.

6. Нежелание самих рабочих оформляться. Другими словами, это когда человек, работающий официально предоставляет сторонние услуги. С другой стороны, работник получает вознаграждение, которое не облагается налогом.

Большинство компаний негативно воспринимают такую новость. По оценкам, согласно закону, около 10-15 % людей, официально оформленных предоставляют услуги на стороне и лишь единицы делают это в форме ИП.

7. Нежелание самих бизнесменов оформлять ИП и входить в группу самозанятых. Размер таких ИП настолько микроскопичен - скажем, 200-400 тысяч рублей в год. В этом случае формальности, связанные с индивидуальным предпринимателем или юридическим лицом, бухгалтерия и т. д., введут компанию в убыток. Нецелесообразность таких предпринимателей идти в белую зону диктуется собственным потолком прибыльности и нежеланием развития, которое они ставят перед собой [1].

Проблема в том, что бизнесу нужна информация о том, каким способом и на какие проекты государство расходует налоговые сборы и как бизнес может воспользоваться результатами инвестирования государством налоговых отчислений. Если у нас будет: полная прозрачность государства, осведомленность бизнеса о «налоговых инвестициях», — то со временем трансформируется и отношение бизнеса к налогам. Они станут восприниматься как добротные инвестиции, которыми бизнес может пользоваться впоследствии. И это не просто теория, а практика современных развитых экономик.

Вопросы борьбы с нелегальной экономикой достаточно остро обсуждаются экономистами и экспертами на протяжении многих лет. Общепризнанное понятие «теневая экономика» отсутствует, но несмотря на это, данное явление проявляется в различных формах и видах. Существование теневого сектора экономики — проблема комплексная, она имеет не только экономические, но социальные, политэкономические и даже психологические причины [5].

Итак, к самозанятым гражданам в целях налогового учета, относятся лица: лично оказывающие услуги физическим лицам для личных и домашних нужд; не зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей; получающие доход самостоятельно, т. е. вне трудовых отношений; не использующие наемный труд.

Неразрешимость ситуации и сложность вывода этих миллионов граждан из тени вызвана не только стремлением избежать уплаты налогов, но и объективными причинами: высоким уровнем безработицы; финансовой нагрузкой на работодателей по выплате страховых взносов, из-за чего они стремятся нанимать нелегальных работников или доплачивать зарплату в конвертах; значительными суммами обязательных фиксированных взносов ИП за себя (в 2018 году – минимум 32 385 рублей), которые надо платить, даже если дохода от бизнеса нет; постоянным изменением пенсионного законодательства и отсутствием гарантии достойной пенсии.

Все это приводит к том, что граждане не особо надеются на государство в финансовых вопросах и самостоятельно находят источники получения дохода.

Самозанятость населения в основном распространена в сфере бытовых услуг и мелкой торговле. Почему выбираются именно бытовые услуги, понятно. Во-первых, есть достаточное количество тех, кому эти услуги нужны. Во-вторых, заказчики не требуют от исполнителя документального подтверждения, а часто и высокого качества услуг.

Если же говорить о торговле, то часто это группы совместных закупок (которые, по закону, могут организовывать только индивидуальные предприниматели, а не обычные физлица) или продажа штучного товара через Авито или сайт-одностраничник. Все-таки обычные торговые точки находятся под контролем ФНС и Роспотребнадзором, поэтому нелегальных продавцов здесь мало [7].

Сегодня Россия входит в пятерку крупнейших теневых экономик, занимая четвертое место в рейтинге, в который входят 28 стран. По данным Международной ассоциации дипломированных сертифицированных бухгалтеров (АССА), её объем составляет 33,6 триллиона рублей, или 39 % ВВП страны в прошлом году. Показатель теневой экономики в России является одним из самых высоких в мире, он почти на 84 % выше, чем в среднем в мире. Только Украина (46 % ВВП, или 1,1 трлн. Грн.), Нигерия (48 % ВВП)

и Азербайджан (67 % ВВП) имеют большую экономику в тени. На пятом месте - Шри-Ланка с показателем 38 %. Эксперты определяют теневую экономику как экономическую деятельность и доходы, получаемые от нее, которые находятся за пределами системы государственного регулирования, налогообложения или надзора. Самые низкие показатели объема теневого сектора к концу 2016 года были установлены в США (7,8 % ВВП), Японии (10%) и Китае (10,2 %).

Доля теневой экономики в глобальном ВВП составила в 2016 году 22,66 %, подсчитала АССА. В ближайшие годы доля теневой экономики будет сокращаться: до 22,1 % в 2020-м и 21,4 % в 2025 году, прогнозируют эксперты [3].

Рост теневой занятости по большей части обусловлен расширением неоформленной дополнительной занятости граждан. «За последний год число работников, имеющих неофициальную дополнительную работу (доходное занятие), возросло с 30,4 % до 35,5 %», — приводятся в исследовании слова автора, директора Центра социально-политического мониторинга Института общественных наук РАНХиГС.

В теневую экономику людей подталкивают низкие доходы, которые наблюдаются в последние годы. На рынке труда небольшое количество предложений официальных рабочих мест с достойной оплатой труда, поэтому люди находят себе подработку, на которой официально не оформляются. Следует отметить, что в 2017 году доля людей, занятых неофициально на основной работе, составляет 12 %, что на 3 % больше, чем в 2006 году [6].

По данным Центра социально-политического мониторинга РАНХиГС: растет доля сотрудников, для которых не имеет значения, официальная у них работа или нет. В первую очередь для них важно, «чтобы платили деньги». В 2016 году таких работников было 26,7 %, а в 2017 году — уже 36,8 %. Такие факторы, как страх наказания за неуплату налогов, а также гарантии пенсионного и социального обеспечения для таких людей вторичны.

Согласно статистике, рост средней зарплаты россиян в январе – июле в реальном выражении составил 3 %. В номинальном выражении речь идет о 7,5 % [4].

Одной из наиболее успешных мер по борьбе с теневым сектором является также создание добровольных программ выхода из тени для крупных предприятий. Акцент в таких программах делается на уменьшении штрафов при добровольном выводе средств из оффшорных компаний. Ключевыми элементами стимулов являются высокий уровень ответственности за нарушение налогового законодательства и значительно более легкое наказание в случае добровольного «признания». В частности, смягчение наказания может выражаться как в уменьшении денежных штрафов, процентов и пеней, так и в отмене уголовной ответственности за нарушителей [5].

Борьба с теневым сектором в России должна основываться на базовом принципе: сложность мер и одновременность работы по всем направлениям борьбы за уход в тень. Комплексный подход, основанный на взаимодополняемости экономических, административных, правовых и образовательных средств борьбы, а также одновременном и скоординированном продвижении во всех основных областях противодействия теневой экономике, является ключевым условием создания конкурентоспособной национальной экономики с минимальным теневым сектором.

Таким образом, можно сделать вывод, что как бы государство не стремилось ликвидировать теневую экономику, какими бы мерами и способами не боролось с ней, в любой экономической деятельности будет присутствовать теневой сектор. Задача нашей страны заключается лишь в том, чтобы попытаться снизить долю нелегального бизнеса.

Организация мер по противодействию теневой экономике —сложный процесс, требующий взаимодействия всех структур на каждом уровне ведения хозяйственной деятельности. Правильная разработка мер позволит эффективно бороться с теневой экономикой.

Список литературы:

1. https://www.rbc.ru/opinions/economics/25/08/2017/59a0330f9a79476d7254176e.

2. Понятие скрытой и неформальной экономической деятельности / Официальный сайт Росстат. — Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/free/B99_10/IssWWW.exe/Stg/d010/i010020r.htm.
3. https://www.rbc.ru/economics/30/06/2017/595649079a79470e968e7bff.
4. https://www.gazeta.ru/business/2017/08/23/10854458.shtml.
5. Суслина А.Л., Леухин Р.С. Борьба с теневой экономикой в России: частные аспекты общих проблем // Финансовый журнал. — 2016. — № 6. — С. 46-61.
6. https://www.bbc.com/russian/news-41027214.
7. http://vse-dlya-ip.ru/kak-zaregistrirovat-ip/samozanyatye-grazhdane-vidy-deyatelnosti-2017.

РАСЧЁТ СТОИМОСТИ ЧИСТЫХ АКТИВОВ В РАМКАХ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «ТОЛЬЯТТИАЗОТ»)

Жидкова Любовь Сергеевна
студент, Институт экономики и управления
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва,
РФ, г. Самара
E-mail: lyubazhidkova97@gmail.com

Клёвина Мария Васильевна
студент, Институт экономики и управления
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва,
РФ, г. Самара
E-mail: mariya.klevina@mail.ru

Красносельцева Ирина Евгеньевна
студент, Институт экономики и управления
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва,
РФ, г. Самара
E-mail: ikrasnoseltseva@gmail.com

На сегодняшний день всесторонняя оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия набирает популярность. Связано это с увеличением скорости протекания экономических и социальных процессов. Государство заинтересовано в усовершенствовании механизма регулирования различных форм бизнеса. Следовательно, для этого необходимо проводить анализ организаций. Подобное мероприятие необходимо не только правительству, но и другим компаниям для оценки контрагентов.

Комплексный анализ - это аналитические процедуры, дающие всестороннюю оценку финансово-хозяйственной деятельности предприятия согласно целевой функции для обоснования решений оперативного, тактического и/или стратегического характера.

С помощью различных инструментов финансового анализа проведена комплексная оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия на основе данных Формы 1 «Бухгалтерский баланс» и Формы 2 «Отчет

о прибылях и убытках» бухгалтерской отчетности предприятия в период с 3-го квартала 2016 г. по 2-й квартал 2018 г. включительно.

В качестве объекта исследования было выбрано ПАО «Тольяттиазот» (ТОАЗ). Оно является одним из крупнейших предприятий химической промышленности России, входящее в тройку основных производителей аммиака в стране и в десятку мировых лидеров. Это - единственный в мире химический комбинат, способный производить 3 миллиона тонн аммиака ежегодно.

Основная деятельность ТОАЗа - выпуск минеральных удобрений и химической продукции. Завод состоит из 7 агрегатов по производству аммиака и 2 агрегатов карбамида.

Эффективность деятельности предприятия оценивается по чистым активам.

Чистые активы - это стоимость имущества организации, которое свободно от долговых обязательств. Показатель чистых активов указывает на финансовую устойчивость предприятия, на обеспеченность собственными средствами. Фактически, чистые активы есть ни что иное как собственный капитал предприятия. Стоимость чистых активов вычисляется как разность активов и пассивов, принимаемых к расчету.

По активам в расчет принимаются все внеоборотные активы предприятия, а также оборотные активы кроме дебиторской задолженности более 12 месяцев и краткосрочных финансовых вложений. Составим из нужных статей новую таблицу (таблица 1).

По пассивам принимаются в расчет все долгосрочные обязательства и краткосрочные обязательства за исключением доходов будущих периодов (таблица 2).

Таблица 1.

Стоимость активов для расчета чистых активов

Активы									
Название показателя	**Код показателя**	**3-й квартал 2016 г.**	**4-й квартал 2016 г.**	**1-й квартал 2017 г.**	**2 -й квартал 2017 г.**	**3-й квартал 2017 г.**	**4-й квартал 2017 г.**	**1-й квартал 2018 г.**	**2 -й квартал 2018 г.**
Нематериальные активы	1110	46	40	39	38	37	35	33	32
Основные средства	1150	31 951 192	34 017 638	34 084 708	34 565 235	35 057 987	35 608 027	35 572 558	37 470 455
Доходные вложения в материальные ценности	1160	0	0	0	0	0	0	0	0
Финансовые вложения	1170	6 196 711	6 978 329	8 271 382	8 010 295	8 021 726	7 507 167	5 975 722	6 134 603
Отложенные налоговые активы	1180	76 948	89 212	59 767	58 094	291 628	163 637	353 044	146 601
Прочие внеоборотные активы	1190	9 067 943	10 152 434	10 069 652	10 181 959	10 035 316	9 914 818	6 243 526	9 933 302
Запасы	1210	7 557 846	7 872 975	8 234 792	7 933 423	8 474 047	8 320 640	8 297 029	7 754 287
Налог на добавленную стоимость по приобретённым ценностям	1220	1 013 049	1 094 651	1 449 988	1 172 437	1 654 670	1 902 697	1 789 313	1 436 803
Денежные средства	1250	4 113 336	4 663 218	4 455 963	5 212 077	4 686 675	3 908 185	5 262 775	5 141 361
Прочие оборотные активы	1260	40 565	70 972	97 746	92 478	106 753	107 337	41 520	39 414
Итого активы, принимаемые к расчету		**60017636**	**64939469**	**66724037**	**67226036**	**68328839**	**67432543**	**63535520**	**68056858**

Таблица 2.

Стоимость пассивов для расчета чистых активов

Пассивы									
Название показателя	**Код показателя**	**3-й квартал 2016г.**	**4-й квартал 2016г.**	**1-й квартал 2017г.**	**2 -й квартал 2017г.**	**3-й квартал 2017г.**	**4-й квартал 2017г.**	**1-й квартал 2018г.**	**2 -й квартал 2018г.**
Заемные средства (долгосрочные обязательства)	1410	1 578 952	2 141 423	3 034 447	3 102 138	2 675 422	1 440 005	1 835 568	2 132 767
Отложенные налоговые обязательства	1420	237 973	299 467	312 881	332 131	425 459	362 540	478 571	443 727
Заемные средства (краткосрочные обязательства)	1510	100 000	1 021 908	967 280	910 586	981 498	2 710 685	3 711 523	3 671 715
Кредиторская задолженность	1520	6 121 315	6 719 129	7 062 653	6 053 652	6 712 612	6 101 444	5 608 559	5 570 025
Резервы предстоящих расходов	1540	313 241	930 779	829 071	820 340	825 443	2 327 840	2 268 495	2 285 146
Прочие обязательства	1550	665 226	1 380	1 437	371	447	768	1 690	1 915
Итого пассивы, принимаемые к расчету		9 016 707	11 114 086	12 207 769	11 219 218	11 620 881	12 943 282	13 904 406	14 105 295

Отразим динамику чистых активов. Для этого создадим вспомогательную таблицу (таблица 3) и по данным построим график (рисунок 1).

Таблица 3.

Динамика чистых активов

Название показателя	**3-й квартал 2016г.**	**4-й квартал 2016г.**	**1-й квартал 2017г.**	**2 -й квартал 2017г.**	**3-й квартал 2017г.**	**4-й квартал 2017г.**	**1-й квартал 2018г.**	**2 -й квартал 2018г.**
Стоимость чистых активов	51 000 929	53 825 383	54 516 268	56 006 818	56 707 958	54 489 261	49 631 114	53 951 563
Динамика чистых активов	-	5,54%	1,28%	2,73%	1,25%	-3,91%	-8,92%	8,71%
Снижение чистых активов более, чем на 25%	нет снижения более, чем на 25%							

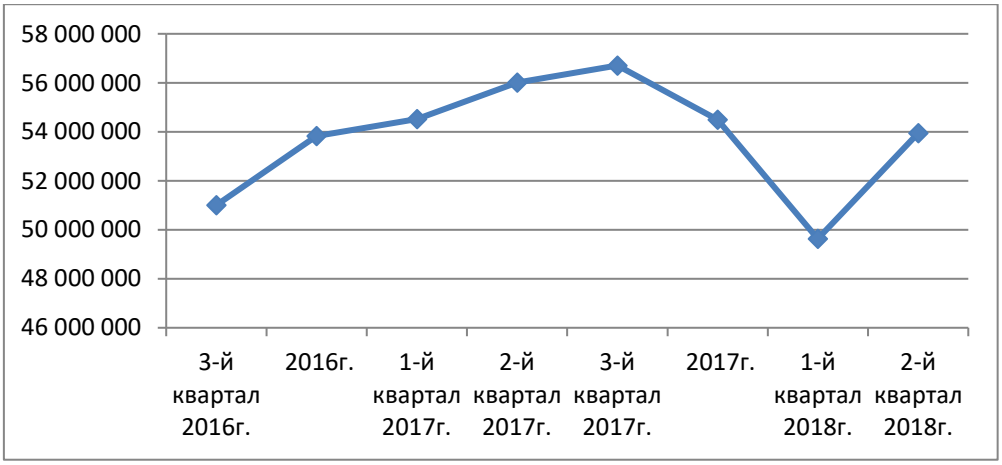

Рисунок 5. Динамика чистых активов

Чистые активы имеют динамику стремительного роста, однако наблюдается резкое снижение объемов чистых активов в 1 кв. 2018 года почти на 9% за счет уменьшения многих статей актива баланса предприятия и увеличения долговых обязательств в пассиве.

Таким образом, можно говорить о том, что ОАО «Тольяттиазот» является стабильным и финансово устойчивым предприятием. В течение рассматриваемого периода компания сократила краткосрочную задолженность перед банками, наблюдается тенденция увеличения темпа роста валюты баланса в течение года, по результатам расчета текущей ликвидности сделан вывод о платежеспособности организации в краткосрочном периоде, так как большую

часть занимают ликвидные активы. Наличие убытков в балансе не найдено, что еще раз подчеркивает устойчивость предприятия.

С самого своего основания «Тольяттиазот» играет значимую роль в развитии химической отрасли страны, и в обеспечении благополучия Тольятти и всей Самарской области. ТОАЗ входит в пятерку крупнейших налогоплательщиков региона, а так же обеспечивает работой более 5000 горожан.

Модернизация, технологии, экология, человеческий капитал – все это приоритеты развития «Тольяттиазот». Постоянное движение вперед позволило нам достичь серьезных высот, став крупнейшим производителем аммиака в России.

Список литературы:

1. Годовой отчет ПАО «Тольяттиазот» за 2016, 2017 годы. – Режим доступа: http://www.toaz.ru/rus/invest/disclosure.phtml (Дата обращения: 10.12.2018).
2. Ежеквартальные отчеты ПАО «Тольяттиазот» с 3 кв. 2016 года по 2 кв. 2018 год. – Режим доступа: http://www.toaz.ru/rus/invest/disclosure.phtml (Дата обращения: 10.12.2018).
3. КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ [Электронный ресурс]: электрон. учеб. пособие / А.С. Сафронов. – Электрон. текстовые и граф. дан. (923 КБ). – Самара: Изд-во СГАУ, 2014.

ОСОБЕННОСТИ УСПЕХА ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ТУРЦИИ

Захарова Яна Викторовна
магистрант кафедры социально-культурной деятельности
Челябинский государственный институт культуры,
РФ, г. Челябинск
E-mail: z.ya.v-45@mail.ru

На сегодняшний день Турция занимает одно из лидирующих мест на рынке туризма. Страна продолжает развиваться, не смотря негативные последствия экономического кризиса.

Успеху в индустрии служат следующие составляющие:

Географическое расположение

Страна обладает богатыми природными ресурсами. Турция является одной из немногих стран, которые располагаются сразу в двух частях света: в Европе и Азии. Территория омывается четырьмя морями: Черное, Мраморное, Эгейское, Средиземное. Турция сочетает в себе обилие гор и плоскогорий. Турецкие горы: Тахталы, Немрут, Янарташ.

Данные факторы способствуют развитию различных видов отдыха: от пляжного до горнолыжного.

Культурное наследие

Турция вмещает в себя большое количество достопримечательностей.

Главная достопримечательность – столица Турции- Стамбул. Город за всю свою многовековую историю успел побывать столицей Римской, Византийской и Османской империй.

Уникальным памятником архитектуры в Стамбуле является Собор Святой Софии (см. рис. 1.). Собор успел побывать православным храмом и мечетью.

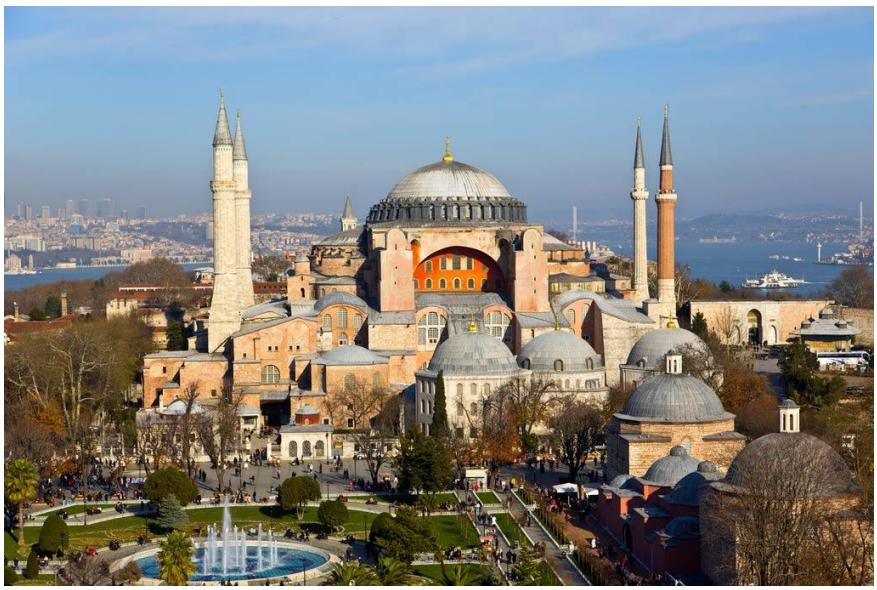

Рисунок 1. Собор Святой Софии

Напротив собора находится мечеть – мечеть Султан-Ахмед-джани (см. рис.2). Является потрясающим памятником архитектуры.

Рисунок 2. Голубая мечеть

Не менее известен дворцовый комплекс Топкапы (см. рис. 3). Раньше комплекс являлся резиденцией султана. На сегодняшний день комплекс является музеем, обладающий богатой коллекцией экспонатов.

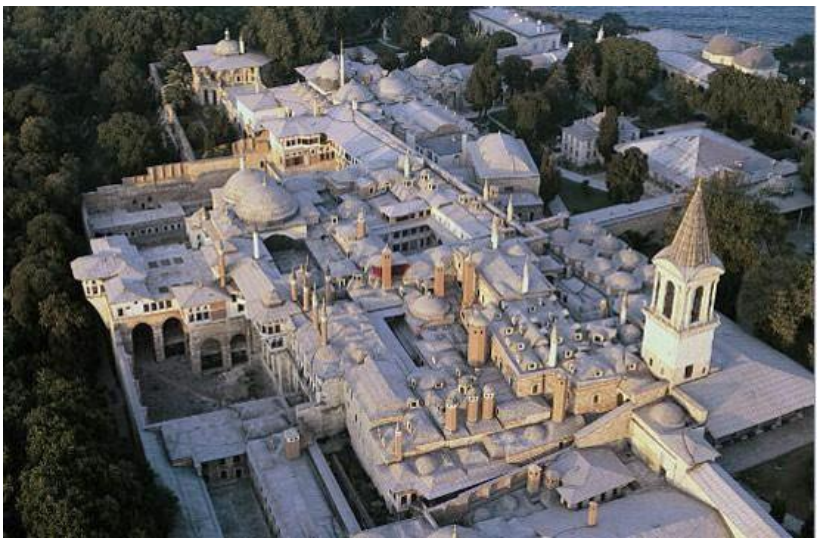

Рисунок 3. Дворцовый комплект Топкапы

Античный город Эфес – одно из любимых мест туристов. На территории расположено огромное кладбище гладиаторов, библиотека Цельсия и руины храма Артемиды.

Памуккале – знаменитый природный объект страны, обладающий минеральными источниками, пещерами, водопадами (см. рис.4). Охраняется ЮНЕСКО.

Рисунок 4. Памуккале

Каппадокия своими ландшафтами притягивает огромное количество туристов. Для знакомства с этим удивительным место можно арендовать воздушный шар (см. рис. 5).

Рисунок 5. Каппадокия

В Турции также имеется музей под открытым небом Гереме. Музей включает в себя 30 церквей в пещере, подземные города и уникальные храмы.

Не менее восхитительны Турецкие горы: Тахталы, Немрут, Янарташ.

Это лишь малая часть достопримечательностей. Турция бережно сохраняет памятники прошлого, сохраняя преемственность.

Гастрономия

Кулинарные предпочтения турков корнями уходят к обычаям тюркских племен. Турецкая кухня образовалась благодаря смешению целого ряда национальных традиций и культур. Наслоение различных вкусовых оттенков сделало турецкую кухню яркой, самобытной и очень интересной.

Для гастрономического туризма по Турции идеальными местами являются города Хатай, Адана и Мерсин. В этих районах Турции сохранилась самобытная культура.

Современная инфраструктура

В Турции вкладываются большие инвестиции. Начиная с транспорта и средств размещения до сети питания и развлечения каждое звено туризма соответствует самым разнообразным запросам клиентов.

Турция – туристический рай, где сочетаются история, культура, природные красоты с самыми современными технологиями туризма.

Особенно высокий уровень летнего туризма характерен для регионов Эгейского и Средиземного морей. На побережье Черного моря он развит в ограниченной степени, в высокогорьях представлен «туризм высоких плато» (в Трабзоне, Гиресуне, Ризе, Ылгазе, Болу, Абанте). Центрами горнолыжного спорта считаются комплекс на горе Улудаг в 40 км от города Бурса и гора Паландокен в окрестностях г. Эрзурум.

В последние годы туризм является самым успешным сектором турецкой экономики и способствует интеграции страны в мировую экономику. Стремясь получить больший доход, Турция пересматривает свою туристическую политику, опираясь на имеющийся потенциал. При выработке стратегии учитывались важнейшие особенности Турции, отличающие ее от конкурентов. Природное, историческое и культурное многообразие, обусловленное географическим положением Турции между Азией и Европой, определяет выполняемую ею функцию: своеобразного межконтинентального моста.

Турция на сегодняшний день предлагает туристам не только высоко-качественный пляжный отдых в любом ценовом диапазоне, но всячески стремится обеспечить максимальный уровень сопутствующих услуг. Отдельно взятый отдых в отеле на берегу моря не может быть полноценным, если к нему не добавить наличие развитой ресторанной и магазинной сети в непосредственной доступности, богатой экскурсионной программы, способной удовлетворить потребности всех возрастных групп туристов. Все вышеуказанное и было достигнуто Турцией в последние годы и продолжает развиваться сейчас в русле сохранения национального колорита в сочетании с современными методами и технологиями.

Список литературы:

1. Ионина Н.А. Стамбул. История. Легенды. Предания. М.: Вече, 2007. – 384 с.
2. Норман С. Краткая история Турции. - М.: АСТ, 2014. — 320 с.
3. Петросян Ю.А. Османская империя. М.: Наука, 1990. – 280 с.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ XXI ВЕКА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СОБСТВЕННОГО МНЕНИЯ

Исаева Анастасия Александровна
студент, кафедра Таможенного дела
и правового обеспечения внешнеэкономической деятельности
Юридического факультета Ульяновского государственного университета,
РФ, г. Ульяновск
E-mail: nastya_isaeva_1998@inbox.ru

На сегодняшний день возникли серьезные угрозы на пути обеспечения экономической безопасности России, связанные с введением антироссийских санкций со стороны Запада, расцветом «голландской болезни», общей нестабильностью российской экономической системы и мировой экономики. Сложная геополитическая и экономическая ситуации призывают к увеличению интереса обеспечения экономической безопасности страны в целях достижения благосостояния и безопасности граждан. В этой связи, выбранная тема исследования, на мой взгляд, является актуальной.

«Экономическая безопасность» – понятие комплексное, интересное с давних времен, предполагающее устойчивость экономической системы к внешним и внутренним шокам, что проявляется в ее способности нейтрализовать источники шоков и минимизировать ущерб от их воздействия. Главной задачей экономической безопасности является обеспечение суверенитета государства за счет проведения грамотной независимой экономической политики.

Проблема обеспечения безопасности волновала человечество с древних времен. Жизнь человека имеет множество аспектов, и по каждому из них человек хочет чувствовать себя защищенным. Безопасность жилища, безопасность родных и близких, безопасность окружающей среды, безопасность сбережений – основные критерии стабильности жизнедеятельности общества в любом государстве.

Учитывая современные реалии XXI века – нестабильность мировой и национальной экономики, политические разногласия, – России необходимо

уделить особое внимание вопросам экономической безопасности для обеспечения стабильного развития экономики нашей страны.

На сегодняшней день в сложной геополитической обстановке серьезную угрозу на пути обеспечения экономической безопасности представляют антироссийские санкции, которые были введены в 2014 году западными странами. К набору задач – обеспечения экономического роста, повышения благосостояния населения – добавился финансовый аспект. Если раньше финансирование экономики в большей степени осуществлялось за счет зарубежных финансовых ресурсов и внешних рынков, то теперь главным (если не единственным) источником финансовых ресурсов становится внутренний рынок. Также результатом санкций стало снижение инвестиционной активности крупных российских компаний, таких как, например, Лукойл, Роснефть, Газпром, Новатэк. Пострадали от введения санкций – военно-промышленная и космическая отрасли, так как было запрещено ввозить в Россию высокотехнологическое оборудование и материалы, которые чрезвычайно необходимы для функционирования данных отраслей. Влияние антироссийских санкций сказалось и на товарообороте нашей страны. Вследствие падения курса рубля и введения эмбарго на некоторые иностранные товары, наблюдается падение объема импорта (особенно резкое сокращения импорта продовольствия и напитков из стран ЕС).

Еще одной проблемой на пути обеспечения экономической безопасности страны становится вступление России в 2012 году в ВТО (Всемирная торговая организация). Вступление в ВТО предполагает курс на открытие национальной экономики внешнему миру, соответственно снижаются ставки ввозных таможенных пошлин, снимаются барьеры на допуск иностранных компаний к отечественным рынкам. Импортные товары поглощают российские рынки, вытесняя многих отечественных товаропроизводителей и создавая нездоровую конкуренцию. К сожалению, в настоящее время лишь газовый и нефтяной сектора экономики могут составить конкуренцию на мировых рынках. Вступление России в ВТО – это разорение конечного товаропроизводителя

и вытеснение его с зарубежных рынков, безработица, снижение безопасности продуктов питания, блокирование доступа к передовым технологиям, организованная преступность и коррупция. Также Россия теряет возможность развивать свою промышленность и сельское хозяйство, поскольку в ВТО запрещены любые меры их поддержки и защиты.

Создание администрацией Владимира Владимировича Путина в 2004 году в условиях неполной занятости Стабилизационного фонда – это явно не во благо экономической безопасности. Стабилизационный фонд способствует падению спроса еще глубже, и как результат большему спаду экономики, что совсем не целесообразно для обеспечения экономической безопасности на фазе кризиса. Создание стабилизационного фонда – это экономия государственных расходов через экономию на людей. Рассматривать сам Стабилизационный фонд (независимо от конкретного направления использования его финансовых ресурсов) в качестве рукотворного тормоза дальнейшего наращивания российского ВВП позволяет и то обстоятельство, что темпы экономического роста в странах, где имеются резервы финансовых ресурсов (иначе говоря, где проявляется бюджетный профицит), оказываются заметно ниже, чем в тех странах, где подобных резервов нет, и чье правительство предпочитает «жизнь взаймы». Тот факт, что сейчас стабилизационный фонд потрачен – это огромный плюс для динамики внутреннего спроса и обеспечения экономической безопасности.

Серьезной проблемой на пути обеспечения экономической безопасности в XXI веке по-прежнему является «голландская болезнь», порождающая сырьевую модель экономики. Вспышки «голландской болезни» на сегодняшний день в России актуальны, так как в начале XXI века произошло подорожание нефти и усилился экспорт энергоносителей за границу. Большие доходы от экспорта энергоносителей заманивают в страну приток иностранной валюты, которую меняют на национальную валюту, соответственно курс национальной валюты укрепляется, что делает отечественные товары дорогими. В этих условиях закрываются экспортно ориентированные заводы, так как экспорт

становится бесполезен на ряду с более дешевыми зарубежными товарами. Результатом является снижение всех компонентов ВВП по цепочке: торговый баланс, государственные расходы, инвестиции, потребление. Вслед за падением ВВП наступает экономический спад и безработица, что наносит серьезный ущерб экономической безопасности страны.

В целях нейтрализации перечисленных проблем и обеспечения благосостояния, необходимо разрабатывать механизмы по обеспечению экономической безопасности.

Ввиду введения западных антироссийских санкций, я рекомендовала бы продлевать эмбарго, что благоприятно отражается на импортозамещении и обеспечении развития многих отраслей российской экономики. Курс на продление продовольственного эмбарго имеет ряд положительных аспектов, связанных, во-первых, с расширением возможностей сельскохозяйственных производителей для наращивания предложения отечественной продукции, обеспечения населения страны необходимым продовольствием. Во-вторых, отечественные сельхозпроизводители будут заинтересованы в повышении качества продукции, так как будут расти возможности для ее сбыта на внутреннем рынке. В-третьих, появляется возможность создания новых предприятий и сокращения безработицы в сельской местности. Такими методами можно обеспечить снижение продовольственной зависимости от импорта тех товаров, которые могут в достаточном количестве и достойном качестве производиться и на самой территории России.

Я считаю, что сегодня в России необходимо делать курс на относительно закрытую экономику. Относительно закрытая экономика, во-первых, способствует развитию внутреннего производства и сокращению числа банкротств отечественных производителей, что влечет за собой увеличение количества рабочих мест. Во-вторых, ликвидируется финансовая зависимости страны от других стран, а также увеличивается самодостаточность и доверие общества ко всему созданному внутри. В целях введения в России относительно закрытой

экономики необходимо увеличивать ввозные таможенные пошлины, отменять квоты, тарифные преференции, льготы по уплате ввозных таможенных пошлин.

Сегодня России необходимо не допускать создания или накапливания фонда финансовых резервов до фазы подъема, так как в России не хватает совокупного спроса, а фонд финансовых резервов – это прямая его деградация. В случае, если фонд финансовых резервов уже имеется, то денежные средства, находящиеся в нем, можно потратить на государственные инвестиции в заведомо привлекательные проекты, государственные трансферты, поддержку отстающих в социально-экономическом развитии регионов. России сегодня нужна политика «дешевых» денег, предполагающая увеличение в кризис коэффициента монетизации. В результате увеличения коэффициента монетизации, процентная ставка будет снижаться, соответственно будут увеличиваться потребление, инвестиции, государственные закупки, торговый баланс и, как результат, ВВП, в стране будет наблюдаться рост экономики, что, безусловно, будет стимулировать выход России из «пучины кризиса».

В целях борьбы с «голландской болезнью» можно использовать несколько методов. Во-первых, снижать сверхприбыль добывающего сектора экономики через повышение акциза на газ, НДПИ (налог на добычу полезных ископаемых), экспортных пошлин на вывоз нефти и газа. Данный метод эффективен, так как если лишить добывающую промышленность сверхприбыли, то она начинает терять свои конкурентные преимущества по сравнению с обрабатывающей промышленностью и не создает давление ни на цены, ни на рынок рабочей силы, ни на курс национальной валюты. Во-вторых, оказывать различные меры поддержки конечному производителю. Данный метод может быть реализован через предоставление конечному сектору финансовой помощи в виде субсидий, дотаций, надбавок, дешевых кредитов, использования системы государственного заказа или же через снижение ставки НДС или страхового взноса с конечного производителя. В-третьих, необходимо сокращать экспорт сырья, большую его часть перерабатывая на территории России.

В завершении хотелось бы отметить, что устойчивое развитие национальной экономики, обеспечение суверенитета страны, защита общества и государства от внешних и внутренних угроз непосредственно связаны с экономической безопасностью. Это объясняется тем, что экономика является важной стороной жизни и деятельности общества, государства и говорить об обеспечение национальной безопасности невозможно без достойной оценки состояния экономики, ее способности отражать внешние и внутренние шоки. Поэтому обеспечение экономической безопасности ставится государством в число первостепенных задач.

Список литературы:

1. Гапоненко В.Ф. Экономическая безопасность предприятий. Подходы и принципы: учебник / В.Ф. Гапоненко, А.Л. Беспалько, А.С. Власков. – М.: Издательство «Ось-89», 2007. – 208 с.
2. Богомолов В.А. Введение в специальность «Экономическая безопасность»: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Экономическая безопасность» / В.А. Богомолов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 279 с.
3. Капканщиков С.Г. Государственное регулирование экономики: учебное пособие / С.Г. Капканщиков. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2012. – 528 с.
4. Капканщиков С.Г. Экономика России. Часть 1: учебное пособие: в 2 ч. / С.Г. Капканщиков. – Ульяновск: УлГТУ, 2013. – 376 с.

РАСЧЁТ СТОИМОСТИ ЧИСТЫХ АКТИВОВ В РАМКАХ КОМПЛЕКСНОГО АНАЛИЗА ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «МЕГАФОН»)

Красносельцева Ирина Евгеньевна
студент, Институт экономики и управления
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва,
РФ, г. Самара
E-mail: ikrasnoseltseva@gmail.com

Клёвина Мария Васильевна
студент, Институт экономики и управления
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва,
РФ, г. Самара
E-mail: mariya.klevina@mail.ru

Кузнецова Мария Александровна
студент, Институт экономики и управления
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва,
РФ, г. Самара
E-mail: masha_model_samara@mail.ru

На сегодняшний день всесторонняя оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия набирает популярность. Связано это с увеличением скорости протекания экономических и социальных процессов. Государство заинтересовано в усовершенствовании механизма регулирования различных форм бизнеса. Следовательно, для этого необходимо проводить анализ организаций. Подобное мероприятие необходимо не только правительству, но и другим компаниям для оценки контрагентов.

Комплексный анализ - это аналитические процедуры, дающие всестороннюю оценку финансово-хозяйственной деятельности предприятия согласно целевой функции для обоснования решений оперативного, тактического и/или стратегического характера.

С помощью различных инструментов финансового анализа проведена комплексная оценка финансово-хозяйственной деятельности предприятия на

основе данных Формы 1 «Бухгалтерский баланс» и Формы 2 «Отчет о прибылях и убытках» бухгалтерской отчетности предприятия в период с 4-го квартала 2016 г. по 3-й квартал 2018 г. включительно.

В качестве объекта исследования было выбрано ПАО «Мегафон». «МегаФон» - признанный лидер российского рынка телекоммуникаций по географии международного роуминга. Сегодня для абонентов сети «МегаФон» действует автоматический международный роуминг с 314 операторами мобильной связи в 165 странах мира. Кроме того, абоненты «МегаФон» могут воспользоваться услугами международного GPRS-роуминга в сетях 7 операторов в 6 странах мира.

«МегаФон» строит свой бизнес, основываясь на принципах максимального удовлетворения потребностей абонентов, добросовестной конкуренции и информационной открытости.

Эффективность деятельности предприятия оценивается по чистым активам.

Чистые активы - это стоимость имущества организации, которое свободно от долговых обязательств. Показатель чистых активов указывает на финансовую устойчивость предприятия, на обеспеченность собственными средствами. Фактически, чистые активы есть ни что иное как собственный капитал предприятия. Стоимость чистых активов вычисляется как разность активов и пассивов, принимаемых к расчету.

По активам в расчет принимаются все внеоборотные активы предприятия, а также оборотные активы кроме дебиторской задолженности более 12 месяцев и краткосрочных финансовых вложений. Составим из нужных статей новую таблицу (таблица 1).

По пассивам принимаются в расчет все долгосрочные обязательства и краткосрочные обязательства за исключением доходов будущих периодов (Таблица 2).

Таблица 1.

Стоимость активов для расчета чистых активов

Название показателя	Код показателя	4 кв. 2016	1 кв. 2016	2 кв. 2017	3 кв. 2017	4 кв. 2017	1 кв. 2018	2 кв. 2018	3 кв.2018
Нематериальные активы	1110	1007000	1182000	1401000	1609000	2169000	27804000	27989000	29971000
Результаты исследований и разработок	1150	191 396 000	186 689 000	184 507 000	156 935 000	159 698 000	165 424 000	165 410 000	166 039 000
Основные средства	1160	0	0	0	0	0	0	0	0
Доходные вложения в материальные ценности	1170	138 952 000	180 944 000	176 061 000	177 701 000	188 560 000	190 748 000	177 537 000	261 657 000
Финансовые вложения	1180	863 000	1 585 000	1 884 000	1 797 000	2 074 000	394 000	2 324 000	2 205 000
Отложенные налоговые активы	1190	56 375 000	53 617 000	57 507 000	56 167 000	54 594 000	21 741 000	23 011 000	17 961 000
Прочие внеоборотные активы	1210	2 019 000	2 055 000	2 342 000	2 507 000	1 827 000	1 707 000	3 098 000	1 287 000
Запасы	1220	631 000	1 250 000	1 556 000	1 468 000	544 000	937 000	1 219 000	2 260 000
Налог на добавленную стоимость по приобретённым ценностям	1250	30 490 000	21 003 000	18 895 000	12 456 000	18 947 000	23 345 000	13 185 000	34 261 000
Денежные средства	1260	10 589 000	9 382 000	11 278 000	12 046 000	17 533 000	16 789 000	18 123 000	20 994 000
Прочие оборотные активы		432322000	457707000	455431000	422686000	445946000	448889000	431896000	536635000
Итого активы, принимаемые к расчету	1110	1007000	1182000	1401000	1609000	2169000	27804000	27989000	29971000

Таблица 2.

Стоимость пассивов для расчета чистых активов

Название показателя	Код показателя	4 кв. 2016	1 кв. 2016	2 кв. 2017	3 кв. 2017	4 кв. 2017	1 кв. 2018	2 кв. 2018	3 кв.2018
Заемные средства (долгосрочные обязательства)	1410	197 028 000	212 776 000	203 938 000	204 948 000	214 608 000	237 658 000	245 123 000	298 408 000
Отложенные налоговые обязательства	1420	17 119 000	16 833 000	16 324 000	15 508 000	18 755 000	18 516 000	19 586 000	18 994 000
Заемные средства (краткосрочные обязательства)	1510	37 733 000	51 812 000	63 548 000	63 056 000	51 235 000	32 353 000	18 429 000	33 730 000
Кредиторская задолженность	1520	39 206 000	34 813 000	36 258 000	36 853 000	48 030 000	39 324 000	42 351 000	60 237 000
Резервы предстоящих расходов	1540	294 000	5 965 000	6 311 000	5 996 000	35 000	40 000	40 000	40 000
Прочие обязательства	1550	17 861 000	14 554 000	34 924 000	16 468 000	17 293 000	17 229 000	16 476 000	18 589 000
Итого пассивы, принимаемые к расчету		309 241 000	336 753 000	361 303 000	342 829 000	349 956 000	345 120 000	342 005 000	429 998 000

Отразим динамику чистых активов. Для этого создадим вспомогательную таблицу (Таблица 3) и по данным построим график (Рисунок 1).

Таблица 3.

Динамика чистых активов

Название показателя	4 кв. 2016	1 кв. 2016	2 кв. 2017	3 кв. 2017	4 кв. 2017	1 кв. 2018	2 кв. 2018	3 кв. 2018
Стоимость чистых активов	123 081 000	120 954 000	94 128 000	79 857 000	95 990 000	103 769 000	89 891 000	106 637 000
Динамика чистых активов	-	-1,73%	-22,18%	-15,16%	20,20%	8,10%	-13,37%	18,63%
Снижение чистых активов более, чем на 25%	Нет снижения более, чем на 25% в 1 кв.							

Рисунок 6. Динамика чистых активов

Чистые активы имеют среднюю динамику, однако наблюдается снижение объемов чистых активов в 3 кв. 2017 года и 2 кв. 2018 за счет уменьшения многих статей актива баланса предприятия и увеличения долговых обязательств в пассиве.

Чистые активы имеют неоднозначную динамику, так, например, в 3 квартале 2017 года наблюдается резкое снижение объемов чистых активов за счет уменьшения многих статей актива баланса предприятия и увеличения долговых обязательств в пассиве.

Таким образом, можно говорить о том, что ПАО «МегаФон» является стабильным и финансово устойчивым предприятием. Наличие убытков в балансе не найдено, что еще раз подчеркивает устойчивость предприятия.

Необходимо отметить, что МегаФон являясь лидером рынка ведет себя самостоятельно и не вступает в жесткую ценовую борьбу временных скидок и бесплатных услуг развязавшуюся между остальными операторами. Уникальный для российского телекоммуникационного рынка спектр услуг качественной мобильной связи адресован как массовому потребителю, так и корпоративным клиентам.

Список литературы:

1. Годовой отчет ПАО «Мегафон» за 2016, 2017, 2018 годы. – Режим доступа: http://corp.megafon.ru/investoram/shareholder/rsbu/ (Дата обращения: 01.12.2018).
2. Ежеквартальные отчеты ПАО «Тольяттиазот» с 3 кв. 2016 года по 2 кв. 2018 год. – Режим доступа: http://corp.megafon.ru/investoram/disclosure/quarterly_reports/ (Дата обращения: 01.12.2018).
3. КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ [Электронный ресурс]: электрон. учеб. пособие / А.С. Сафронов. – Электрон. текстовые и граф. дан. (923 КБ). – Самара: Изд-во СГАУ, 2014.

МОДЕЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНЫХ ПРОЦЕССОВ ПОСРЕДСТВОМ ДИФФЕРЕНЦИАЛЬНЫХ УРАВНЕНИЙ

Клёвина Мария Васильевна
студент, Институт экономики и управления
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва,
РФ, г. Самара
E-mail: mariya.klevina@mail.ru

Красносельцева Ирина Евгеньевна
студент, Институт экономики и управления
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва,
РФ, г. Самара
E-mail: ikrasnoseltseva@gmail.com

Кузнецова Мария Александровна
студент, Институт экономики и управления
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королёва,
РФ, г. Самара
E-mail: masha_model_samara@mail.ru

Рекламная кампания является одной из основных сил по продвижению инновационного товара на рынок. Многие предприниматели утверждают, что бизнес без рекламы не может существовать.

Рыночные отношения в России поставили изучение рекламы в приоритет. Абсолютно каждый человек на сегодняшний день сталкивается с ней повсюду. Реклама помогает превращать товар, предложенный фирмой, в реальные деньги.

Необходимо постоянное отслеживание результативности рекламной кампании. Экономическую эффективность чаще всего определяют путём измерения влияния рекламы на развитие товарооборота.

На примерах попробуем смоделировать рекламную кампанию.

Пусть некая компания хочет прорекламировать новый продукт или услугу. Введем две переменных:

1. Величина q(t) – рекламная активность, описывающаяся темпом расхода бюджета на рекламу (сумма, которую компания тратит на рекламу за неделю).

2. Величина A(t) – осведомленность целевой группы потенциальных покупателей.

Рассмотрим рисунок 1. Величина q(t) – входной параметр, а величина A(t) измеряет отклик системы на воздействие рекламы и является выходным параметром.

Рисунок 1. Схематичное изображение рекламной кампании.

В 1962 году была предложена модель Нерлова-Эрроу. Её задача – связать две введённые нами ранее переменные. Модель можно описать следующим дифференциальным уравнением:

$$\frac{dA}{dt} = bq(t) - kA, \tag{1}$$

где: b – некоторая постоянная, которая описывает эффективность рекламы,

k – константа, которая соответствует скорости «забывания».

Видим, что предложенное уравнение содержит два члена в правой части. Слагаемое $bq(t)$ отвечает за линейный рост осведомлённости потребителей после воздействия на них рекламы. kA описывает процесс забывания о рекламируемом продукте. Мы можем принять в первом приближении, что скорость забывания пропорциональна текущему уровню осведомленности A.

Запишем полученное линейное дифференциальное уравнение первого порядка в стандартной форме:

$$\frac{dA}{dt} + kA = bq(t) \tag{2}$$

Интегрирующий множитель представляет собой экспоненциальную функцию:

$$u(t) = e^{\int kdt} = e^{kt} \tag{3}$$

Получили формулу общего решения уравнения:

$$A(t) = \frac{b\int q(t)e^{kt}+C}{e^{kt}} \tag{4}$$

C – постоянная интегрирования, которая определяется из начального условия $A(t_0)=A_0$.

Далее рассмотрим на конкретных примерах как осведомленность потребителей *A(t)* зависит от режима рекламирования.

1. Самарский Университет принял решение о постоянном рекламировании продукции с символикой Самарского Университета в течение года. Рекламный бюджет составил 240000 рублей. Коэффициенты *k* и *b* равны: *k*=1/4, *b*=25. Записать и решить дифференциальное уравнение, описывающее количество людей *A(t)*, которые ознакомились с рекламой данного продукта.

Решение:

Уравнение динамики *A(t)* запишем в виде:

$$\frac{dA}{dt} + kA = bq(t) \tag{5}$$

Время *t* измеряется в месяцах. Если по условию расходы на рекламу постоянны в течение всего года, то ежемесячные расходы составляют:

$$q_0 = \frac{240000}{12} = 20000\frac{\text{рублей}}{\text{месяц}} \tag{6}$$

Получаем следующее дифференциальное уравнение:

$$\frac{dA}{dt} + \frac{A}{4} = 500000 \tag{7}$$

$$u(t) = e^{\int 1/4dt} = e^{t/4} \tag{8}$$

Общее решение уравнения:

$$A(t) = \frac{500000\int e^{1/4dt}+C}{e^{t/4}} = \frac{\frac{500000}{1/4}e^{t/4}+C}{e^{t/4}} = 2000000 + Ce^{-t/4} \tag{9}$$

C найдём из начального условия A(t=0)=0. *C*= -2000000. Запишем формулу частного решения:

$$A(t) = 2000000\left(1 - e^{-\frac{t}{4}}\right) \quad (10)$$

Вывод: если реклама будет постоянной, то число потенциальных покупателей растёт нелинейно, приближаясь к максимальному значению, которое равно:

$$A_{max} = \frac{bq_0}{k} = 2000000 \quad (11)$$

2. Предположим, что весь рекламный бюджет Самарский Университет израсходовал в течение первых 6 месяцев. Выяснить, как изменится число потенциальных покупателей к концу года?

Решение:

В данном случае режим рекламирования имеет ступенчатый характер. Исследуем изменение осведомлённости потребителей *A(t)*.

В первой части задачи (первые 6 месяцев, когда реклама была регулярной) величина *A* вычисляется по формуле из первой задачи:

$$A(t) = \frac{bq_0}{k}(1 - e^{-kt}) \quad (12)$$

Значения коэффициентов: k=1/4, b=25, q_0=40000. Тогда:

$$A(t) = 4000000\left(1 - e^{-\frac{t}{4}}\right) \quad (13)$$

Число покупателей, которые ознакомились с продуктом в момент t=6:

$$A(t = 6) = 4000000\left(1 - e^{-\frac{6}{4}}\right) = 3107479. \quad (14)$$

Во второй части (с 7-го по 12-й месяц включительно) реклама отсутствует. Следовательно, уровень осведомлённости *A(t)* будет уменьшаться в соответствии с уравнением:

$$\frac{dA}{dt} + kA = 0 \quad (15)$$

Решение однородного уравнения определяется экспоненциальной функцией:

$$A(t) = Ce^{-k(t-6)} \tag{16}$$

$$A(t = 6) = Ce^{0} = C = 3107479 \approx 3107500. \tag{17}$$

Таким образом, во втором полугодии закон изменения *A(t)* имеет вид:

$$A(t) = 3107500e^{-\frac{t-6}{4}} \tag{18}$$

$$A(t) = \begin{cases} 4000000\left(1 - e^{-\frac{t}{4}}\right), 0 \leq t \leq 6 \\ 3107500e^{-\frac{t-6}{4}}, 7 \leq t \leq 12 \end{cases} \tag{19}$$

В данной задаче осведомлённость покупателей к концу года будет ниже, чем в режиме постоянной рекламы в течение года (как в первой задаче). Заметим, что среднее значение А в течение года больше во второй задаче.

Вывод: можно предположить, что объём продаж пропорционален осведомленности покупателей о новом продукте, поэтому режим ступенчатого рекламирования (при одинаковом рекламном бюджете) является более выгодным.

На основе полученных результатов по анализу рекламной кампании можно сделать следующие выводы:

- Математическое моделирование рекламной кампании позволяет сделать прогноз на будущее об её экономической эффективности, получить рекомендации об её корректировке в соответствии с полученными результатами, предотвратить денежные потери компании из-за неправильной тактики рекламы;
- Эффективность использования новых видов рекламных мероприятий может быть оценена по предложенному выше методу с помощью дифференциальных уравнений;
- По рассмотренным примерам видно, что ступенчатое рекламирование будет эффективнее при одинаковом расходовании рекламного бюджета в течение выбранного периода времени.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что реклама стремительно вошла в жизнь российского общества и формирует современный рынок.

В условиях рыночной экономики реклама становится движущей силой развития экономики, а также основой демократического устройства общества, в котором ценен отдельный индивидуум.

Список литературы:

1. Горбачева С.А., Цаплина Н.А. Анализ тенденций разработки маркетинговой стратегии в Интернете: стратегиечские направления, инструменты и механизмы / Экономика и современный менеджмент: теория и практика / Сб. ст. по материа- лам XXXIII междунар. науч.-практ. конф. № 1 (33). Новосибирск: Изд. «СибАК», 2014.
2. Светличная В.Б., Матюнина Е.В. РАЗНЫЕ СПОСОБЫ РЕШЕНИЯ ЛИНЕЙНОГО ДИФФЕРЕНЦИАЛЬНОГО УРАВНЕНИЯ // Современные наукоемкие технологии. – 2014. – № 5 (2). – С. 195-196.
3. Чикризова Е.В., Черская М.Э., Зотова С.А., Агишева Д.К., Светличная В.Б. АППАРАТ ДИФФЕРЕНЦИАЛЬНЫХ УРАВНЕНИЙ В ЭКОНОМИКЕ // Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 3-4. – С. 512-512.

ОПТИМИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ С ПОМОЩЬЮ СОЗДАНИЯ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ

Красносельцева Ирина Евгеньевна
студент, Институт экономики и управления,
Самарский национальный исследовательский университет
им. С.П. Королёва,
РФ, г. Самара
E-mail: ikrasnoseltseva@gmail.com

Кузнецова Мария Александровна
студент, Институт экономики и управления,
Самарский национальный исследовательский университет
им. С.П. Королёва,
РФ, г. Самара

Жидкова Любовь Сергеевна
студент, Институт экономики и управления,
Самарский национальный исследовательский университет
им. С.П. Королёва,
РФ, г. Самара

На сегодняшний день транспортная логистика играет одну из ключевых ролей в современной экономике. С ускорением темпов производства возрастает интерес к изучению и внедрению новых методов, которые повышают эффективность функционирования транспортных систем.

Разработка математических моделей транспортных потоков позволяет существенно сократить временные интервалы поставок, помогая сократить затраты на хранение и транспортировку грузов, повышая информативность и уровень сервиса организации.

В условиях современной рыночной экономики особое внимание уделяется сфере транспортных услуг, расходы на которые составляют значительную долю затрат – 20-40 %. В связи с этим оптимизация логистических расходов является актуальной проблемой современного рынка. Поэтому перед современной логистикой встает проблема поиска приемлемого маршрута, по которому транспортируемый объект доставляется в кратчайший срок с минимальными затратами.

При решении конкретной оптимизационной задачи необходимо выбрать математический метод, который приводил бы к конечным результатам с наименьшими затратами или же давал возможность получить наибольшую выгоду. Существует множество методов решения подобных задач.

В своей работе мы бы хотели акцентировать изучение логистических потоков именно на решении оптимизационной задачи коммивояжёра.

Точно неизвестно, когда проблему коммивояжера исследовали впервые. В 1954 году была сформулирована в виде задачи дискретной оптимизации и применили для её решения метод отсечений: для некоторой группы городов требуется найти кратчайший маршрут с посещением каждого города один раз и с возвращением в начальную точку маршрута [2].

Рассмотрим задачу сформированных транспортных маршрутов в постановке через математическую модель на примере ОАО «Жигулевское пиво».

Основными точками реализации продукции ОАО «Жигулевское пиво» являются фирменные магазины завода. Сеть официальной розничной торговли включает в себя шесть точек сбыта. Необходимо совершить поставку кегель (по 50 л) в каждый из фирменных магазинов. Доставка осуществляется на изотермическом фургоне ГАЗ-330210, вместимость которого составляет 50 кегель.

Потребности каждого магазина составляет соответственно: 25,11,10,23,12,16 единиц груза. Для решения задачи необходимо составить матрицу транспортных затрат c_{ij}.

$$c_{ij} = \begin{pmatrix} - & 1 & 4 & 3 & 3 & 1 & 3 \\ 2 & - & 9 & 6 & 3 & 4 & 3 \\ 4 & 7 & - & 4 & 6 & 5 & 3 \\ 4 & 8 & 6 & - & 2 & 4 & 2 \\ 2 & 4 & 4 & 5 & - & 4 & 3 \\ 4 & 5 & 3 & 3 & 5 & - & 6 \\ 2 & 6 & 5 & 7 & 4 & 5 & - \end{pmatrix}$$

В данном случае элементами матрицы служат соотношения затрат, включающих километраж, трудовые расходы и время в пути, рассчитанных для транспортной ситуации в г.о. Самара в понедельник 9:00 [3]. Необходимо определить маршрут, который охватывает основной склад предприятия и все пункты назначения единожды, а суммарные затраты должны быть сведены к минимуму.

Для решения задачи воспользуемся модификацией алгоритма Литтла, который включает в себя следующие этапы [4]:

1. Преобразование матрицы затрат и поиск минимального количества маршрутов. Элементы всех строк, кроме нулевой, уменьшаются на минимальные элементы этих строк, затем элементы всех столбцов, кроме нулевого, уменьшаются на минимальные элементы этих столбцов.

$$q = \frac{25 + 11 + 10 + 23 + 12 + 16}{50} + 1 = 2$$

$$\begin{pmatrix} - & 1 & 4 & 3 & 3 & 1 & 3 \\ 2 & - & 9 & 6 & 3 & 4 & 3 \\ 4 & 7 & - & 4 & 6 & 5 & 3 \\ 4 & 8 & 6 & - & 2 & 4 & 2 \\ 2 & 4 & 4 & 5 & - & 4 & 3 \\ 4 & 5 & 3 & 8 & 5 & - & 6 \\ 2 & 6 & 5 & 7 & 4 & 5 & - \end{pmatrix} \begin{matrix} 2 \\ 3 \\ 2 \\ 2 \\ 3 \\ 2 \end{matrix}$$

$$\begin{pmatrix} - & 1 & 4 & 3 & 3 & 1 & 3 \\ 0 & - & 7 & 4 & 1 & 2 & 1 \\ 1 & 4 & - & 1 & 3 & 2 & 0 \\ 2 & 6 & 4 & - & 0 & 2 & 0 \\ 0 & 2 & 2 & 3 & - & 2 & 1 \\ 1 & 2 & 0 & 0 & 2 & - & 3 \\ 0 & 4 & 3 & 5 & 2 & 3 & - \end{pmatrix}$$

$$\begin{matrix} 0 & 1 & 0 & 0 & 0 & 1 & 0 \end{matrix}$$

2. Вычисление оценок. **Нижней оценкой H** оптимального значения критерия будет сумма вычитаемых минимальных элементов. Эта оценка увеличивается на сумму q минимальных элементов нулевой строки и

q минимальных элементов нулевого столбца. Полученная оценка является оптимальным значением критерия задачи. Для вычисления **верхней оценки W** ищется допустимое решение эвристическим методом: в совокупность переходов последовательно включаются те коммуникации (i, j), у которых наибольшие характеристики и доставка груза a_j к которым возможна с учетом грузоподъёмности транспортных средств.

$$H_0 = 0 + 2 + 3 + 2 + 2 + 3 + 2 + 0 + 1 + 0 + 0 + 0 + 1 + 0 + 0 = 16$$

$$\begin{pmatrix} - & 0^4 & 4 & 3 & 3 & 0^4 & 3 \\ 0^1 & - & 7 & 4 & 1 & 1 & 1 \\ 1 & 3 & - & 1 & 3 & 1 & 0^0 \\ 2 & 5 & 4 & - & 0^1 & 1 & 0^0 \\ 0^1 & 1 & 2 & 3 & - & 1 & 1 \\ 1 & 1 & 0^2 & 0^1 & 2 & - & 3 \\ 0^2 & 3 & 3 & 5 & 2 & 2 & - \end{pmatrix}$$

$$W_0 = 16 + 3 = 19$$

3. Ветвление и отсев неперспективных подмножеств. Множество решений разбивается на 2 подмножества. Для того выбирается коммуникация (i_0, j_0) с наибольшей характеристикой. В одно подмножество включаются все решения, содержащее переход (i_0, j_0), в другое – решение, не содержащее этого перехода. Для каждого подмножества корректируются матрицы затрат и находятся оценки сверху и снизу оптимального значения критерия. **Отсев неперспективных подмножеств** реализуется в соответствии с принципом метода ветвей и границ – если прогноз H оптимального значения критерия на подмножестве больше достигнутого значения W на каком-либо другом подмножестве. Порождение и отсев подмножеств повторяется до тех пор, пока не останется одно не исключенное множество, на котором достигнуто прогнозное значение W=H. В знаменателе дроби указан прогноз оптимального значения критерия. На множестве верхняя граница 10 вершины совпала с исходной, следовательно, найдено оптимальное решение.

Оптимальный план перевозок потребует двух транспортных средств. Минимальные затраты на перемещение составят 18 единиц. По первому

маршруту (0,1,4,0) будет перевезено 37 единиц груза, по второму (0,5,2,3,6,0) – 49 единиц.

В процессе исследования была рассмотрена специфика транспортной логистики современного общества и влияние математических методов ее регулирования и получены следующие выводы:

- Внедрение математических методов в деятельность организации способствует регулированию финансового потока
- Снижение транспортных затрат позволяет эффективно перераспределять денежные ресурсы, внедряя излишек в производство достижения НТП, повышая квалификацию трудовых и научных кадров, увеличивая темпы производства, улучшая качество создаваемой продукции
- Минимизация рисков загруженности транспортных маршрутов является гарантом оперативной деятельности предприятия, распространяя положительную репутацию организации.

Список литературы:

1. Математические модели и методы в логистике: учеб. пособ. / В.С. Лубенцова. Под редакцией В.П. Радченко: - Самара. Самар. гос. техн. ун-т, 2008, - 157 с.: ил.
2. Литл Дж., Мурти К., Суини Д., Кэрел К. Алгоритм для решения задачи о коммивояжере // Экономика и математические методы. 1965. Т. 1. Вып. 1. С. 94–107.
3. https://www.google.ru/maps // API Google maps.
4. Костюк Ю.Л., Пожидаев М.С. Приближенные алгоритмы решения сбалансированной задачи k коммивояжеров // Вестник Томского государственного университета. Серия «Управление, вычислительная техника и информатика», 2008. № 1 (2). С. 106–112.

АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗАРУБЕЖНЫХ ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫХ КОРПОРАЦИЙ

Малая Оксана Олеговна
студент,
кафедра международных отношений ЮРИУ РАНХиГС,
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: oksana.veber.98@gmail.com

Иванова Дарья Евгеньевна
научный руководитель,
ст. преподаватель кафедры экономической теории
и предпринимательства ЮРИУ РАНХиГС,
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: d.e._ivanova@mail.ru

На современном этапе развития мировой экономики количество ТНК растет быстрыми темпами. Так, например, в 1970 г. их насчитывалось около 7,3 тыс., а совокупный оборот составлял около 626 млрд. долларов. К началу 1990 г. их число составляло 37 тыс., а их оборот оценивался в 7 млрд. долларов. На начало 2012 г. число ТНК составляло уже около 82 тыс. с оборотом в 30 трлн. долларов. Значительное увеличение количества транснациональных корпораций объясняется многими причинами, основной из которых считается конкуренция, благодаря которой компании снижают издержки и увеличивают масштабы производства, а также вводят новейшие технологии, ищут новые рынки сбыта, дешевую рабочую силу, размещают производство там, где ниже налогообложение и т. д.

Большая часть крупнейших ТНК расположена в США, Западной Европе и Японии. Компании этих стран сосредоточили в своих руках практически неограниченную экономическую власть и закрепили за собой около трети всех иностранных капитальных вложений.

Наиболее крупными ТНК по версии Fortune являются Wal-Mart, Berkshire, Apple, Exxon Mobil и McKesson (табл. 1) [1].

Таблица 1.

Рейтинг наиболее крупных компаний США

№	Компания	Страна	Сектор	Активы (млрд $)	Занятость (человек)
1	Walmart	США, Бентонвилл	Розничная торговля	198,825	2,300,000
2	Berkshire Hathaway	США, Омаха	Финансы	620,854	367,700
3	Apple	США, Купертино	Технологии	321,686	116,000
4	Exxon Mobil	США, Ирвинг	Энергия	330,314	72,700
5	McKesson	США, Сан-Франциско	Оптовая торговля	56,563	68,000
6	UnitedHealth Group	США, Миннетонка	Здравоохранение	122,810	230,000
7	CVS Health	США, Вунсокет	Здравоохранение	94,462	204,000
8	General Motors	США, Детройт	Автомобили и запчасти	221,690	225,000
9	AT&T	США, Даллас	Телекоммуникации	403,821	268,540
10	Ford Motor	США, Дирборн	Автомобили и запчасти	237,951	201,000
11	AmerisourceBergen	США, Честербрук	Оптовая торговля	33,656	18,500
12	Amazon.com	США, Сиэтл	Технологии	83,402	341,400
13	General Electric	США, Бостон	Промышленность	365,183	295,000
14	Verizon Communications	США, Нью-Йорк	Телекоммуникации	244,180	160,900
15	Cardinal Health	США, Дублин	Оптовая торговля	34,122	37,300

Первое место в этом рейтинге занимает компания Wal-Mart.

Wal-Mart Stores - крупнейшая розничная сеть не только в США, но и в мире. В ее состав входит более 10 000 магазинов в различных странах мира. Благодаря огромным оборотам компании Wal-Mart Stores, цены в ее магазинах значительно ниже, чем в среднем по рынку и практически равны оптовым.

Основатель компании Сэм Уолтон начал свой бизнес с покупки франшизы магазина Ben Franklin. За несколько лет он превращает свой магазин в один из лучших магазинов сети Ben Franklin. Через несколько лет владелец марки Ben Franklin отказывается продлевать франшизу с Сэмом Уолтоном. Сэм Уолтон открывает свои магазины под маркой "Five & Ten Cents" и через некоторое время сеть Five & Ten Cents быстро разрастается.

В 1962 году в городе Роджерс Уолтон открывает свой первый магазин, ставший прототипом для всех магазинов сети Wal-Mart.

Таблица 2.

Ключевые показатели компании Wal-Mart

Показатели	2016	2017
Количество магазинов	11695	11718
Выручка	485873	500342
Операционная прибыль	22764	20437
Чистая прибыль	13643	9862

По сравнению с 2016 г. количество магазинов Wal-Mart выросло на 23 (табл. 2) [2], что может говорить о том, что компания расширяется и укрепляет позиции на рынках. Совокупная выручка выросла на 3,0 % - до $500,3 млрд. При этом доходы международного сегмента увеличились на 1,7 % до $118,1 млрд на фоне увеличения доходов от электронной торговли и благоприятных колебаний валютных курсов. В географическом разрезе 9 из 11 рынков показали положительную динамику продаж.

Доходы сегмента Walmart U.S. выросли на 3,5 % до $318,5 млрд. вследствие роста сопоставимых продаж, ставших результатом увеличения трафика, а также увеличения оборотов электронной коммерции. Операционная прибыль сегмента выросла на 0,7 % до $17,7 млрд, оставаясь под давлением роста транспортных расходов, а также продолжающихся инвестиций в цифровую розничную торговлю и информационные технологии.

В итоге чистая прибыль Wal-Mart Stores сократилась на 27,7 % до $9,9 млрд. За отчетный период компания выкупила собственных акций на $8,3 млрд, еще $6,1 млрд выплатила акционерам в виде дивидендов.

Berkshire Hathaway когда-то генерировал основную часть своих доходов от инвестиционного мастерства Баффета. Сегодня это конгломерат из десятков компаний от компании по страхованию автомобилей Geico до производителя нижнего белья Fruit of the Loom и железнодорожного гиганта Burlington Northern. Berkshire генерирует около трех четвертей своих доходов от своих нефинансовых операционных предприятий. Компания была основана в 1889 году и имеет штаб-квартиру в Омахе, штат Небраска.

Принадлежащая миллиардеру Уоррену Баффетту инвесткомпания Berkshire Hathaway отчиталась за 2017 год с рекордной чистой прибылью - $44,9 млрд. По сравнению с 2016 годом показатель вырос в 1,9 раза. Чистая прибыль в четвертом квартале выросла более чем в пять раз, до $32,6 млрд.

Столь значительный рост связан с налоговой реформой в США, снижающей ставку налога для корпораций с 35% до 21%. Таким образом, $29,1 млрд прибыли Berkshire Hathaway приходится именно на будущее сокращение выплат [3].

Основанная в 1976 году компания Apple за свою историю переживала яркие взлеты и головокружительные падения. Начав с производства ПК в 70-х, в 2012 году Apple стала самой дорогой компанией в мире. Основатель корпорации Стив Джобс - одна из наиболее ярких фигур в мировой истории ИТ-бизнеса.

Доход компании за третий квартал 2018 г. составил 53,3 млрд долларов США. Это на 17 % больше, чем в предыдущем году. Чистая прибыль на акцию выросла на 40 % и составила 2,34 долларов. Международные продажи составили 60 % от квартального дохода.

Прогнозы компании Apple на четвертый квартал 2018 финансового года:

- доход на уровне от 60 млрд до 62 млрд долларов;
- валовая квартальная прибыль на уровне от 38 % до 38,5 %;
- операционные расходы на уровне от 7,95 млрд до 8,05 млрд долларов;
- другие доходы/(расходы) в размере 300 млн долларов;
- налоговые отчисления в размере 15 процентов [4].

Четвертое место в рейтинге занимает компания Exxon Mobil. За последние 125 лет корпорация Exxon Mobil прошла путь от небольшой провинциальной американской компании по продаже керосина до крупнейшей в мире нефтедобывающей и нефтехимической корпорации открытого типа. Сегодня корпорация работает в большинстве стран мира и хорошо известна под такими торговыми марками, как «Эксон» (Exxon), «Эссо» (Esso) и «Мобил» (Mobil). Exxon Mobil выпускает продукцию, которая приводит в движение современный транспорт и питает энергией города, производит смазочные материалы для оборудования и нефтехимическое сырье для производства тысячи наименований потребительских товаров.

Таблица 3.

Финансовые показатели компании Exxon Mobil

Показатели (млрд долл)	2015	2016	2017
Выручка	268,82	208,11	244,36
Чистая прибыль	16,15	10,06	15,29

Менеджмент Exxon Mobil, несмотря на сложную рыночную конъюнктуру, пытается стабилизировать финансовые показатели компании (табл. 3). Стоит отметить, что компания значительно увеличила капитальные затраты в 2017 году по сравнению с 2016 году. (табл. 3) [5]. Так, например, ожидается увеличение ежедневной добычи в Пермском бассейне (Permian) на 600 тыс. баррелей нефтяного эквивалента, тогда как первая добыча нефти на проекте Лиза Фаза I в Гайане начнется в марте 2020 года (на текущий момент идет бурение скважин).

Таким образом, зарубежные ТНК играют большую роль в мировом товарообороте. На сегодняшний день их число постоянно растет. Также транснациональные компании расширяются и открывают новые рынки, о чем свидетельствует большое количество показателей.

Список литературы:

1. Официальный сайт «Fortune». [электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: http://fortune.com/fortune500/ (Дата обращения 11.01.2019).
2. Официальный сайт издательства «Коммерсант». [электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: https://www.kommersant.ru/doc/3623726 (Дата обращения 11.01.2019).
3. Официальный сайт «Tadviser». [электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: http://www.tadviser.ru/index.php/ (Дата обращения 11.01.2019).
4. Официальный сайт компании «Apple». [электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: https://www.apple.com/ru/newsroom/2018/07/apple-reports-third-quarter-results/ (Дата обращения 12.01.2019).
5. Сайт финансовых новостей «Trtf.ru». [электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: https://trtf.ru/exxon-mobil-mirovoy-lider-v-neftegazovoy-otrasli/ (Дата обращения 12.01.2019).

ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ТРАНСПОРТНЫЙ КОМПЛЕКС РОССИИ

Малая Оксана Олеговна
студент,
кафедра международных отношений ЮРИУ РАНХиГС,
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: oksana.veber.98@gmail.com

Буханов Антон Сергеевич
студент,
кафедра налогообложения и бухгалтерского учета
ЮРИУ РАНХиГС,
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: bookert161@yandex.ru

Иванова Дарья Евгеньевна
научный руководитель,
ст. преподаватель кафедры экономической теории
и предпринимательства ЮРИУ РАНХиГС,
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: d.e._ivanova@mail.ru

Комплексные инвестиционные проекты в транспортной системе являются важным фактором для большинства регионов, в которых они реализуются, особенно в сложившейся экономической ситуации в стране. Эти проекты выступают в качестве основы для роста экономики страны, тем самым они являются гарантом удовлетворения потребностей и интересов государства и закладывают фундамент для динамического развития экономики.

Один из основных факторов, поддерживающий экономический рост любой страны – развитие транспортной инфраструктуры.

Для решения обостряющихся проблем в этой сфере инвестирование в транспортную инфраструктуру – это эффективный и надежный способ стимулирования экономики. В краткосрочной перспективе вложение инвестиций в транспортную инфраструктуру решает важные социальные вопросы и создает новые рабочие места.

В среднесрочной перспективе способствует экономическому росту региона, территорий, а в долгосрочной перспективе инвестиции помогают создать такой

эффект, при котором снижаются издержки и экономика демонстрирует высокие показатели роста, в результате улучшается качество жизни населения в целом.

Транспортная система России работает на пределе своих пропускных возможностей и требует своего качественного развития.

В 2017 г. объём инвестиций в области транспорта в абсолютном значении составил почти 2 триллиона — 1,8 триллиона рублей. Однако относительные значения этих цифр по отношению к внутреннему валовому продукту составляют 2-1,95 % от ВВП.

В сравнении с Китаем и Европой это в несколько раз меньше.

Поэтому основная задача за предстоящее пятилетие к 2024 году -качественно увеличить объём инвестиций, доведя его до почти 2,5 % ВВП. В соответствии со стратегией к 2035 году — до почти 3,5 % [1].

В связи с данной ситуацией первый вице-премьер Антон Силуанов поручил министерствам финансов, транспорта и экономического развития предоставить правительству предложения по развитию транспортной инфраструктуры для исполнения майского указа президента Владимира Путина. Ведомства должны определить ключевые проекты для развития и разработать механизм привлечения частных инвестиций в соотношении 3:1 к государственным.

Инфраструктурная часть майского указа оценивается правительством в 10 трлн. руб. Для этого в бюджете за счет выпуска гособлигаций будет создан на шесть лет фонд объемом в 3 трлн. руб.

Бюджетные ассигнования в сфере транспорта к 2035 году, согласно новой Транспортной стратегии России, будут удвоены. Актуализированный документ государственного планирования Минтранс РФ собирается анонсировать в конце текущего года.

Инвестиции в российский транспортный сектор в 2018 году составили 1,3 трлн рублей. Согласно «Транспортной стратегии России на период до 2035 года», к 2035-му – их объем составит 8 трлн. рублей.

За последние десять лет это наиболее заметное перераспределение денежных средств, выделенных на развитие транспортного комплекса в рамках федерального бюджета. В то же время федеральный центр намерен строго контролировать все вложенные финансовые ресурсы: будет повышена ответственность за выполнение инвестиционных проектов госпрограммы.

Аналогично и другие виды транспорта вовлекаются в инвестиции со стороны частного бизнеса. За последние два года на уровни в 65-70 миллиардов рублей ежегодно вышли инвестиции в портовую отрасль и судостроение. При этом к 2021 году долю государственного финансирования проектов портовой инфраструктуры планируется снизить до 15-20 процентов. Активное развитие портов связано как с переключением российских грузопотоков из гаваней Прибалтики в отечественные, так и привлекательностью экспортных направлений, в частности на Дальнем Востоке [2].

Таким образом, инвестиции в транспортный комплекс Российской Федерации постоянно растут. Об этом свидетельствуют государственные программы и интерес с частного сектора. При этом отмечается постоянное увеличение инвестиций. Так, если в 2017 году объем инвестиций составил 1.8 триллионов рублей, то к 2035 году их объем составит 8 трлн. рублей.

В России поддержание и формирование инфраструктурных объектов на всегда имело определенные трудности. На современном этапе развития рыночных отношений финансирование происходит по остаточному принципу. Основная часть средств поступает из бюджета, и в большинстве случаев этих средств недостаточно. Старые объекты изнашиваются и требуют модернизации. Существует нехватка вложений в авто- и железнодорожную инфраструктуру, в высокотехнологичные и специализированные комплексы. Другими проблемами являются рост транспортных издержек, нерациональное задействование мощностей. В современных условиях в связи с положительным влиянием развития инфраструктуры на экономический рост территориальных образований, развитие предпринимательства, разработку новейших технологий, необходима разработка методов решения поставленных задач, среди которых привлечение частных инвестиций играет важную роль [3].

На активность частных инвесторов, в первую очередь, влияет такой фактор, как инвестиционная привлекательность региона. На данный фактор влияют множество показателей. К ним можно отнести: конкуренция, уровень экономического роста региона, факторы риска, размеры рынка, темпы роста рынка и другие. В России существует большое количество регионов с потенциалами роста, но большинство инвесторов бояться вкладывать в районы, которые расположены далеко от основных центров страны. В итоге большую долю капиталовложений получают регионы с крупными городами, где большая доходность и меньший риск.

Таким образом, можно выделить основные проблемы, решение которых может помочь увеличить количество инфраструктурных инвестиций в Россию.

Во-первых, необходимо обеспечить прозрачность и конкурентоспособность тендерных процедур, что поспособствует росту эффективности инвестиций в российскую инфраструктуру.

Во-вторых, необходимо содействие государства в достижении требуемого уровня доходности вложенных средств. Из-за недостаточных гарантий возврата вложений частный сектор боится вкладывать свои финансовые средства инфраструктуру.

В-третьих, для большей эффективности, финансирование в региональные проекты должно поступать из федерального бюджета. При этом получению такого финансирования должно предшествовать выполнение предварительных условий, которые снизят риск и увеличат шансы на успех проекта. Необходима разработка региональных стратегий развития инфраструктуры регионов [4].

Таким образом, следует учитывать инвестиционную привлекательность региона как важный фактор, влияющий на активность инвесторов. При этом, учитывается и множество других факторов, оказывающих влияние на привлечения инвестиций в транспортный комплекс страны.

Инвестиционная деятельность в транспортном комплексе ведется на основе федеральных целевых программ и деятельности частных инвесторов.

В целом, в Российской Федерации имеются все современные виды транспорта, а размещение и структура транспортных коммуникаций внутри страны отвечают внутренним и внешним транспортно-экономическим связям, не смотря на то, что нуждаются в больших инвестициях

Инвестиции в транспортный комплекс Российской Федерации постоянно растут. Об этом свидетельствуют государственные программы и интерес с частного сектора. При этом, отмечается постоянное увеличение инвестиций. Так, если в 2017 году объем инвестиций составил 1.8 триллионов рублей, то к 2035 году их объем составит 8 трлн. рублей.

Таким образом, инвестирование в транспортный комплекс является крайне важной задачей для государства и очень перспективным направлением для частного бизнеса.

Список литературы:

1. Объем инвестиций в транспорт нужно увеличить к 2024 году, заявил Соколов. [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: https://ria.ru/20180413/1518533285.html (Дата обращения: 8.01.2019).
2. Обновление для роста. [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: http://mbsz.ru/?p=30775 (Дата обращения: 8.01.2019).
3. Приток частного капитала в транспортную инфраструктуру увеличивается. [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: https://rg.ru/2018/05/23/pritok-chastnogo-kapitala-v-transportnuiu-infrastrukturu-uvelichivaetsia.html (Дата обращения: 8.01.2019).
4. Пинчук Д.И. Активизация инвестиционных вложений в транспортную инфраструктуру как основа развития страны. [Электронный ресурс] – Режим доступа. - URL: https://applied-research.ru/ru/article/view?id=11711 (Дата обращения: 8.01.2019).

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Миронова Татьяна Андреевна
студент, кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»,
инженерно – экономического факультета,
Ульяновский Государственный Технический университет,
РФ, г. Ульяновск
E-mail: Mironovatanya140299@mail.ru

Филиппова Ирина Александровна
научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры «Экономическая теория»,
инженерно – экономического факультета,
Ульяновский Государственный Технический университет,
РФ, г. Ульяновск

Аннотация. В своей статье затронула тему конкурентоспособности страны, рассмотрела глобализацию экономики и массовый приход на российский рынок предприятий-импортов.

Abstract. In the article touched upon a subject of competitiveness of the country, considered globalization of economy and mass arrival on the Russian market of the enterprises imports.

Ключевые слова: экономика, конкурентоспособность, глобализация, импорт, спрос.

Keywords: economy, competitiveness, globalization, import, demand.

Важнейшим условием перехода РФ от объекта глобализации к субъекту является обязательное повышение конкурентоспособности экономической системы нашей страны по трем основным понятиям, которые диктуются ходом развития глобализации: должностью устойчивой стабильности среды макроэкономики, а также инновационному экономическому росту и идентично функционирующим общественным институтам. Этим обуславливается актуальность выбранной темы.

Процесс вхождения российской экономики в глобальные мирохозяйственные отношения объясняются важностью институционального сближения и взаимодействия с различными мирохозяйственными субъектами.

Эксперты выделяют следующие преимущества экономики РФ:

- высокий рост рынка;
- малый государственный долг;
- большие запасы сырья;
- эффективная фискальная политика;
- объемность сырья;
- сохранение достаточно высокого образовательного и научного уровня;
- цепочка редких производств в оборонной промышленности.

Россия в свою очередь должна выстраивать отношение с международными организациями на основе собственных геополитически и геоэкономических интересов, обеспечении экономической и национальной безопасности страны. Другими словами, Россия может претендовать на субъектность таковой в будущем.

На сегодняшний день можно с уверенность заявить, что у России нет альтернативы интеграции в глобализирующемся мировом рынке. Экономическое развитие нашей страны, безусловно, связаны с вхождением ее в современное мировое хозяйство, с нахождением своего места в процессах глобализации. В мире глобализации возрастает роль качества государственной экономической политики.

В современной России актуальной проблемой считается, роль государства в решении проблем повышения конкурентоспособности хозяйственной системы страны, но и также достижения страной статуса субъекта процессов глобализации.

В РФ разрушение системы директивной экономики не привело к формированию конкурентного рынка. Вместо этого рынка обосновался псевдорынок, в котором действовали правила игры, соотношением сил группировок, которые захватили контроль над бывшей государственной собственностью.

Конкурентоспособность производимой продукции, ее качество являются важнейшими факторами развития экономики страны.

Устаревшее оборудование и технологии, несоответствующие современному уровню развития, могут негативно сказаться на затратах, показателях качества, следовательно это приведет к несоответствию мировым стандартам, что не позволяет конкурировать с иностранными аналогами. Предприятия не могут обновлять оборудования, обновлять продукцию, совершенствовать ее, также обновлять само оборудование. Низкая эффективность, в свою очередь, экспортных операций способна повлиять на высокие затраты на производство, вследствие чего международная деятельность предприятия становится низкодоходной. Предприятиям не хватает оборотных средств из-за сложного механизма привлечения внешних источников финансирования.

В мировом понимании не существует экстенсивного и интенсивного типа экономического роста в чистом виде. Экономический рост России является смешанным типом экономического роста, поскольку рост достигается путем качественных и за счет количественных факторов, прирост осуществляется также за счет приумножения используемого труда и сырья, и за счет усовершенствования технологии производства.

В настоящее время для России остается открытой проблема, которая сложилась в неблагоприятных условиях, вызванными международными обострениями в области геополитики, устойчивости экономического роста. К сожалению, несмотря на скромную положительную динамику роста экономики России, легких факторов и путей развития страны не осталось. Дальнейший рост достижим за счет большого объема финансовых вложений либо инвестирование новых инновационных производств.

Таким образом, чтобы удержать конкуренцию в условиях развития мировых лидеров усилий по повышению своей конкурентоспособности, России нужна государственная конкурентная стратегия. Но при этом стратегия не может быть просто частью государственной экономической политики, которая призвана «способствовать развитию конкуренции на рынках,

стимулировать создание и развитие конкурентной среды и конкурентных механизмов, обеспечивать равные конкурентные условия». На мой взгляд, государственная конкурентная политика должна выступать неотъемлемым элементом стратегии развития государства, которая направлена на создание благоприятных внешних и внутренних условий для реализации интересов государства, общества и личности в условиях жесткой глобальной конкуренции.

Список литературы:

1. Антипова Т.С. Перспективы и проблемы импортозамещения информационных технологий в России / Т.С. Антипова, Р.С. Зарипова / Инновации в информационных технологиях, машиностроении и автотранспорте: сборник материалов Международной научно-практической конференции. – Кемерово, 2017. – С. 4-6.
2. Бренделева Е.А. QWERTY – эффекты, институциональные ловушки с точки зрения трансакционных издержек // Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2015.
3. Злыгостев Д.Д. Информационная безопасность как инструмент обеспечения экономической безопасности предприятий / Д.Д. Злыгостев, Р.С. Зарипова / Инновации в информационных технологиях, машиностроении и автотранспорте: Сборник материалов Международной научно-практической конференции. – Кемерово, 2017. – С. 23-25.
4. Зарипова Р.С. Инновационные аспекты подготовки технических специалистов/ Р.С. Зарипова, Р.Р. Галямов / Аллея науки. – 2017. – Т. 1. – № 15. – С. 343-346.

ИССЛЕДОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНОЙ ПОЛИТИКИ

Михайлова Светлана Геннадьевна
студент,
кафедра Таможенного дела и правового обеспечения
внешнеэкономической деятельности УлГУ,
РФ, г. Ульяновск
E-mail: mikhaylova.sveta.98@mail.ru

Денежно-кредитная политика является одним из главных элементов экономической политики. Монетарная политика – это совокупность взаимосвязанных государственных мероприятий в сфере денежного обращения и кредита, которые направлены на обеспечение стабильности цен, полной занятости населения и высоких неинфляционных темпов экономического роста. Монетарная политика воздействует на различные макроэкономические процессы (инфляция, безработица, экономический рост) с помощью денежно-кредитного регулирования.

Денежно-кредитную политику, как правило, осуществляет государственный орган – центральный банк страны. Центральный банк обладает достаточной независимостью, которая состоит в способности самостоятельно организовывать и осуществлять свою деятельность в пределах полномочий, установленных в законодательном порядке. Следовательно, центральный банк страны располагает определенными методами воздействия на экономику. Достижение основных целей денежно-кредитной политики осуществляется с помощью использования многообразных инструментов. Выбор и сочетание инструментов, которые применяются в определенной экономической ситуации, зависит от стратегии центрального банка. Одним из основных принципов определения стратегии центральным банком служит ориентация на регулирование темпа роста денежной массы в национальной экономике, опираясь на внутренние и внешние показатели. Инструменты монетарной политики должны обладать максимальной действенностью и равномерностью воздействия на конкурентоспособность всех кредитных институтов.

Основными инструментами денежно-кредитной политики являются:

- денежная эмиссия;
- операции на открытом рынке;
- учетная ставка;
- политика обязательного резервирования;
- валютная политика и др.

Денежная эмиссия является самым простым инструментом монетарной политики. Она может осуществляться как в наличной, так и безналичной форме. Эмиссия безналичных денег представляет собой выдачу центральным банком кредитов другим банкам. Так как рыночная экономика циклична, то регулирование денежной массы зависит от состояния конъюнктуры. В кризис темпы денежной массы ускоряются, так как центральный банк должен увеличить количество денег в обращении, наращивая потребительский спрос, а на подъеме темпы денежной массы начинают резко сокращаться, чтобы уменьшить возникшую в стране инфляцию.

Операции на открытом рынке – это операции по купле-продаже государственных, ценных бумаг. Для сдерживания денежной массы центральный банк проводит операции по продаже ценных бумаг на открытом рынке, в целях стимулирования экономики. А если в экономике с низкой конъюнктурой возникает необходимость увеличения денежной массы в обращении, то центральный банк скупает государственные облигации у коммерческих банков, так как спрос на ценные бумаги возрастает и становится больше чем предложение, следовательно цена облигаций растет, а доходность соответственно падает. Коммерческие банки теряют интерес хранения активов и начинают продавать их центральному банку, следовательно, они направляют полученные от него деньги на кредитование отечественной экономики. Все это способствует увеличению потребительского и инвестиционного спроса, а также рост ВВП, если в стране неполная занятость. На пике подъема центральный банк будет наоборот продавать свои ценные бумаги, понижая их рыночную

цену. Тем самым, повышается процентная ставка и доходность ценных бумаг, население начинает скупать их, и денежная масса в обращении сокращается.

Метод продажи ценных бумаг на открытом рынке имеет ряд преимуществ:

- гибкость, так как данные операции могут осуществлять в любых объемах;
- легко обратимы, т. е. если происходит ошибка, то можно провести обратную сделку (например, в случае чрезмерной продаже можно быстро скупить часть ценных бумаг);
- быстро осуществимы и не зависят от административных решений. Когда центральный банк решает изменить денежную массу, то он просто дает указания для осуществления нужных операций. Такие преимущества дают повод называть операции на открытом рынке основным инструментом монетарной политики, но для их осуществления необходим развитый открытый рынок.

Учетная ставка – это процентная ставка, по которой центральный банк страны предоставляет кредиты коммерческим банкам. Ставка реформирования выступает количественным ориентиром для ставок по межбанковским кредитам, а также по кредитам коммерческих банков, которые они предоставляют различным фирмам. В условиях спада центральный банк начинает понижать учетную ставку и коммерческие банки получают возможность приобрести дополнительные кредиты, которые способствуют увеличению денежного предложения в стране. И наоборот, на фазе подъема, когда появляется инфляция, центральный банк поднимает ставку, что вызывает рост процентной ставки по кредитным операция коммерческих банков и это приводит к их сокращению, поскольку кредит становится дорогим и спрос на него упадет. Так мы боремся с большой денежной массой в обращении, но чем выше процентная ставка, тем ниже склонность к инвестированию и, следовательно, тормозится развитие народного хозяйства.

Норма обязательных резервов – отношение суммы обязательных денежных резервов, которые коммерческие банки должны хранить в центральном банке, к общему объему обязательств коммерческого банка. По-другому говоря, соответствующую данной норме денежную сумму коммерческий банк не имеет

права давать взаймы и обязан держать на своем счете в центральном банке. Нормы обязательных резервов применяются для регулирования денежной массы в обращении, а также являются некой гарантией по вкладам клиентов. Они дифференцируются в зависимости от степени ликвидности привлекаемых депозитов по принципу: чем выше ликвидность, тем выше резервная норма, т. е. если активы банка способны быстро продаваться, то процент норматива депозитных обязательств, которые коммерческий банк хранит в центральном банке, будет больше. Центральный банк управляет активами коммерческих банков и, следовательно, может регулировать денежную массу в стране. Обязательное резервирование можно представить как сложную систему из взаимосвязанных элементов. Так система обязательное резервирования состоит из двух компонентов:

Направления и формы валютной политики, проводимой центральным банком, зависят от внутриэкономического положения страны. Осуществляется валютный контроль, который обеспечивает соблюдение валютного законодательства при осуществлении валютных операций. Одним из важнейших средств реализации валютной политики является валютное регулирование. На валютном рынке происходит регулирование обменного курса национальной валюты. Если ставится задача защитить отечественную валюту от падения или нарастает угроза выхода ее за рамки валютного коридора, то центральный банк изымает из своих резервов определенную сумму и в ходе валютной интервенции покупают национальную валюту для недопущения падения курса рубля. В период спада следует ослаблять курс рубля для поощрения экспорта и уменьшения импорта, поэтому центральный банк применяет меры по скупке иностранной валюты. Взамен он начинает выпускать в обращение в большем объеме национальную валюту.

Таким образом, использование рассмотренных инструментов денежно-кредитной политики помогает достигнуть таких целей, как ценовая стабильность, сохранение устойчивого валютного курса, финансовая стабильность и содействие экономическому росту страны. Основным инструментом монетарной политики

в современном мире является операции на открытом рынке, так как они легко обратимы и гибки, а также продажа и покупка ценных бумаг происходит быстро и в значительных объемах.

Список литературы:

1. Жученко О.А. Инструменты денежно-кредитной политики и их использование / О.А. Жученко // Вестник РГГУ. – 2009. – № 3. – С. 65–73.
2. Капканщиков С.Г. Государственное регулирование экономики: учебное пособие / С.Г. Капканщиков. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2012. – 269 с.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТАТИСТИКА ЗАНЯТОСТИ И БЕЗРАБОТИЦЫ

Неделькина Ольга Владимировна
студент, кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»,
инженерно – экономического факультета,
Ульяновский Государственный Технический университет,
РФ, г. Ульяновск
E-mail: Olya.nedelkina@yandex.ru

Старостина Татьяна Геннадьевна
научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры «Финансы и кредит»,
инженерно – экономического факультета,
Ульяновский Государственный Технический университет,
РФ, г. Ульяновск

Аннотация. Мировая практика показывает**,** что экономическое развитие страны, частично, выражается в показателях занятости и безработицы. Это обусловлено тем, что эти показатели являются социально-экономическими явлениями. Проблема занятости и безработицы стоит очень остро и нуждается в скорейшем решении, т. к. может негативно сказаться на экономике страны.

Abstract. World practice shows that the economic development of the country, in part, is expressed in terms of employment and unemployment. This is due to the fact that these indicators are socio-economic phenomena. The problem of employment and unemployment is very serious and needs to be addressed as soon as possible, because can adversely affect a country's economy.

Ключевые слова: рынок труда, экономически активное население, государственная программа, безработица, занятость.

Keywords: labor market, economically active population, state program, unemployment, employment.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что рынка труда занимает особое место в экономике и является фундаментом рыночных отношений. Неустойчивое положение на рынке труда в РФ порождает серьезные

экономические и социальные проблемы. Такие как низкие доходы физических лиц, самоутверждение человека в обществе, неспособность к принятию решений и др.

Рынок труда – составляющая часть любой рыночной экономики, выполняющая функции механизма распределения и перераспределения общественного труда по сферам и отраслям хозяйства, видам и формам занятости, по критериям эффективности труда и производства в соответствии со структурой общественных потребностей и форм собственности.

Занятость – одна из важнейших социально-экономических проблем рыночной экономики.

Уровень занятости рассчитывается как отношение численности занятых к численности экономически активного населения. Он характеризует как доля населения, имеющего работу в численности всего населения в возрасте от 15 лет и старше.

Также уровень занятости определяется степень использования трудоспособного населения в сфере общественно полезного труда. Величина этого показателя показывает сложившуюся экономическую ситуацию в стране. Она зависит от развития производительных сил, научно-технического прогресса в обществе, уровня благосостояния населения.

Существуют такие виды занятости:

- Полная занятость предполагает создание таких условий жизни, при которых каждому трудоспособному человеку предоставляется возможность при его желании быть занятым или незанятым. Также полная занятость не означает, что трудоспособное население в трудоспособном возрасте обязательно должны быть занятым.

- Частичная занятость – это заранее обусловленная работа в течение неполного рабочего дня, неполной рабочей недели. Она характерна странам с высоким уровнем экономического развития, где состояние науки создает экономические условия для частичной занятости.

А теперь что качается безработицы – явление распространенное. Такое явление касается всех сфер жизни человека, провоцируя изменение производства. Уровень безработицы определяется путем анализа соотношения числа населения, которое не может устроиться на работу, но при этом являются трудоспособными к числу работающих лиц. В РФ, к сожалению, число безработицы с 2014 года непреклонно растет.

Оценка показателей, которые влияют на показатель безработицы, производится при помощи:

- Коэффициента занятости населения – выражается удельное число взрослого населения, которое имеет непосредственно занято в процессе производства в диапазоне страны.
- Нормы безработицы – численность безработных в процентном соотношении к численности рабочих.
- Процентное соотношение естественной безработицы – процентное соотношение между безработными и рабочими в момент экономического благосостояния.

Стоит отметить, что норма безработицы или ее уровень, периодически изменяется под влиянием производства, роста или спада экономики, технического прогресса, зависящего от квалификации сотрудников, профессионализма наемного персонала. При расширении и подъеме производства уровень безработицы падает вниз, в противном случае происходит рост показателя. Вдобавок, динамика ВНП и безработицы неразрывно связаны между собой.

Экономисты занимаются изучением таких вопросов, как занятость и безработица, не только для определения причин нестабильности положения, но и для развития государственной политики, которая способна повлиять на занятость населения.

Государственная служба статистики РФ предоставила данные, по которым можно изучить показатели численности рабочей силы в возрасте 15 лет и старше за период 2017 – 2018 гг. по месяцам.

Таблица 1.

Динамика численности рабочей силы в возрасте 15 лет и старше

Периоды	Рабочая сила		В том числе				Уровень безработицы, %
			Занятые		Безработные		
	млн. человек	в % соотв. периоду предыду-щего года	млн. чел.	в % соотв. период. пред. года	млн. чел.	в % соотв. период. пред. года	
2017 г.							
Янв.	76.1	100.2	71.8	100.4	4.3	96.8	5.6
Фев.	75.6	99.4	71.4	99.6	4.2	95.4	5.6
Март	76.0	99.7	71.9	100.3	4.1	90.0	5.4
I кв	75.9	99.7	71.7	100.1	4.2	94.0	5.5
Апр.	75.9	99.3	71.9	99.9	4.1	89.6	5.3
Май	76.0	99.1	72.1	99.5	3.9	91.7	5.2
Июнь	76.2	98.8	72.3	99.2	3.9	92.1	5.1
II кв	76.0	99.1	72.1	99.4	4.0	91.1	5.2
Июль	76.4	98.7	72.5	98.9	3.9	94.7	5.1
Август	76.9	98.9	73.1	99.2	3.8	93.9	4.9
Сен.	76.8	99.4	73.0	99.6	3.8	95.0	5.0
III кв	76.7	99.0	72.9	99.2	3.8	94.5	5.0
Окт.	76.6	99.7	72.7	100.0	3.9	94.1	5.0
Нояб.	76.4	99.4	72.5	99.6	3.9	94.5	5.1
Дек.	76.5	99.3	72.6	99.6	3.9	94.5	5.1
IV кв	76.5	99.4	72.6	99.7	3.9	94.3	5.1
Год	76.3	99.3	72.3	99.7	4.0	93.5	5.2
2018 г.							
Янв.	75.8	99.6	71.9	100.1	3.9	91.3	5.2

Изучив данные с официального Государственного управления статистикой выборочного обследования рабочей силы среди населения в возрасте 15 лет и старше, можно сделать вывод: в 2018 г. численность рабочей силы составила 75.8 млн. человек. В их числе 71,9 млн. человек заняты в экономке, а 3.9 млн. человек не были заняты, но активно искали работу.

Таким образом, главными вопросами в рыночной экономике являются проблема безработицы и проблема занятости, для эффективной экономической деятельности необходимо решить все проблемы, связанные с этим. Влияние безработицы на активность трудовых ресурсов РФ очень большое. Приведенные данные в таблице позволяют выявить влияние экономических спадов в России на безработицу и занятость.

Список литературы:

1. Трудовой кодекс Российской Федерации: федер. Закон РФ от 30.12.2001 № 197 – ФЗ (ред. от 29.07.2017) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2017) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.trudkod.ru.
2. Лукашевич В.В. Основы управления персоналом: учебник для вузов / В.В. Лукашевич – М.: КНОРУС, 2012. – 272 с.
3. Ваниева Э.А. Безработица как актуальная проблема социально – экономического развития Украины / Э.А. Ваниева, С.Б. Абдурахманова, 2012. – с. 69 – 72.
4. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики.

О ВЛИЯНИИ РАЗВИТИЯ БИРЖЕВОЙ ТОРГОВЛИ НА РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Неделькина Ольга Владимировна
студент, кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»,
инженерно – экономического факультета,
Ульяновский Государственный Технический университет,
РФ, г. Ульяновск
E-mail: Olya.nedelkina@yandex.ru

Филиппова Ирина Александровна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент,
инженерно – экономический факультет,
направление «Экономическая теория»
Ульяновский Государственный Технический университет,
РФ, г. Ульяновск

ABOUT THE IMPACT OF DEVELOPMENT OF EXCHANGE TRADE ON DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY

Аннотация. В статье исследуются фондовые и товарные биржи, а также их влияние на экономику России. Подчеркнуты основные каналы бирж, которые способны повлиять на организацию и на функционирование финансовой системы.

Abstract. In article stock and commodity exchanges and also their influence on economy of Russia are investigated. The main channels of the exchanges which are capable to influence the organization and functioning of a financial system are emphasized.

Ключевые слова: биржи, биржевая торговля, финансовая система, развитие экономики.

Keywords: exchanges, exchange trade, financial system, development of economy.

Биржевая сделка – это взаимное соглашение о передаче прав и обязанностей на биржевой товар. Такое соглашение достигается участниками

торгов в процессе биржевого торга, который регистрируется в установленном порядке на бирже, а также указывается в биржевом договоре. При заключении биржевых сделок также учитываются их собственности:

- сделку не может заключить биржа, также невозможно совершить ее за счет биржи;
- биржа может и обязана применять санкции, если участники в рамках биржевой сделки выполняют внебиржевые сделки;
- весь порядок заключения биржевой сделки определяют правила биржи, на которой они заключаются;
- сделки, которые совершены на бирже, но не соответствуют указанным правилам, считаются не биржевыми.

Общий механизм заключения сделки такой:

- подается заявка – одним из участников торгов;
- при удовлетворении условий двух разнонаправленных заявок из них формируется сделка;
- гарант обязательств – биржа.

Предметом купли-продажи в процессе сделки с ценными бумагами становятся имущественные права, заложенные в предмете сделки – ценной бумаге. Формы таких сделок просты – залог, купля и продажа. Такие сделки зависят:

- от срока исполнения;
- от происхождения средств – за собственные средства или заемные;
- от происхождения самих бумаг – сделки с собственными ценными бумагами или взятыми взаймы.

В соответствии с законодательством РФ биржевые сделки реализуются в особом месте, при условии публичности товаров и гласности, точно назначенное время. Также строго регламентирован состав участников. Объектом биржевых сделок могут быть эмиссионные ценные бумаги, которые допущенные к торгам.

Закон о рынке ценных бумаг (1) в ст. 2 фиксирует, что в процессе обращения ценных бумаг на фондовой бирже заключаются гражданско-правовые сделки, которые влекут за собой переход права собственности на ценные бумаги. Вдобавок порядок заключения таких сделок регламентируется как общим, так и специальным гражданско-правовыми нормами.

Подобные сделки с ценными бумагами могут заключаться как на биржевом рынке, так и на внебиржевом рынке. В данном случае покупатели и продавцы могут взаимодействовать напрямую или действовать через посредников.

Сделки, которые происходят без посредников, имеют место на «уличном» рынке, также на организованном биржевом рынке при заключении сделок между дилерами, и при использовании внебиржевых электронных торговых систем.

Посредниками между продавцами и покупателями являются профессиональные участники рынка ценных бумаг, которые реализуют брокерскую и дилерскую деятельность, либо деятельность по доверительному управлению ценными бумагами.

Суть всякой биржевой сделки основывается на заключении договора между двумя сторонами. Также сделка должна быть зарегистрирована, а содержание ее представляет собой перечисление объекта, цены, срока исполнения и сроков расчетов. Заключение сделки базируется на торгуемые товары, фондовые активы, которые допущены к котировке.

Биржевая сделка реализовывает множество возможностей таких как: договориться о поставках товаров, использовать инструменты для снижения или распределения рисков. Применение биржевой торговли предоставляет возможность снизить издержки оптовой торговли в огромных масштабах, но также обеспечить формирование единых цен в пределах сферы действия биржи. Активность бирж помогает создать такие правила оптовой торговли биржевыми товарами, которые способствуют максимизации объемов торговли, развитию равного доступа к торгам, уменьшению барьеров для проникновения

в отрасль. Биржа может способствовать эффективной организации ресурсных и товарных рынков, только в том случае если сможет реализовать перечисленные выше эффекты.

Стабильно экономика может развиваться только тогда, когда способна быстро и гибко перераспределять ресурсы в точки роста либо в проблемные зоны. Такие же качества экономика получает за счет финансово-кредитной системы, организации финансовых рынков, в том числе. Эффективный механизм, которые способен стимулировать развития предприятий это когда, рынок способен создавать равные условия для хозяйствования во всех возможных сферах экономической деятельности благодаря постоянному перемещению экономических ресурсов и капиталов в сфере наиболее выгодного применения и фиксировать относительно более выгодные условия на относительно продолжительное время только лишь благодаря эффективным предпринимательским решениям и инновациям. Инновация и предпринимательство соотносятся с гибкими рынками, которые в большей степени становятся таковыми за счет эффективной организации фондовых и товарных бирж. При оперативной организации бирж экономика быстрее воспринимает сигналы рынка и трансформирует их в предпринимательские решения, которые помогают управлять рисками. Биржи способны формировать такую предпринимательскую среду, в которой более комфортно чувствуют себя среднее и малое предпринимательство.

Список литературы:

1. Павлова Л.И. Финансовый менеджмент: Учебник. - М.: Банки и биржи // «ЮНИТИ», 2014. С. 181-193.
2. Абраменкова И.Г. Заключение биржевых сделок с ценными бумагами. Биржевая оферта и биржевой акцепт // Законодательство. - М., 2002. - № 7.
3. Коршунова К.М. Дегтяревой О.И., Жукова Е.Ф. - М.: Рынок ценных бумаг и биржевое дело // Под ред. «ЮНИТИ-ДАНА», 2013. С. 215-219.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИБЫЛИ В СОВРЕМЕННЫХ КОРПОРАЦИЯХ

Неделькина Ольга Владимировна
студент группы БАбд-21
Ульяновский государственный технический университет,
РФ, г. Ульяновск
E-mail: Olya.nedelkina@yandex.ru

Бабкина Елена Викторовна
научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры «Финансы и кредит»,
Ульяновский государственный технический университет
РФ, г. Ульяновск

Аннотация. В данной статье рассматривается специфика распределения прибыли. Также важным вопросом является поиск новых экономических инструментов, технологий и направлений распределения прибыли крупных корпораций.

Ключевые слова: прибыль, корпорация, дивиденды, корпоративный сектор, трансформация экономики.

Корпорация - форма организации деловой активности, которая предусматривает концентрацию функций управления предприятием нанятыми профессиональными менеджерами.

В кризисе международных экономических отношений, формировании новой институциональной среды функциональных российских корпораций, проблема возникает в области получения и рационального распределения прибыли.

Исследование проблем прибыли напрямую связаны с тенденциями развития конкурентной борьбы между корпорациями, и формы такой борьбы ведут либо к понижению, либо к исчезновению прибыли в этих объединениях.

Прибыль - индикатор экономической деятельности предприятия. Это синтезирует результаты предприятия с целью расширения производства, уменьшения производственных затрат, уменьшения непроизводственных

затрат, улучшения качества продукта, рационального использования основных средств и оборотного капитала.

Известно, что именно в условиях перехода в корпорацию формируется основа для я различных деловых кругов, в которых установлены имущественные и договорные отношения между крупными, средними и небольшими управляющими органами.

В связи с тем, что большинство крупных российских корпораций создано в форме акционерных обществ, показатели эффективности и перспективы дальнейшею функционирования корпораций зависят не только от размера прибыли в текущем году, но и от ее эффективного распределения по направлениям деятельности. Одно из таких направлений является распределение чистой прибыли в виде выплаты дивидендов акционерам, то есть владельцам корпорации.

Цель дивидендной политики состоит в том, чтобы установить такую пропорцию, которая связывает текущую прибыль собственника с ее будущим значением. А это, в свою очередь, оказывает влияние на рост рыночной стоимости организации, которая потребуется для его стратегического развития в будущем.

Практический опыт большинства российских корпораций в этой области остается в ее младенчестве, и окончательный декрет на оплате дивидендов никоим образом не рассматривается компаниями как аппарат для влияния на их рыночную стоимость. Было установлено, что приблизительно 60-70 % акционерного капитала в Российской Федерации собраны в больших или управляющих пакетах, владельцы которых иногда нисколько не имеют дело с увеличением рыночной стоимости предприятия, т. е. они не интересуются получением больших прибылей через дивиденды и из-за роста биржевых цен.

Корпоративные решения по расчету дивидендов накладываются с другим финансированием и инвестиционными решениями. Например, некоторые корпорации выплачивают относительно низкие дивиденды, потому что глава организации уверен в будущем корпорации относительно будущих перспектив

и намеревается использовать чистую прибыль для развития. В этом случае дивиденды выплачены из остающейся не капитализированной прибыли, после того, как инвестиционные потребности компании будут удовлетворены. В то же время другие предприятия финансируют капиталовложения через долгосрочные кредиты и заимствования, и это в свою очередь позволяет направить большую часть чистой прибыли, чтобы выплатить дивиденды.

Распределение прибыли – выбор направлений для её предстоящего использования в соответствии с целями предприятия. Сегодня значительное место в экономике занято распределением прибыли в крупных корпорациях, как главный источник формирования прибыли и её распределения с целью увеличивающихся налоговых поступлений государственного бюджета, а также повышения уровня жизни корпоративных сотрудников. В то же время корпорация - совокупность юридических лиц и людей, объединенных, чтобы достигнуть любой цели и формирования независимого юридического лица - новое юридическое лицо.

Главные особенности распределения прибыли в крупных корпорациях Российской Федерации нужно показать в форме отдельных резюме.

Во-первых, в акционерных обществах, нераспределенная прибыль в течение года сообщения используется, например, чтобы выплатить дивиденды. Нераспределенная прибыль может быть (и в акционерных обществах должен быть), нацеленный на формирование запасного фонда. В акционерных обществах запасной фонд должен составить по крайней мере 15 % своего акционерного капитала, и формирование этого фонда происходит через обязательные ежегодные отчисления по крайней мере 5 % чистой прибыли. Кроме того, прибыль может быть направлена к формированию фондов особого назначения. В акционерных обществах список и процедура формирования фондов отрегулированы чартером компании и решениями об уполномоченных органах управления компании. Все вышеупомянутое может быть представлено в форме следующей схемы:

Чистая прибыль акционерного общества = Резервный фонд + Фонд накопления + Фонд потребления.

Во-вторых, в России есть определенные нормативные документы, которые в некоторой степени регулируют процедуру выплаты дивидендов. Согласно российскому Регулированию на акционерных обществах, процедура объявления дивиденда выполнена на двух этапах. В первой стадии промежуточный дивиденд объявлен Управлением и имеет установленную сумму. И на второй стадии, дивиденд наконец одобрен общим собранием на основе результатов года, приняв во внимание оплату промежуточных дивидендов. Ценность окончательного дивиденда за акцию предложена для одобрения встречей Управления компании. Размер дивиденда может не превысить сумму, рекомендуемую директорами, но может быть уменьшен встречей. Закрепленный дивиденд на привилегированных акциях, а также процент по облигационным займам, установлен, когда эти ценные бумаги выпущены. Согласно российскому закону, источники дивиденда могут быть:

- чистая прибыль отчетного периода;
- нераспределенная прибыль прошлых периодов и специальные фонды, созданные для этой цели, которые используются для выплаты дивидендов по привилегированным акциям в случае недостаточности прибыли или убыточности общества. Поэтому теоретически предприятие может выплатить общую сумму текущих дивидендов в размере, превышающем прибыль отчетного периода. Однако базовым является вариант распределения чистой прибыли текущего периода.

Кроме того, существуют и национальные традиции в содержании дивидендной политики, общие тенденции в отношении выплаты дивидендов. Данные традиции определили следующие специфические особенности дивидендной политики крупных российских корпораций: размер дивидендов связан не со стремлением компании повысить свою репутацию в глазах инвесторов, а с простой легализацией доходов собственниками; при определении сроков и порядка выплаты дивидендов в первую очередь руководствуются

уставом и только потом – законодательством, поскольку последнее это позволяет; российская практика выплаты дивидендов лишает инвесторов возможности покупать и продавать акции, заранее зная информацию по причитающимся им дивидендам, и противоречит принятым на зарубежных рынках стандартам раскрытия информации об акционерных обществах и ценных бумагах.

В результате изучения эволюции подходов к распределению прибыли в иностранной и внутренней экономической литературе и идентификации показывают распределения прибыли крупных корпораций, эффективная дивидендная политика была принята как критерий оптимального распределения прибыли. Выбор этого критерия состоит в том вследствие того, что хорошо сложенная дивидендная политика, благодаря теоретическим примечаниям и практическим вычислениям, оптимизирует и улучшает деятельность предприятия.

Первоначальная стадия формирования дивидендной политики представляет собой анализ, исследование и оценку факторов, которые определяют эту политику. В практике финансового менеджмента данные факторы заведено разделять на 4 группы: факторы, которые характеризуют инвестиционные возможности организации; факторы, которые характеризуют способность формирования финансовых ресурсов из других источников; факторы, которые связаны с некими объективными ограничениями; –прочие факторы.

Существующая система распределения прибыли означает направление ее части на выполнение финансовых обязательств перед государством и другой части в распоряжение предприятия.

Таким образом, направление чистой прибыли, чтобы выплатить дивиденды акционерам довольно многообещающее действие для эффективной работы и перспектив будущего функционирования корпораций.

Согласно результатам исследования, проведенного на дивидендной политике крупных компаний за прошлые 5 лет, можно сформулировать следующее заключение: почти все крупные организации распределяют чистую

прибыль в процессе формирования дивиденда. Несмотря на финансовый и экономический кризис, большинством корпораций были объявлены и выплаченные дивиденды. Их часть в чистой прибыли уменьшилась почти во всех корпорациях, и в некоторых - очень, очень значительно; в процессе выбора дивидендной политики управление компанией обязано принять во внимание различия в ценностях ее акционеров. Если главный состав акционеров видит интерес к получению дивидендов, то в этом случае управление должно принять решение по оплате дивидендов и правильно сформировать дивидендную политику. Важно принять во внимание, что меньшая часть акционеров, которая не соглашается с практикой выплаты дивидендов, установленной в корпорации, повторно инвестирует их акции в другие корпорации, и структура акционеров будет более однородной.

Список литературы:

1. Асейнов С.А., Василенкова Н.В., Семенов В.М. Краткий словарь экономических терминов. // Издание 2-е переработанное и дополненное – Астрахань. 2015. С. 88. С 302.
2. Елизаров Ю.Ф. Экономика организаций (предприятий): учебник / Ю.Ф. Елизаров. – М.: Экзамен, 2013. – 495 с.
3. Василенкова Н.В. Корпоративные формы в современной экономике России. / Экономика и предпринимательство. 2015. № 6-1 (59-1). С. 830-833.
4. Кокорева М.С. Корпоративные финансовые решения. Эмпирический анализ российских компаний (корпоративные финансовые решения на развивающихся рынках капитала): монография / И.В. Ивашковская, М.С. Кокорева, А.Н. Степанова, С.А. Григорьева. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 281 с.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ: СТРАТЕГИИ И РЕАЛИИ

Прокопченко Иван Леонидович
магистрант, кафедра «Финансы и кредит» СКФУ,
РФ, г. Ставрополь
E-mail: vanek220volt@gmail.com

Деникаева Разела Несюровна
научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры «Финансы и кредит», СКФУ,
РФ, г. Ставрополь

На современном этапе во многих странах, обладающих развитой рыночной экономикой, имеет место гармонизация социальных обязательств, требующая преобразования национальных моделей социального государства. В результате глобализации и усиления конкуренции национального бизнеса происходит сокращение требований правительств к социальной защите. Тем не менее, программы, целью которых является повышение уровня жизни и сокращение дифференциации, находятся в центре внимания, так как показатели, характеризующие качество жизни, оказывают непосредственное влияние на уровень благосостояния, являясь основой экономической безопасности страны.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что неблагополучие экономической сферы деятельности государства влечет за собой трудности в реформировании экономики, тормозит развитие торговой и внешнеэкономической деятельности, создает отрицательные условия для совершенствования бюджетной, страховой, налоговой и иных сфер финансовой системы Российской Федерации.

Таким образом, сильная и защищенная экономическая сфера является основой государства, отсутствие стабильности влечет за собой неспособность государства отстаивать свои интересы и обеспечивать свою национальную безопасность.

Для экономической безопасности как феномена жизнедеятельности общества характерна многокомпонентность. При постоянном усложнении общественной

и хозяйственной жизни осуществление правильного и своевременного учета взаимосвязей между социальными и экономическими аспектами важное преимущество, в то время как их неучет, напротив, способствует ощутимым потерям. В последние годы проблема обеспечения экономической безопасности достаточно остра, и является одной из самых значимых задач государства.

Угрозы экономической безопасности делятся на внутренние и внешние.

Внутренние угрозы экономической безопасности:

- имущественное расслоение общества усилилось;
- криминализация экономики и общества;
- снижение научно-технического потенциала страны.

Внешние угрозы экономической безопасности:

- потеря высококвалифицированных специалистов, которые уезжают работать за рубеж;
- утечка капитала за рубеж;
- импортная зависимость потребительских товаров.

Государство должно противостоять всем этим угрозам, необходимо стабилизировать экономику страны, оптимизировать затраты всех видов ресурсов и использовать богатые природные факторы страны.

Термин «экономическая безопасность» появился в 70-е годы и быстро распространился в развитых странах капитализма, так как эти страны реально оценивали международную обстановку в мире и предложили использовать конкретные экономические методы для обеспечения национальной безопасности. Для всех стран важно сохранять и укреплять свои позиции.

В современном мире экономическая безопасность - это присущие и единые для всех наций мероприятия, направленные на прогрессивное, хозяйственное, социальное улучшение экономики страны. Эти мероприятия должны обеспечить социально-политическую устойчивость и суверенитет государства, а также механизм противостояния угрозам извне и внутри государства.

На современном этапе развития России социальные проблемы имеют неослабевающую остроту и требуют пристального внимания и изучения.

За последнее время Правительство РФ предприняло достаточно много мер по обеспечению достойного качества жизни россиян. Прилагаются значительные усилия, направленные на снижение безработицы и бедности, развитие рынка труда, сокращение имущественного расслоения среди населения, повышение социальной защиты населения, выполнение социальных обязательств. Несмотря на предпринятые меры, проблема социальной сферы не решена. Причина данного явления заключается в экономических и ограничительных санкциях, проведении агрессивной политики со стороны зарубежных государств в направлении России, в результате имеет место ухудшение социально-экономической обстановки внутри России. В результате успешное социально-экономическое развитие главнейший приоритет для Правительства РФ на перспективу [3].

Еще одним фактором, подрывающим экономическую безопасность, являются финансовые угрозы. Россия достаточно обеспечена финансовыми ресурсами, но в условиях современных экономических преобразований, влияние данных особенностей на экономическую безопасность существенно. Для обеспечения финансовой безопасности необходимо модернизировать налоговую систему, активно простимулировать инвестиционную деятельность государственного и частного капитала.

Ряд макроэкономических показателей функционирования экономики определяет качество обеспечения экономической безопасности [2]. Рассмотрим более подробно данные показатели в таблице 1.

Таблица 1.

Показатели экономической безопасности России в 2015-2017 гг., млрд. руб.

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. в % к:	
				2015 г.	2016 г.
Объем валового внутреннего продукта	83 387,2	85 917,8	92 081,9	110,4	107,2
Внешнеторговый оборот	30 052,4	26 825	34 467,4	114,7	128,5
Экспорт	19 463,3	15 969,6	20 597,2	105,8	129
Импорт	10 363,2	10 855,3	13 870,2	133,8	127,8
Сальдо торгового баланса	8 249,7	5 116,4	6 532,9	79,2	127,7
Уровень инвестиций в основной капитал	13 897,1	14 748,8	15 499,8	111,5	105,1
Затраты на оборону	3 400	3 800	2 800	82,4	73,7
Внешний долг	33 990	29 412,2	29 094,9	85,6	98,9
Затраты на научные исследования	914,7	943,8	935,8	102,3	99,2

Представленный анализ показывает, что уровень экономической безопасности России в 2017 г. составляет 216 121,1 млрд. руб., что больше на 12 138,3 млрд. руб., чем в 2015 г. и на 22 264,2 млрд. руб., чем в 2016 г.

В 2015 г. сырьевой сектор в развитии российской экономики являлся определяющим в формировании доходной части федерального бюджета. Данный год характеризовался продолжавшимся спадом в различных сферах экономики. В 2016 г. наблюдалось нарастание негативных тенденций. Большинство отраслей реального сектора, и в первую очередь капитальное строительство, исполнение федеральных целевых программ, использование действующих производственных мощностей, а также ситуация в социальной сфере находятся в «красной» зоне.

Принятый на 2016 год антикризисный план не решает данных проблем, так как не нашлось необходимых бюджетных средств для стимулирования деятельности малого бизнеса. В связи с этим в 2016 году не удалось создать задел для обеспечения в 2017 году устойчивого экономического роста [6].

Обеспечение экономической безопасности в современных условиях подразумевает определенные особенности:

- ускоренное создание механизмов и институтов, способных разработать программы, обеспечивающие экономическую безопасность государства;
- трансформация модели, которая предоставит иные способы взаимодействия с мировым хозяйством;
- увеличение и повышение эффективности национального дохода;
- усиление конкурентоспособности и повышение производительности труда.

Данные особенности влияют на состояние экономической безопасности страны. К вышеперечисленным особенностям можно отнести и слабую правовую среду, низкий уровень судебной системы.

Для повышения качества работы экономической безопасности необходима модернизация всех вышеперечисленных особенностей и разработка мер по усилению институциональной системы [2].

Президент России Владимир Путин утвердил стратегию экономической безопасности на период до 2030 года. Соответствующий указ размещен на официальном портале правовой информации.

Документ вступает в силу с 15 мая.

Согласно указу, правительству поручено разработать в течение трех месяцев меры по реализации стратегии, которая направлена на:

- обеспечение противодействия вызовам и угрозам экономической безопасности;
- предотвращение кризисных явлений в ресурсно-сырьевой, производственной, научно-технологической и финансовой сферах;
- недопущение снижения качества жизни населения.

Обобщая выше сказанное, можно отметить, что экономическая безопасность - это возможность экономики страны гарантировать эффективное удовлетворение общественных потребностей на национальном и международном уровнях. Также для экономической безопасности страны необходимо добиться эффективности экономики, то есть повысить производительность труда, повысить качество продукции и т. д. В экономической безопасности страны должны быть задействованы все звенья структуры экономики.

Проанализировав основные показатели экономической безопасности РФ, необходимо устранять следующие угрозы экономической безопасности на современном этапе развития:

- исключить зависимость экономики от «сырьевых» отраслей;
- необходимо улучшить демографические показатели: естественный прирост, повышение продолжительности жизни, уменьшение миграции жителей страны;
- уменьшение уровня преступности, особенно взяточничества;
- поднять доходы жителей;
- исключить износ основных фондов энергетической безопасности.

Таким образом, экономическая безопасность государства - это обеспечение независимости страны, процветания и эффективности жизненного процесса

членов общества. Поэтому гарантировать экономическую безопасность страны одна из самых приоритетных задач государства. Главными составляющими экономической безопасности государства являются: в области энергетики; в области финансов; в области продовольствия; в области экологии; в области информации; в области технологий. Внимание всего общества привлечено к проблеме обеспечения экономической безопасности России как непременного условия ее стабилизации и возрождения.

Список литературы:

1. Мусатаева М.О. Источники, виды и факторы угроз экономической безопасности, создание службы экономической безопасности // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 23. – С. 26–30. – URL: http://e-koncept.ru/2015/95250.htm.
2. Петухов Р.Н. Обеспечение безопасности на промышленных предприятиях // Молодой ученый. — 2016. — № 1. — С. 455-458.
3. Русин Ю.П. Экономическая безопасность предприятия. - М.: ЭПРА. – 2015 – 238 с.
4. Саламова С.С. Теоретические подходы к обеспечению экономической безопасности предприятия / Т.А. Волкова, М.Н. Волкова, Н.В. Плужникова, С.С. Саламова // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия — 2015. — № 3. — С. 29–32.
5. Цуканов В.Х., Касьяненко Н.С. Необходимость создания и функции службы экономической безопасности предприятия / Челябинск, Экономика № 19, 2017, с. 129–133.

ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ КОНТРАКТЫ В ЕСТЕСТВЕННЫХ МОНОПОЛИЯХ

Пряхина Мария Вадимовна
студент, кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»,
инженерно – экономического факультета,
Ульяновский Государственный Технический университет,
РФ, г. Ульяновск
E-mail: emma.matisse@mail.ru

Филиппова Ирина Александровна
научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры «Экономическая теория»,
инженерно – экономического факультета,
Ульяновский Государственный Технический университет,
РФ, г. Ульяновск

Аннотация. В данной статье раскрыта сущность франчайзинга, а также влияние франчайзинга на монополию.

Abstract. In this article the franchizing entity and also influence of franchizing on monopoly is opened**.**

Ключевые слова: франшиза, франчайзинг, монополия, инфраструктура, правительство.

Keywords: franchize, franchizing, monopoly, infrastructure, government**.**

Увеличение участие частного сектора в повышении эффективности услуг инфраструктуры является растущей тенденцией во всем мире. Эта тенденция отражает неудовлетворенность государственными решениями, затягивает технические изменения и инновации в области политики. Один из подходов к увеличению частного участия, которое вызывает большой интерес, - это схемы торгов франчайзинга. Понимания методов заключения контрактов на франшизу может способствовать успешному возрождению и развитию идеи Эдвина Чадвика о конкуренции в областях естественных монополий.

Некоторые участники большинства инфраструктурных мероприятий демонстрируют характеристики «естественной монополии», где один или

несколько сервисов либо продуктов могут быть произведены дешевле одной фирмой. Не все элементы инфраструктуры демонстрируют характеристики естественных монополий. Рыночная конкуренция возможна во многих видах деятельности, например производство электроэнергии, междугородние перевозки, а так же сотовая связь.

С ростом интереса к частому участию в инфраструктуре франчайзинг освоился в энергетических, телекоммуникационных и в водных предприятиях, в таких развитых странах как Китай, Гвинея, Венгрия.

В самих схемах франчайзинга конкуренция на рынке может случиться «на бумаге» без необходимости того, чтобы кто-либо брал безвозвратные инвестиции. Владелец франшизы просто присуждает франшизу производителю, предлагающему самую низкую цену за определенное качество и количество продукта. Аукцион может систематически повторяться, чтобы гарантировать, что потребители продолжают получать лучшую цену.

Но чтобы проверить, полезен ли франчайзинг, его следует сравнить с другими подходами к естественной монополии. Одним из традиционных решений является то, что государство национализирует естественную монополию. А именно, как поставки газа, воды, электричества телекоммуникаций были поставлены в Великобритании до 1980-х годов. Но разочарование в связи с национализацией получило широкое распространение. Во многих странах национализированные отрасли промышленности зарекомендовали себя как неэффективные и плохо контролируемые, которые компенсируют любое возможное ценовое преимущество государственного предприятия, работающего в условиях снижения стоимости.

Другое традиционное решение для естественных монополий оставляет такие отрасли в частных руках, но регулирует монополистические злоупотребления. В США регулирование нормы доходности применяется к коммунальным предприятиям, чтобы не давать монополистам сокращать объем производства для увеличения прибыли. Но регулирование нормы прибыли может уменьшить стимулы для эффективности затрат. Чтобы повысить прибыль, некоторые

фирмы могут попытаться увеличить капитальную базу, на которую рассчитывается норма прибыли. Чтобы обеспечить лучшие стимулы для контроля затрат, регулирование недавно приватизированных коммунальных услуг, такие как телекоммуникации и газ, наложило ограничения на цены.

Теоретически, франчайзинг позволяет избежать проблемы, связанные с национализацией или регулированием. Это также позволяет избежать необходимости рассчитать и пересмотреть ценовые ограничения или взять на себя многие издержки, связанные с более активными схемами регулирования. Эти преимущества должны быть сопоставлены с затратами на организацию торгов по франшизам и контроль за мошенничеством в рамках франчайзинговых контрактов.

Если система франчайзинга оказалась успешной, большое количество сделок зависит от оформления контрактов, удобства закупок и контролирующих агентов. Некоторые из основных проблем касаются адаптации к меняющимся обстоятельствам, передачи долгосрочных активов между франчайзи и «сбивающим цену». Изменения условий требуют, чтобы контракты имели возможности и правила корректировки. Это ясно из муниципального франчайзинга начала двадцатого века таких услуг, как транспортировка и распределение газа. Чтобы получить достаточный интерес на этапе проведения торгов, уполномоченный орган по франшизе должен разработать средства для распределения рисков, связанных с изменениями спроса, или с увеличением издержек затрат.

Еще большая проблема возникает, когда конкретные активы более долговечны, чем контракт франшизы. Действующий франчайзи будет стремиться рассмотреть текущую стоимость этих запертых инвестиций как фактически нулевую и может легко превзойти любого соперника, строящего завод с нуля.

«Сбивание цены» возникает из-за стимула, для потенциальных франчайзи делать авантюрные ставки. Искушение заключается в том, чтобы предлагать высокое качество обслуживания по низкой цене, а затем, как только контракт подписан, попытаться его пересмотреть или понизить качество. Чтобы

избежать этих издержек, агентство может пересмотреть условия для возврата прибыли франчайзи.

Полностью разработанные схемы франчайзинга, вероятно, лучше всего воспринимаются как альтернативная форма регулирования естественной монополии. Они не отменяют необходимости в большой тщательной работе по разработке и управлению контрактами. Тем не менее, франчайзинг имеет преимущества, когда трудно приватизировать отрасль напрямую, где требуется ограниченное участие частного сектора или когда правительство хочет избежать затрат на традиционные методы регулирования.

Схемы франчайзинга применялись правительствами всего мира в ряде ситуаций. Интересными примером является схема, предложенная в Великобритании для пассажирских перевозок. Правительство Великобритании убеждено, что частное предприятие может сократить расходы. Уловка заключается в том, что многие железнодорожные службы несут убытки, и поэтому маловероятно, что частные инвесторы будут заинтересованы в покупке BritishRail. Предлагаемая схема франчайзинга будет присуждать железнодорожные маршруты компаниям, предполагающим самую низкую субсидию на обслуживание услуги за определенный период, и подвергать победившие компании требованию не увеличивать тарифы, чтобы поддерживать существующий уровень и качество обслуживания. Эта схема, которую используют конкурентные торги для минимизации субсидий, а не цен, является вариантом первоначальной схемы Чадвика.

Список литературы:

1. Кудряшова Е.Н., Институциональные соглашения в условиях естественной монополии. Учебное пособие/ Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. Москва, 2016. С. 39-43.
2. Лукашевич В.В. Основы управления персоналом: учебник для вузов / В.В. Лукашевич – М.: КНОРУС, 2012. – 272 с.

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ИНСТИТУТА, РЕАЛИЗУЮЩИХ ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ПОЛИТИКУ ГОСУДАРСТВА

Пряхина Мария Вадимовна
студент, кафедры «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»,
инженерно – экономического факультета,
Ульяновский Государственный Технический университет,
РФ, г. Ульяновск
E-mail: emma.matisse@mail.ru

Бабкина Елена Викторовна
научный руководитель, канд. экон. наук,
доц. кафедры «Финансы и кредит»,
инженерно – экономического факультета,
Ульяновский Государственный Технический университет,
РФ, г. Ульяновск

Аннотация. В статье рассмотрено влияние мировых цен на нефть как одной из ключевых детерминант российской экономики, на финансовое состояние Центрального банка РФ и Правительства РФ в рамках реализации ими экономической политики государства.

Ключевые слова: банк, экономическая политика, Правительство.

Экономическая политика государства в условиях глобализации все более зависит от внешних факторов. Основные макроэкономические рычаги и показатели: процентные ставки центральных банков, курсы национальных валют, внешнеторговые рычаги и прочее, все больше испытывают влияние экзогенных условий и факторов.

Государства в таких условиях испытывают своего рода дихотомию: с одной стороны, они должны поддерживать свою внутреннюю, национальную экономику, обеспечивать ее стабильное функционирование и развитие, с другой стороны – «встраиваться» в мирную экономику, вписываться в глобальное экономическое пространство, действовать по его законам. Данная дихотомия объективно порождает вопросы национальной экономической безопасности.

Одной из ключевых детерминант, влияющих на макроэкономические показатели и социально-экономическое развитие России, является цена на нефть на мировых рынках. Рассмотрим влияние изменения нефтяных цен на финансовое состояние государственных институтов, реализующих экономическую политику в РФ, на примере Центрального банка РФ и Правительства РФ.

Центральный банк РФ и Правительство РФ выполняют общественно-значимые функции, которые с позиций современной экономической теории выступают как «агентства по производству общественных благ». При этом, в рамках распределения ролей правительство в целях стабилизации внутренней экономической системы страны реализует финансовую политику, а центральный банк – в целях стабилизации платежного баланса – денежно-кредитную политику.

Финансовое состояние Центрального банка РФ и состояние федерального бюджета связано с цикличностью российской экономики из-за изменения экспортных цен на энергоресурсы под воздействием мировой конъюнктуры.

Изменение цен на нефть на мировом рынке приводит к диаметрально противоположным финансово-экономическим последствиям для Центрального банка РФ и для федерального бюджета РФ.

1. Рост мировых цен нефть приводит к росту доходов федерального бюджета и отрицательной переоценке международных резервов Центрального банка РФ.

2. Снижение цен нефть на мировом рынке приводит к сокращению доходов федерального бюджета и положительной переоценке международных резервов Центрального банка РФ.

Рассмотрим данные последствия более подробно. Рост цены на нефть, как правило, приводит к росту доходов и расходов Центрального банка РФ: доходы растут из-за увеличения активов банка, обусловленного ростом международных резервов, а расходы – из-за увеличения выплат по привлеченным средствам от кредитных организаций и расширенного правительства, которые используются для стерилизации денег, эмитируемых Центральным банком РФ.

Снижение цены на нефть, в целом будет иметь противоположный характер влияния на финансовые показатели Центрального банка РФ. Этот процесс сопровождается расходованием части сформированных международных резервов, что снижает общую величину внешних активов банка, выраженную в долларах США. Поэтому доходы, получаемые от активов, также будут снижаться, приводя соответственно и к снижению расходов банка по привлеченным финансовым ресурсам, что приведет к снижению и прибыли банка. Однако существует вероятность и того, что величина доходов, расходов и прибыли банка увеличатся из-за того, что более низкие данные величины, выраженные в долларах США, в российских рублях могут стать более высокими из-за девальвации национальной валюты. Это будет иметь место в том случае, если степень снижения величины международных резервов будет меньше степени роста курса национальной валюты.

Рост цен на нефть для федерального бюджета отражается на росте его доходной части. Соответственно, снижение цены на нефть приводит к сокращению доходов федерального бюджета. Следует отметить, что бюджетный кодекс РФ (ст. 96.6) определяет понятие нефтегазовых доходов федерального бюджета, в состав которых входят: налог на добычу полезных ископаемых в виде углеводородного сырья; вывозные таможенные пошлины на нефть сырую; вывозные таможенные пошлины на газ природный; вывозные таможенные пошлины на товары, выработанные из нефти.

Значительное снижение мировых цен на нефть приводит к необходимости расходования или иного способа изъятия средств Резервного фонда и Фонда национального благосостояния РФ из Центрального банка РФ. В этом случае снижение величины международных резервов только частично будет сопровождаться процессом их трансформации во внутренние активы, и это приведет к необходимости размещения в российской экономике большого объема средств фонда национального благосостояния РФ. Средства Резервного фонда РФ будут расходоваться на покрытие дефицита федерального бюджета. Учитывая, что средства Фонда национального благосостояния и Резервного фонда

РФ могут быть изъяты из центрального бака РФ, то это снизит его доходы от активов, но одновременно, на ту же величину и сократит его расходы.

Итак, Центральный банк РФ при реализации денежно-кредитной политики в условиях изменяющихся цен на нефть на мировых рынках должен учитывать влияние проводимой им политики стабилизации макроэкономики на финансовые показатели его деятельности.

Таким образом, учитывая асимметричность влияния цен на нефть на состояние федерального бюджета и капитал Центрального банка РФ возможна реализация системы финансовых трансфертов между федеральным бюджетом и Центральным банком РФ в зависимости от уровня цен на нефть. Данная система позволит координировать бюджетно-налоговую и денежно-кредитную политику в целях достижения макроэкономической стабильности и обеспечения экономического роста в условиях глобализации мировой экономики.

Список литературы:

1. Пекарский С.Э. Стратегическое взаимодействие фискальной и монетарной политики в экспортно ориентированной экономике / С.Э. Пекарский, М.А. Атаманчук, С.А. Мерзляков // Деньги и кредит. – 2010. – № 2. – С. 52–63.
2. Смирнова О.В. Валютная политика и курсовая маржа Банка России / О.В. Смирнова // Финансы и кредит. – 2013. – №26(554). – С. 16-21.
3. Бюджетный кодекс Российской Федерации: федеральный закон от 31 июля 1998 г. № 145-ФЗ (ред. от 08.03.2015) // Собрание законодательства РФ. – 12.08.1999. – № 31. – Ст. 3823.
4. Лукасевич И.Я. Оценка эффективности денежнокредитной политики ЦБ РФ в период финансового кризиса / И.Я. Лукасевич // Проблемы прогнозирования. – 2012. – № 1. – С. 109–116.

ДВОЙНАЯ ЗАПИСЬ В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ

Пряхина Мария Вадимовна
студент группы БАбд-21
Ульяновский государственный технический университет,
РФ, г. Ульяновск
E-mail: emma.matisse@mail.ru

Лопастейская Людмила Геннадьевна
канд. экон. наук,
доц. кафедры «Бухгалтерский учет, анализ, аудит»
Ульяновский государственный технический университет,
РФ, г. Ульяновск

Аннотация. Данная статья посвящена предпосылкам и этапам развития двойной записи в бухгалтерском учете, а также анализу исследований и доводов выделяющих личностей.

Ключевые слова: двойная бухгалтерия, факты хозяйственной жизни, этапы и предпосылки развития диграфизма.

«Двойная бухгалтерия родилась из того же духа, что и система Галилея и Ньютона», - так звучит известное выражение В. Зомбарта. Он полагал, что появление двойной записи было вызвано возникновением капитализма и развитием экономических отношений. С появлением таких сложных понятий, как амортизация, доходы и расходы будущих периодов, становится очевидно, что прибыль не равна остатку наличных денег, в чем явно прослеживается капитализм, который невозможен без бухгалтерского учета. Двойная бухгалтерия составляет сердцевину всего учета. Один из ее основных принципов основывается на целостности и предполагает замкнутую систему, в рамках которой отражение должен получать каждый факт хозяйственной жизни согласно принципу регистрации. Отражение происходит в системе счетов, где каждый отдельный счет интегрируется по определенному признаку с другими в информационное подмножество. Взаимосвязь между счетами раскрываются с помощью двойной записи. Данное словосочетание введено, как считается,

Антонио Тальенте (1525). Также существует несколько трактовок данного наименования:

- применяется два вида записи: систематический и аналитический учет;
- используется два вида регистрации: синтетический и аналитический учет;
- существует два ряда счетов: счета для учета имущества и счет капитала;
- любой факт хозяйственной жизни регистрируется дважды: по дебету одного и кредиту другого счета;
- в любой операции участвуют два лица: одно отдает, другое получает;
- бухгалтерская работа выполняется дважды – в начале операции регистрируются, а потом проверяются.

Следует отметить, что каждая из названных причин является оправданной, раскрывая и дополняя форму и содержание двойной записи.

А. Литтлтон, представитель американской бухгалтерской науки XX в., перечислил предпосылки развития двойной записи и выделил исторические условия, которые привели к появлению новой техники в регистрации торговых операций. К объектам относились капитал, частная собственность, кредит и торговля, тогда как к средствам – письменность) средства ведения постоянных записей), деньги (средства расчета) и арифметика (средства вычислений) [3]. При благоприятных экономических и социальных обстоятельствах данные условия приводят к созданию методологии. Причинами может являться экономический рост Европы и развитие кредитных отношений, возникновение капиталистических отношений, компаний, а также эволюция двойной формы ведения счетов Главной книги.

Долгое время учет велся с помощью униграфической или простой записи, где факты хозяйственной жизни отражались в изнурительных измерениях. Прибыль в системе учета не фиксировалась, а считалась по результатам инвентаризации. Только в IXX в. Появилась диаграфическая или двойная бухгалтерия, где все факты хозяйственной жизни отражались дважды

с условием сохранения в одном измерителе, в качестве которого выступали денежные средства.

В своем развитии двойная запись прошла несколько этапов:

1. Рождается как формальный метод в результате эволюции регистрации фактов хозяйственной жизни.

2. Развивается как технический метод, позволяющий контролировать правильность хозяйственных записей.

3. Становится единой, целостной системой с ведением денежного измерителя.

4. С развитием производственных отношений появляется не только счет собственника (капитал), но и счета финансовых результатов.

5. Постоянное увеличение числа объектов учета вплоть до настоящего времени.

Двойная запись – незаменимый метод ведения учета в современном мире, в связи с этим многие исследователи хотели найти ее корни и место рождения [4]. Основателем бухгалтерской науки принято считать Л. Пачоли, хотя он сам писал, что не придумал ничего нового, а лишь описал существенную практику. Исследования документов Средневековья показало, что двойная запись существовала задолго до Пачоли, и учетные пришли к выводу, что у двойной бухгалтерии так же нет изобретателя, как не имеют его деньги, алфавит, язык и другие фундаментальные категории.

Однажды возникнув, двойная запись, по ироническому замечанию В. Гете, представляет собой «величайшее изобретение человеческого разума», которое в дальнейшем развивалась под влиянием операций хозяйственной жизни и по законам внутренней логики. Это развитие легче всего понять по критериям Р. Де Рувера, объясняющим эволюцию двойной записи: «1) дебет и кредит располагаются на одной и той же странице, друг против друга; 2) производится сверка равенства дебета кредиту, несовпадения поясняются; 3) учет ведения в единой монете; 4) производятся различные виды операций».

Все вышеперечисленное сводилось к тому, что изначальный наивный учетный натурализм сменился реализмом. В счетоводстве были внесены некоторые условные изменения для того, чтобы его система раскрывала характер хозяйственных процессов. И если старая парадигма пыталась воспроизвести факт, то новая моделировала его.

Как уже отмечалось, в бухгалтерском учете применяется способ двойной записи операций на счетах, поскольку каждый факт хозяйственной жизни затрагивает как минимум два объекта учета, следовательно, находит отражение на двух и более счетах. Двойная запись имеет контрольное значение, ведь за любой отчетный период общий итог дебетовых оборотов по всем счетам должен быть равен общему итогу кредитовых оборотов по всем счетам. Отсутствие такого равенства свидетельствует о допущенных ошибках в учете.

Заканчивая обзор содержания диграфизма, необходимо подчеркнуть, что в каждом методе есть свои хорошие и плохие стороны. Свет бухгалтерии – двойная запись, тени – ее истолкование. Но и свет, и тени могут и должны быть учтены при изучении истории учета, ведь всегда важно понять как, когда и почему возникла двойная запись, каковы ее границы и дальнейшие перспективы развития.

Список литературы:

1. Антонова М.В. Лука Пачоли и двойная запись в Италии // Бухгалтерский учет. 1994. С. 36.
2. Гусева Т.М. Бухгалтерский учет. – М.: Проспект, 2008. С. 56.
3. Рувер Р. де. Как возникла двойная бухгалтерия. М.: Госфиниздат. 1958. С. 12.
4. ПРЕДМЕТ И МЕТОД БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА Лопастейская Л.Г., Колесова А.А. В сборнике: НАУЧНЫЕ МЕХАНИЗМЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ. сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. 2018. С. 126-128.

СПРОС КИТАЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РОСИЙСКИЕ ТОВАРЫ СПОСОБЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КИТАЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Кострюкова Полина Дмитриевна
студент, факультет филологии и журналистики ОГУ,
РФ, г. Оренбург

Ребристова Екатерина Петровна
студент, факультет филологии и журналистики ОГУ,
РФ, г. Оренбург

Буркеева Раиля Габдуллатыфовна
научный руководитель,
ст. преподаватель кафедры экономической теории ОГУ,
РФ, г. Оренбург

THE DEMAND OF CHINESE CONSUMERS FOR RUSSIAN GOODS WAYS OF ATTRACTING CHINESE CONSUMERS

АННОТАЦИЯ

Данная статья посвящена вопросам спроса и предложения в экономике Китая, а также выявлению экономического влияния России на китайский рынок. Даны определения таким понятиям, как спрос и предложение продукции. Также в статье даётся обзор развития китайского рынка товаров и услуг до настоящего времени. Акцентируется внимание на российских товарах, привлекающих китайского потребителя.

ABSTRACT

This article is dedicated to the questions of demand and supply in Chinese economics and also to the Russian influence on the Chinese market. There are given definitions of demand and supply. As well there is a review of the development of the Chinese market until the current period. Attention is focused on Russian goods which attract Chinese consumers.

Ключевые слова: спрос, предложение, китайский рынок, российский товар, экспорт.

Keywords: demand, supply, Chinese market, Russian goods, export.

Введение. На сегодняшний день любой развитой стране мира свойственен рыночный тип экономики. Различный ассортимент товаров, их цена, а также объёмы производства и продажи складываются стихийно в результате работы определённого ряда рыночных механизмов, которые в свою очередь действуют в установленной закономерной последовательности. Одними из таких основополагающих и фундаментальных законов являются законы спроса и предложения. В качестве изначального пункта в научной характеристике данной темы обоснованно обратимся к пояснению данных понятий.

Спрос (*англ.* «Demand») – желание приобрести и готовность заплатить за определенные товары и услуги [1, с. 312].

Предложение товаров (*англ.* «Supply») – это желание производителей произвести и продать определенные товары и услуги [1, с. 258].

Как известно, в данный момент времени Китай занимает одно из первых мест по экспорту леса, бытовой техники и одежды на мировом рынке. Но, несмотря на это, данная страна всё же нуждается в импорте, в частности со стороны России, так как здесь располагается значительное количество нужного для Китая как сырья, так и продукции. Для России данное сотрудничество является выгодным, так как, во-первых, две страны имеют общую границу, благодаря которой затраты на транспортировку снизятся, а во-вторых, между Китаем и Россией довольно хорошие отношения, что вызывает доверие у представителей КНР к нашей стране. На данный момент такие отношения между двумя странами приводят к значительному спросу такого сырья, как газ, добываемого на территории нашего государства. Но, что касается продуктов питания, бытовой химии и т. д., на сегодняшний день Россия не осуществляет их поставку в масштабных количествах, хотя, в свою очередь, для китайского народа это было полезно, а для России прибыльно.

В связи с этим, цель нашего исследования заключается в том, чтобы выяснить, как увеличить спрос на российскую продукцию, изучить механизмы китайского рынка и потребности граждан Китая, а также понять, как привлечь китайского потребителя.

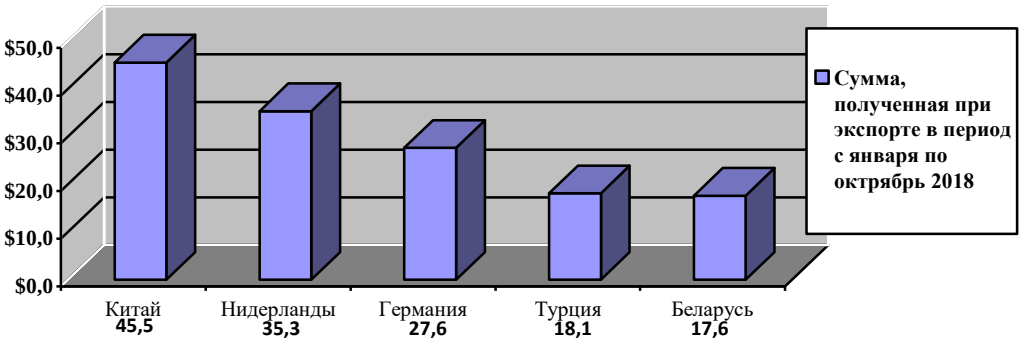

Рисунок 1. Страны, в которые Россия экспортирует товар

Результаты исследования. Китай или официально Китайская Народная Республика (КНР) – государство крупнейшее не только по численности населения (1 430 075 000 чел. на 2018 г.), но и по своей площади (3 место в мире по территории, уступая Российской Федерации и Канаде). Является представителем одной из лидирующих экономик мира. Занимает второе место по номинальному ВВП и первое место по ВВП по паритету покупательной способности с 2014 года (ВВП ППС).

Вплоть до 1949 года экономика Китая считалась одной из самых упадочных и относилась к разряду «аграрных», так как именно сельское хозяйство развивалось наиболее активно. Но следует отметить, что также в стране сформировывались и такие виды промышленности, как пищевая и текстильная, а также производилась работа в горнодобывающей отрасли и отрасли машиностроения.

С момента провозглашения КНР и проведением крупнейшей индустриализацией страны (1952 – 1957) экономика государства, казалось, начала набирать обороты, но уже к 1958 году она снова потерпела крах из-за нехватки ресурсов. Позже страна готовилась к войне, что также существенно затормозила своё развитие.

Последующая попытка экономического развития привела к отличным результатам, разительно отличающимся от предыдущих. Проведя множество реформ, уже к концу 80-х годов Китай стал лидером по производству цемента и хлопчатобумажных тканей, входил в тройку крупнейших производителей

химических удобрений, серной кислоты и добычи угля. Вместе с тем стоит подчеркнуть, что стали появляться новые отрасли промышленности, такие как цветная металлургия, автомобильная, авиационная, космическая и ядерная энергетика, производство ЭВМ и так далее. С 1949 по 1985 удельный вес промышленного производства вырос с 25,2 % до 53,7 %. Таким образом, наладились внешнеэкономические связи, и заметно повысился объём торговли.

Прежде чем перейти к товарам пищевой промышленности, хотелось бы добавить, что Россия также является поставщиком газа, сельхозпродукции, сырья для деревообрабатывающей промышленности, энергетических и военных ресурсов, товаров химической промышленности и, в особенности, минеральных продуктов (соль, серы, известь, штукатурные материалы). Ниже приведен краткий экскурс вышеперечисленного.

Следует отметить, что примерно 80 % сырья, поставляемого из России в Китай, приносит прибыль. Кроме того, импортные, то есть российские товары многих категорий благосклонно принимаются на китайском рынке, так как заполнены только основные товарные ниши, остальные же все еще не до конца знакомы с ассортиментом российской продукции.

Как было отмечено ранее, Китаю, как и другой любой стране, необходим топливно-энергетический комплекс. Одними из таких основных импортируемых энергоносителей являются газ, уголь и нефть, которые имелись у КНР до тех пор, пока внушительные нефтяные запасы не подошли к концу, а переработка угля не оказалась дорогой и невыгодной. По мнению Китая, импортный энергоноситель более дешевый, нежели самостоятельная обработка добываемого сырья.

Говоря о поставках газа, то ещё в 2014 году "Газпром" и китайская CNPC подписали договор купли-продажи данного топлива по восточному маршруту. На сегодняшний день КНР собирается еще больше увеличить закупки газа в Российской Федерации из-за нехватки сырья. Именно поэтому правительством РФ было решено построить газопровод «Сила Сибири» мощностью 38 миллиардов кубометров газа в год, по которому планируются начать первые поставки в 2019 году.

Как упоминалось выше, Россия является главным экспортером древесины в Китай, так как в Поднебесной наблюдается нехватка данного ресурса. Большая часть сырья идёт на мебельное производство. Кроме того, Россия экспортирует большое количество зерна в КНР. Особенно выгодной является поставка ячменя и пшеницы, так как в этих культурах содержится большое количество клейковины и мало пестицидов. Следует добавить, что в Китае распространено использование лузги гречихи. Как и злаковые культуры, её используют, чтобы снабдить скот необходимыми микро- и макроэлементами. Стоимость одной тонны в КНР в 5 раз выше, чем в РФ, но, следует подчеркнуть, что сбор гречихи в Китае сократился почти в 15 раз, в то время как спрос на неё постоянно растет.

Переходя к главной теме нашей работы, обратим внимание на то, что российские продукты питания имеют весомее значение для китайского рынка. Но стоит отметить, что у российских предпринимателей могут возникнуть трудности из-за различия менталитетов и языкового барьера, поэтому будет необходимо воспользоваться услугами переводчика. Но огромным плюсом является то, что российские товары очень ценятся в Китае благодаря качеству и цене. Особой популярностью пользуются такие товары как подсолнечное масло, мёд, кондитерские изделия и шоколад, а также различные напитки.

Реализация бизнеса, связанного с транспортировкой продуктов питания, должна быть подтверждена специальным сертификатом, без которого импорт не будет возможен. Существует несколько вариантов, позволяющих рассчитывать на успех импортного товара. Первый предполагает выход на рынок Китая уже известной компании, располагающей определенным капиталом. Второй – наличие партнера на китайском рынке. Хорошим примером может служить одна из самых известных марок растительного масла «Слобода»». Благодаря фирме-партнеру, подсолнечное масло данной фирмы получило большое распространение. Они провели хорошую стратегическую кампанию, предложив крупной фирме использовать масло в качестве новогодних подарков для сотрудников. Попробовав импортный продукт и оценив его вкус, сотрудники

начали искать его в магазинах. Спрос возрастал. И сейчас подсолнечное масло является ценным продуктом.

Стоит упомянуть и шоколад «Алёнка». Покупки кондитерских изделий за последний год выросли в 3 раза, что свидетельствует об интересе со стороны китайских потребителей. Они обращают внимание на название и этикетку, зная, что это российский продукт, а, следовательно, он имеет высокое качество. Но трудность вызывает именно название продукта. Поэтому местные фирмы стараются адаптировать название для большего удобства населения КНР.

Таблица 1.

Статистика экспорта РФ в Китай

Группа товара	**Январь 2018**	**Октябрь 2018**	**Изменения**	**∑ (Янв 2018-Окт 2018)**	**Доля**
1. Продукты животного происхождения	$84.4 млн	$213 млн	↑153%	$1.27 млрд	2.8%
2. Продукты растительного происхождения	$39.5 млн	$39.7 млн	↑0%	$306 млн	0.7%
3. Жиры и масла	$7.3 млн	$12.4 млн	↑70%	$300 млн	0.7%
4. Пищевые продукты, напитки, табак	$20.5 млн	$28.3 млн	↑38%	$176 млн	0.4%

В таблице приведены изменения прибыли в период с января по октябрь 2018 года. Очевидно, что за последние 10 месяцев значительно увеличился экспорт продуктов животного происхождения.

Рассмотрев российские товары, пользующиеся спросом на китайском рынке, стоит обратить внимание на особенности их потребителей. Как мы упоминали ранее, население КНР очень велико. Рынки Пекина, Шанхая и Гуаньчжоу действительно сильно переполнены, поэтому следует отдать предпочтение городам поменьше, причем развивать нужно продажу не только в торговых центрах, но и онлайн, так как в последнее время такой вид шоппинга становится очень популярен в Китае.

Так как китайцы любят совершать покупки на онлайн-платформах (Taobao, Weibo, JD, Weipinhui), которые пользуются большим спросом, то в таком случае было бы полезным для российского рынка внедрить свой товар в один из этих

онлайн-гипермаркетов или создать свой собственный. При этом для покупателей необходимо создать удобные способы приобретения и получения товара. Если учитывать неценовые факторы, то стоит обратить внимание на рекламу, отзывы как знакомых, так и интернет-пользователей, которые составляют немалое количество людей (80 % онлайн-покупателей учитывают рекомендации друзей и семьи; 64 % потребителей доверяют комментариям других покупателей). Также можно придерживаться принципа «увидел-купил», распространённого среди китайских маркетплейсов. Данный способ заключается в том, что для начала нужно привлечь внимание покупателей, и только затем сделать акцент на самом товаре, то есть его стоимости. Кроме того приветствуется участие в продовольственных выставках Китая, либо в организации приграничного склада.

Заключение. Китай – эпицентр торговли всего мира, но, несмотря на то, что, казалось бы, рынок заполнен, всё равно открываются большие перспективы российским производителям в экспортировании собственных товаров, так как потребность жителей Поднебесья с каждым годом только увеличивается. Возрастающий спрос на импортные продукты в КНР, а также огромное количество жителей, нуждающихся в них, в совокупности приносят ощутимую прибыль российских предприятиям и фирмам. Поэтому, ради достижения высокого уровня продаж, нужно не только знать специфику желаний китайского потребителя, но и правильно повлиять на его выбор, чтобы закрепиться на рынке и получать с этого доход.

Список литературы:

1. Бездонная ниша: как выйти на китайский рынок / http://www.forbes.ru/karera-i-svoy-biznes/347705-bezdonnaya-nisha-kak-vyyti-na-kitayskiy-rynok - статья в интернете.
2. Нечаев В.И., Михайлушкин П.В. Экономический словарь / В. Нечаев – Краснодар / «Атри», 2011. – 462 с.
3. Особенности китайского потребителя и выход на рынок Китая / http://umom.biz/osobennosti-kitajskih-potrebitelej-vyhod-na-rynok-kitaya.
4. Топ-10 товаров, которые Россия экспортирует в Китай / https:// enterchina.ru/blog/top-10-tovarov-kotoryie-rossiya-eksportiruet-v-kitay.
5. Экспорт из России в Китай: «Все товары» / http://ru-stat.com/date-M201801-201810/RU/export/CN.

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ТУРИСТИЧЕСКУЮ ОТРАСЛЬ В РОССИИ

Сковородникова Алена Борисовна
магистрант
Государственного университета управления
РФ, г. Москва
E-mail: abskov@yandex.ru

Шаповал Елена Валентиновна
канд. экон. наук,
доц. кафедры Бухгалтерского учета, аудита и налогообложения
доц. Государственного университета управления
РФ, г. Москва
E-mail: e_shapoval_67@mail.ru

THE IMPACT OF THE DEVELOPMENT OF INFORMATION TECHNOLOGY ON THE TOURISM INDUSTRY IN RUSSIA

Alena Skovorodnikova
Master of Science, State University of Management,
Moscow

Elena Shapoval
candidate of Economic Sciences, assistant professor of the Department
of Accounting, Audit and Taxation
assistant professor of State University of Management,
Moscow

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена анализу влияния развивающихся информационных технологий на туристическую отрасль в России. Актуальность статьи заключается в том, что в работе приведены статистические данные, подтверждающие влияние интернетизации на выездной туризм.

ABSTRACT

The article is devoted to the analysis of the impact of emerging information technologies on the tourism industry in Russia. The relevance of the article lies in the fact that the work provides statistical data confirming the impact of the Internet in the field of outbound tourism.

Ключевые слова: туризм; информационные технологии; интернет; тур.

Keywords: tourism; information technology; internet; trip.

Современное общество невозможно представить без использования информационных технологий. Компьютеризация и информатизация сегодня затрагивает все отрасли хозяйства.

Так, информационные технологии внесли свой вклад и продолжают влиять на туристическую отрасль экономики. Сегодня существует множество интернет сервисов позволяющих приобрести билеты авиа и жд сообщения, забронировать номер в гостинице, заказать трансфер и даже купить билеты на различного рода культурно-досуговые мероприятия. Все это ведет как к оптимизации работы туристических организаций, так и к оттоку потенциальных клиентов в связи с уходом их к самостоятельному планированию поездки.

На сегодняшний день каждый туроператор имеет собственный сайт в интернет системе, на котором потребитель услуг может ознакомиться со всей интересующей его информацией, а также выбрать тур в соответствии со своими предпочтениями и интересами. Для побора и приобретения тура клиентам сейчас совершенно необязательно ехать в офис туристической организации, ведь все это доступно в режиме «online» [1].

По данным Росстат за 2017 год число выездных туристических поездок граждан России достигло отметки в 39 629 тысяч, когда за 2016 год данный показатель остановился на 31 659 тысячи. При этом численность российских туристов, отправленных туристскими фирмами в туры, составила 8 915 тысяч человек и 6 706 тысяч человек соответственно. В соответствии с данными Росстат можно сделать вывод, что доля туристов, пользующихся услугами туристических организаций, составляет 22,5 % в 2017 году и 21,2 % в 2016 году. При этом лишь 7 % путевок, по данным Интерфакс-туризм [2], население покупает «online», что в пересчете на количество туристических поездок в общем составляет всего 1,6 %. Опираясь на вышесказанное,

мы можем сделать вывод, что 77,5 % туристов самостоятельно планируют свое путешествие [3].

При планировании поездок туристы помимо классических средств (покупка билетов в кассе, телефонных звонков и др.) также пользуются информационными технологиями и интернет сервисами, такими как: booking.com, airbnb.com, aviasales.ru, tutu.ru и т. д. Данные сервисы позволяют самостоятельно в режиме «online» приобрести билеты на поезд или самолет, связаться с объектами размещения, забронировать номер в отеле. Электронное бронирование позволяет более эффективно использовать гостиничный фонд [4]. Один из известных вариантов электронного бронирования сайт Booking.com. Booking.com — лидирующая европейская система интернет-бронирования отелей по количеству проданных ночей в отелях, привлекает более 20 миллионов пользователей каждый месяц. Основанная в 1996 году, компания предлагает широкий спектр отелей от люксовых до самых экономичных. Сайт доступен на 43 языках и осуществляет поиск по почти 1 200 [5] тысячам отелей в 214 странах мира. Штаб-квартира этой компании находится в Амстердаме, в Голландии. В России эта компания появилась в декабре 2008 года, открыв в Москве свой офис. Кроме этой компании ещё ряд организаций ведут активную работу на отельном рынке HRS, Agoda.com, Hotels.com, Expedia, HotelLook.ru. Согласно исследованиям ежедневно на ресурсе бронируется более 300 тысяч ночей или 3 ночи в секунду, и информация о текущих бронях выводится на страницы сайта в режиме реального времени.

Тем не менее, по данным Ассоциации туроператоров [6], за 2017 год объем продаж турпутевок через интернет-платформы вырос на 105%, однако, данная картина определяется в основном предпочтениями жителей городов Москвы и Санкт-Петербурга.

Эксперты турбизнеса отмечают, что ситуация на российском рынке с предпочтением традиционных турфирм долго не продержится и продолжится тренд на «цифровизацию» и «интернетизацию».

Подводя итоги, можем отметить возросшую роль информационных технологий в жизни общества. Практически все население России ежедневно использует данные технологии, даже находясь в отпуске, ведь технологии берут на себя большой объем механической работы, тем самым упрощая нам жизнь. Информационные технологии будут усиливать международную валютно-торовую интеграцию, в частности в туристической отрасли, по вполне оправданным ожиданиям.

Список литературы:

1. Архарова И. Исследование: российские путешественники бронируют туры через турфирмы, но тренд – на усиление онлайна // Турпром. 2017. [Электронный ресурс] // URL: https://www.tourprom.ru/ (Дата обращения 19.10.2018).
2. Сайт Интерфакс туризм [Электронный ресурс] // URL: https:// tourism.interfax.ru/ (Дата обращения 19.10.2018).
3. Сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] // URL: http://www.gks.ru/ (Дата обращения 20.10.2018).
4. Погорелов А.М. Влияние информационных технологий на развитие международного туризма // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. 2014. № 1-1. [Электронный ресурс] // URL: https://cyberleninka.ru/ article/ (Дата обращения: 20.10.2018).
5. Сайт компании Booking.com [Электронный ресурс] // URL: https:// www.booking.com/ (Дата обращения: 22.10.2018).
6. Сайт Ассоциации туроператоров [Электронный ресурс] // URL: http:// www.atorus.ru/ (Дата обращения: 28.10.2018).

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Сургуладзе Елена Валериевна
студент, кафедра экономики и управления
экономико-математического факультета НФ БашГУ,
РФ, г. Нефтекамск
E-mail: elena.surguladze@yandex.ru

Юсупов Касим Назифович
научный руководитель, д-р экон. наук,
профессор, кафедра макроэкономического развития
и государственного управления, БашГУ
РФ, г. Уфа

Аннотация. В статье рассмотрены теоретические основы методов оценки экономической эффективности инновационных проектов. Приведены основные понятия, рассмотрены виды инноваций на предприятии. В работе отмечено, что методы оценки экономической эффективности инновационных проектов принято делить на две большие группы: традиционные методы и методы комплексной оценки.

Ключевые слова: инновации, инновационные проекты, методы оценки, эффективность, инвесторы, техника и технологии, научный прогресс.

Устойчивое положение предприятия на рынке сегодня зависит от того насколько эффективно оно может удовлетворять конечные потребности своих клиентов. Современное состояние развития науки и техники, а также конкуренция, привели предприятия к необходимости поиска и освоения новых рыночных ниш. Естественно старые технологии и способы разработки товаров или услуг в конечном итоге не будут способствовать развитию. Следовательно, возникает потребность разработки и внедрения инновационных проектов.

В сложившихся экономических условиях применение инноваций в деятельности предприятия становится актуальным. Применяя новые техники и технологии предприятия, получают возможность более полно удовлетворять

потребности клиентов, в том числе и скрытые. Несмотря на все преимущества инновационных проектов, остается одна проблема, связанная с оценкой эффективности реализации таких проектов, а также определения перспективности их последующего инвестирования.

Изучением вопросов касающихся инноваций, инновационных проектов и их экономической эффективности занимаются многие исследователи, среди которых стоит отметить работы Дрока Т.Е., Однокоза В.Г., которые посвящены понятию, содержанию и изучению порядка разработки, реализации и оценки эффективности инновационных проектов. Такие авторы как Куликов Д.Л., Кучеров А.А. и Малинина С.Е. рассматривают особенности становления, развитие и проблемы методов оценки эффективности инновационных проектов. Работы Панченко А.В., Абрахманова А.А и Рогачевой Г.И посвящены методам оценки эффективности инновационных проектов.

Дрок Т.Е. [1, с. 60] отмечает, что инновации – это результат работы, основанный на использовании передового опыта или достижений науки, по созданию нового продукта или процесса или его усовершенствованию, который используется в практической деятельности. Автор так же делает упор на том, что обязательным свойством инноваций является научно-техническая новизна.

По мнению Однокоза В.Г. [2, с. 334] инновационная деятельность представляет собой деятельность по реализации, распространению или созданию инноваций, но ее особенность в коммерческой направленности. Автор отмечает, что инновационная деятельность имеет целью использовать результаты и достижения научной деятельности для расширения ассортимента продукции, улучшения качества товаров, совершенствования технологий, повышения производительности, что в итоге должно привести к получению высокой прибыли.

Инновационная деятельность требует инвестиций и может включать целый комплекс научно-технических, технологических и организационных

мероприятий, которые в совокупности и создают инновации, товары или услуги с новыми качествами.

Принято выделять следующие виды инноваций:

- технические - создают продукцию с новыми или улучшенными свойствами;
- технологические - применение более совершенных способов изготовления товаров;
- организационно-управленческие - оптимизируют процессы организации производства, транспортировки, снабжения и сбыта;
- информационные - решают задачи рациональной организации информационных потоков в сфере научно-технической и инновационной деятельности, повышения достоверности и оперативности получения информации;
- социальные - улучшают условия труда, решают проблемы здравоохранения, культуры, образования.

В своих работах Куликов Д.Л. и Кучеров А.А. [3, с. 16] отмечают, что инновационные инвестиции – это вложения в нематериальные активы. По мнению авторов, такое инвестирование помогает внедрить различные научные и технические разработки, новые изобретения в производство (или социальную сферу). Как результат получается значительное улучшение производственной деятельности и повышается прибыль.

Очень часто инновационные решения встречаются в области информационных технологий, энергосбережения, экологические проекты или проекты, связанные с налаживанием отечественного производства тех товаров, которые до этого только импортировались.

Финансирование таких проектов принимает инновационную форму инвестирования. Порой трудно найти инвестиции, хотя существует несколько возможных источников: венчурные фонды, частные инвесторы, а иногда можно получить и грант, государственную поддержку для «стартапа». Потому что в первую очередь предполагаемый инвестор должен суметь рассмотреть

дополнительную интеллектуальную ценность в инвестиционном проекте, ту информацию, которую можно будет затем реализовать в реальном производственном процессе.

Стоит отметить, что у инновационных проектов есть существенное отличие от обычных проектов. На наш взгляд инновационные проекты – это новая технология о потенциальных возможностях ее развития и применимости ещё нет чёткого представления. И как следствие, ряд критериев не актуальных для обычных проектов становятся принципиально значимыми для инновационных проектов. Для оценки эффективности проектов предлагается использовать набор показателей, ряд из которых является классическим в теории управления проектами, а ряд носит исключительный характер и возможен к применению только для анализа инновационных проектов. Для получения всесторонней картины эффективности и применимости результатов проекта в компании предлагается использовать определенный набор критериев.

Для наглядности и простоты принятия решений и оценки проектов мы предлагаем все критерии сгруппировать по следующим направлениям анализа, которые отражают две ключевые характеристики инновационных проектов, такие как значимость и затратность.

Значимость представляет собой интегральный показатель, который отражает позитивный вклад в развитие компании в целом. Значимость рассчитывается как взвешенная сумма критериев:

- стратегический эффект для компании;
- срок окупаемости проекта;
- потенциальный размер прибыли;
- косвенные преимущества реализации проекта;
- этап зрелости технологии;
- риски при отказе от проекта;
- наличие или возможность создания уникальной на рынке экспертизы внутри компании ;

- возможность остановки проекта на любой стадии с минимальными потерями.

Второй показатель – затратность представляет собой оценку ожидаемых затрат, а также рисков, влияющих на выполнение или стоимость проекта. Затратность определяется как взвешенная сумма критериев:

- отклонение от планов и бюджета;
- опыт удачных внедрений на рынке;
- прозрачность и определенность правового поля новых технологий;
- длительность проекта;
- ресурсные возможности компании;
- наличие и риски возникновения внешних ограничений использования технологий;
- мотивированность команды.

Проведя экспертную оценку проекта и? применив расчет базовых показателей? получается сводная итоговая оценка проекта.

Для того чтобы оценить эффективность инновационных проектов на предприятиях, как правило, используют показатели, которые применяются в целях оценки инвестиционных проектов. Данный факт связан с тем, что для реализации любого проекта, в том числе инновационного, требуются определенные ресурсы, стоимость и эффективность использования которых необходимо оценить.

Малинина С.Е. [4, с. 16] отмечает, что методы оценки экономической эффективности инновационных проектов принято делить на две большие группы, а именно: традиционные методы и методы комплексной оценки. На сегодняшний момент традиционные методы являются наиболее используемыми. К традиционным методам относятся:

- статистические методы;
- динамические методы;
- специальные методы.

Среди специальных методов оценки экономической эффективности инновационных проектов можно выделить следующие виды: теорию оценки опционов (OPT), экономическую добавленную стоимость (EVA), модель Эдвардса-Белла-Ольсона, метод венчурного капитала, индексы предпочтительности. На практике более часто из традиционных методов применяются статические и динамические методы оценки экономической эффективности инновационных проектов.

По мнению Рогачевой Г.И. [5, с. 89] из всех отмеченных методов статические методы являются простыми. Статистические методы можно использовать для экспресс-оценки инновационного проекта, который имеет непродолжительный жизненный цикл. В рамках статических методов можно выделить ряд показателей.

Суммарная прибыль от реализации проекта (чистый доход), представляющая собой разность между совокупными результатами и затратами на протяжении всего срока реализации инновационного проекта.

Положительное значение суммарной прибыли является критерием эффективности проекта.

Среднегодовая прибыль позволяет отразить значение суммарной прибыли, усредненное за весь горизонт расчета. Критерием эффективности так же является положительность его значения.

Простая норма прибыли (рентабельность инвестиций), которая рассчитывается как отношение величины прибыли предприятия в расчете на один рубль вложенных средств (инвестиций). В качестве критерия эффективности стоит рассматривать превышение показателя над нормой прибыли, которая была принята инвестором.

Простой срок окупаемости, представляющий период времени, в течение которого прибыль без учета дисконтирования полностью покроет инвестиции. В качестве критерия эффективности данного показателя рассматривается его наступление до окончания срока реализации проекта.

Как уже было отмечено, главным преимуществом статистических методов оценки экономической эффективности инновационных проектов является простота и удобство расчетов.

Панченко А.В. и Абрахманов А.А. [6, с. 49] в своих исследованиях отмечают, что представленные выше показатели имеют ряд значительных недостатков, среди которых стоит отметить игнорирование факта различной ценности денежных средств в различные моменты времени, а также распределение результатов и затрат на протяжении всего горизонта расчета.

На наш взгляд, для того чтобы преодолеть указанные недостатки необходимо использовать динамические методы, которые позволяют осуществлять процедуру дисконтирования. Данную группу можно представить следующими показателями.

Чистый дисконтированный доход (чистая текущая стоимость), который является важным показателем эффективности и используется для характеристики дисконтированного эффекта по шагам нарастающим итогом.

В качестве следующего динамического показателя принято рассматривать внутреннюю норму доходности, которая представляет собой такую норму дисконта (единственную и неотрицательную), при которой дисконтированные притоки только лишь компенсируют дисконтированные оттоки денежных средств.

Индекс доходности дисконтированных инвестиций является следующим показателем и отражает относительную «отдачу проекта» на вложенные средства. Данный индекс представляет собой увеличенное на единицу отношение чистого дисконтированного дохода к дисконтированным инвестициям. Если значение индекса больше единицы, то инвестиционный проект можно признать эффективным.

Последним показателем в составе динамических методов является дисконтированный срок окупаемости, который показывает период времени, в течение которого дисконтированный эффект нарастающим итогом покрывает вложенные в проект средства.

Обобщая отметим, что инвесторы в первую очередь стараются оценить, как предприятие будет развиваться, что в результате даст применение той или иной инновационной технологии, какие барьеры для конкурентов будут созданы. Финансовый или бизнес-план такого проекта, как и любого другого, должен содержать расчет стандартных финансовых показателей. Инвесторам важно знать возможную емкость рынка, какие потребности клиента удовлетворит новый продукт, каналы продвижения, какие гарантии сохранности вложенных инвестиций, срок окупаемости, а также одни из самых важных показателей это рентабельность, размер прибыли и какие устойчивые конкурентные преимущества получит новый продукт.

По нашему мнению, в инновационном проекте самым главным является его команда, наличие не только четкого плана как реализовать идею на практике, чтобы проект превратился в прибыльный бизнес, но и опытного руководителя, активного лидера, который способен управлять проектом и развивать его.

Список литературы:

1. Дрок Т.Е. Инновационный проект как исходный элемент инновационной деятельности предприятия: понятие, содержание и прединвестиционные исследования / Т.Е. Дрок // Молодой ученый. – 2015. – № 10. – С. 60-64.
2. Однокоз В.Г. Порядок разработки, реализации и оценка эффективности инновационных проектов / В.Г. Однокоз // Молодой ученый. – 2014. – № 19. – С. 334-336.
3. Куликов Д.Л., Кучеров А.А. Становление и развитие методов оценки эффективности инновационных проектов / Д.Л. Куликов, А.А. Кучеров // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1-1. – С. 15-26.
4. Малинина С.Е. Проблемы оценки экономической эффективности инновационных проектов / С.Е. Малинина // Креативная экономика. – 2014. – Т. 8. – № 4. – С. 16-27.
5. Рогачева Г.И. Эффективность инновационно-инвестиционных проектов: критерии, особенности оценки / Г.И. Рогачева // Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. – 2013. – № 2. – С. 89-96.
6. Панченко А.В., Абрахманов А.А. Методы оценки эффективности инновационных проектов с применением реальных опционов / А.В. Панченко, А.А. Абрахманов // Российское предпринимательство. – 2014. – Т. 15. – № 10. – С. 48-56.

ВЫБОР ПРОГРАММНОГО ПРОДУКТА ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ

Трунова Елена Сергеевна
магистрант, факультета Экономики,
Петербургского университета путей сообщения,
РФ, г. Санкт-Петербурга
E-mail: ezjiik@gmail.com

В современном мире одним из быстро развивающихся рынков, стал рынок рекламы и маркетинга. Без рекламы уже сложно представить продвижение товаров и услуг. Реклама помогает узнать о новом производители, товаре, услуге или напомнить уже о существующих. Сама по себе реклама не может гарантировать производителю прибыль. Основная функция реклама это [1]:

1) Выявление целевой аудитории – путем различных, опросов, тестов, сбора фокус групп.

2) Влияние на целевую аудиторию через различные каналы коммуникации.

По данным Ассоциации Коммуникационных Агентств России в первом полугодии 2018 года суммарный объем рекламы по канал ее распространения за вычетом НДС составил 219 млрд. руб., что на 13% больше, чем в соответствующем периоде прошлого года. Основные каналы распространения рекламы это:

- телевидение;
- радио;
- пресса;
- наружная реклама;
- интернет.

На рисунке 1. отображены суммарные объемы всех каналов распространения рекламы:

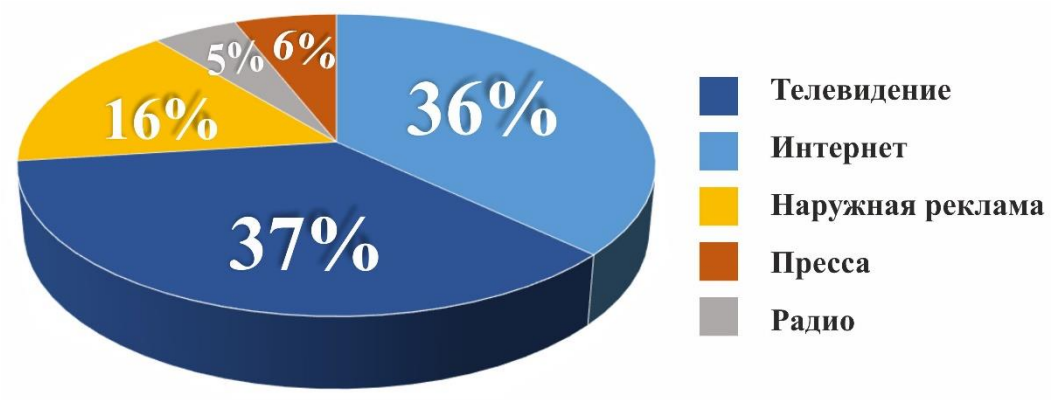

Рисунок 1. Суммарные объемы всех каналов распространения рекламы

Из графика, представленного на рисунке 1.1 видно, что основную прибыль в бюджет страны приносит телевизионная и интернет реклама. Это связана с популярностью этих каналов информирования потребителей, так как эти каналы предоставляют самую широкую аудиторию. Надо отметить, что два этих канала являются дорогостоящими, и не по карману не большим кампаниям.

Рост спроса на рекламные услуги рождает конкуренцию. Конкуренция в рекламном рынке активизируется в двух направлениях: конкуренция в привлечение заказчиков и конкуренция, заключающаяся в первенстве разработки нового способа подаче информации целевой аудитории.

Открытия рекламной компании не требует больших финансовых вложений и при это имеют большой спрос у производителей товаров и услуг. Поэтому многие предприниматели из сектора малого бизнеса открывают свои компании именно на рынке рекламных услуг.

Большинстве своем вновь открывшиеся рекламные компании заключают договора на аутсорсинг и только перепродают услуги со своей наценкой.

Приоритетным направлением в рекламных компаниях является развитие собственных производственных мощностей. Развитие собственного производства дает возможность заключения договоров на производство рекламных услуг с более крупными часто сетевыми заказчиками. Собственное производство дает компании возможность предоставлять скидки постоянным клиентам.

Но при всех плюсах, которые может дать производство рекламным компаниям, есть и минусы. Минусы заключают в том, что компания теперь должна четко распределять собственные заказы на производстве чтобы не произошло срывов сроков. Для минимизации финансовых потерь, рекламные компании должны научиться четко распределять и закупать необходимые материалы для производства. С появлением производства растет и штат сотрудников, кроме менеджеров, которые ведут рекламные проект, появляются производственные должности такие, как: начальник производства, фрезеровщик, сварщик, печатник, сборщик рекламных конструкций, монтажник. При росте штата растет информация, передаваемая от сотрудника к сотруднику.

В этот момент рекламная компания начинает искать пути систематизации работы своих сотрудников. И на помощь ей приходит сфера знаний такая, как управления проектами.

Управление проектом - это особый вид управленческой деятельности, базирующийся на предварительной коллегиальной разработке комплексно-системной модели действий по достижению оригинальной цели и направленный на реализацию этой модели [1, с. 22].

Проектный менеджмент основывается на богатом мировой и собственный опыте в данном виде деятельности [2]. Все проекты имеют начало и конец, преследуют конкретные цели. Тем не менее каждый проект по-своему уникален, так как имеет свою миссию и свои ресурсы.

Стандарты в управление проектами являются существенной частью для разработки единого информационного пространства, развития основных норм и принципов, регулирующих создание проекта, его этапов и ступеней при методологическом подходе к управлению, что дает возможность выстраивать проектную деятельность, четко ставить цели в соответствии с поставленными задачами предприятия [3].

Даже при значительном опыте работы компании на рынке, ей сложно самостоятельно составить регламент работы для своих сотрудников. С момента

начала работы и по сегодняшнее время компании в основы используют электронную почту для передачи информации и технических заданий между офисом и производством также для связи с заказчиками. Такой способ передачи информации несет за собой большие риски, так как ни менеджеры, ни руководитель не видит реальной загруженности производства, наличие необходимого материала на складе. Все эти моменты ведут к срыву сроков на производстве, к лишней трате средств на покупку материалов, что отражается на количестве итоговой прибыли с заказа, а сорванные сроки на имидже компании. Отсутствия общего бизнес-процесса ведет к неправильной загрузки производства, что по итогу ведет к горящем срокам и выводу дополнительного персонала, что так же ведет к финансовым потерям.

Для минимизации рисков компании требуется разработка бизнес-процесса в виде программного продукта. Рекламные компании обычно не имеют большого денежного оборота поэтому доработку дорогостоящие программного продукта позволить себе не может. В связи с этим был произведен анализ финансовых затрат на разработку программного обеспечение с учетом основных требований. Основный требования компании сводятся к:

- обмен информации;
- хранение контактной информации в базе программы;
- формирование первичной финансовой документации;
- контроль сроков выполняемых проектов;
- автоматизация работы склада.

С развитием современных технологий появилась потребность требуется доступ к программе бизнес-процессов с любого мобильного устройства, так как менеджеры и руководитель могут выезжать на встречи или в командировки и должны быть всегда в курсе всего происходящего в офисе и на производстве. Начальник производства часто находится не у компьютера на своем рабочем месте, а на производственных участках, поэтому ему необходимо получать всю информацию на мобильное устройство. Так же, как и монтажникам необходим

доступ в программу с мобильного устройства в связи с тем, что у них нет рабочего места, оборудованного компьютером.

После описание всех необходимых требований к работе программного обеспечения бизнес-процессов компании, начинается этап подбора того самого программного обеспечения. Российский рынок на сегодняшний момент может предложить большой выбор программного обеспечения бизнес-процессов. Данное программное обеспечения представляется как в бесплатных пробных версиях, так и в платных с адаптацией под определенные требования компаний. Рассмотрим ряд программ видения бизнес-процессов, в компании, которые отображены в таблице 1 [5]:

Таблица 1.

Анализ программных продуктов по ведению бизнес-процессов

Программа	**Плюсы**	**Минусы**
Битрикс 24	есть бесплатная версия на 12 сотрудников рассчитана ведение бизнес-процессов в компаниях разного масштаба имеет адаптацию под мобильное устройство	бесплатная версия имеет ограниченный ряд функций при пользовании интерфейсов возникают трудности
Мегаплан	адаптирован под мобильное устройство возможность подключения клиентов имеет простой пользовательский интерфейс	отсутствие бесплатной версии
Простой бизнес	имеется бесплатная версия с подключением до 5 человек	разработана только для использования в небольших компаниях. не имеет адаптации для мобильного устройства

Анализ произведен выборочно, известных и широко используемых марок. Как видно из анализа у каждой программы есть свои достоинства и не доставки. Для рекламно-производственной компании следует рекомендовать такие программные продукты как Мегаплан или Битрикс 24.

На выбор программного обеспечения которая предоставляет влияют хорошие отзывы пользователь. Известные партнеры компании, которые уже используют эту программу и которые часто представлены на сайте.

Многие рекламные компании рассматривает список известных компаний на сайт программного продукта - это не только как залог качества программного обеспечения, оценённый крупными компаниями. Но еще и как ряд потенциальных клиентов, с которыми можно вести заказы в этом программном обеспечении, которое соединит бизнес-процессы не только внутри компании, но и этап передачи заказа от заказчика к исполнителю.

Надо отметить что подверженному сильной конкуренции рынку рекламных услуг, программное обеспечение бизнес-процессов, которое регламентирует работу сотрудников просто необходима. Иначе компании будут сталкиваться с рисками, которые за собой несут финансовые и имеджевые потери.

Список литературы:

1. Управление рекламным бизнесом: учеб. пособие / К.В. Антипов Моск. гос. ун-т печати. — М.: МГУП, 2010. — 198 с.
2. Бараненко С.П. Управление проектами: Учебно-методический комплекс / С.П. Бараненко. - М.: АП Наука и образование, 2014. – 244 с.
3. Верзух Эрик Управление проектами: ускоренный курс по программе MBA / Эрик Верзух. - М.: Вильямс, 2015. – 480 с.
4. Анисимов А.Л. Экономико-правовые основы управления проектом / А.Л. Анисимов. - Екатеринбург: Издательство УрГЭУ, 2010. – 52 с.
5. Арефьев Алексей Стандарты PMI по управлению программами и портфелями / Алексей Арефьев. – М.: 2006. – С. 58.
6. Ройс У. Управление проектами по созданию программного обеспечения / У. Ройс. - М.: Лори, 2014. – 424 с.

УЧЕТНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Филиппова Екатерина Вячеславовна
студент,
кафедра бухгалтерского учета НИУ БелГУ,
РФ, г. Белгород
E-mail: katena.filippova.98@mail.ru

Кузьмина Анастасия Ивановна
студент,
кафедра бухгалтерского учета НИУ БелГУ,
РФ, г. Белгород

В настоящее время в период реформирования бухгалтерского учета в России и в период его сближения с международными стандартами финансовой отчетности, его роль качественно меняется: из простой регистрации фактов хозяйственной жизни он превращается в один из важнейших элементов управления предпринимательской деятельности.

Бухгалтерский учет на предприятии ведется согласно законодательно установленным правилам. В большей степени руководство любого предприятия сталкивается с проблемой определения такой совокупности правил, реализация которых обеспечивала бы эффективность и результативность их деятельности. В данном случае основным показателем этого будет служить своевременное и достоверное формирование учетной информации в целях бухгалтерского, а также для управленческого и налогового учета. Согласно требованиям законодательства, в области учета, она должна быть сформирована в начале деятельности организации, и в дальнейшем быть постоянно актуальной в соответствии с управленческими задачами самой организации [1].

В современных экономических условиях имеется тенденция сближения норм российского бухгалтерского учета и требований международных стандартов учета и отчетности. Постепенный переход на международные стандарты учета допускает освобождение некоторых хозяйствующих субъектов от обязанности ведения бухгалтерского учета. Но необходимость формирования качественной и достоверной информации для всех групп

пользователей остается по-прежнему актуальной. Основным документом, позволяющим это реализовать, является учетная политика предприятия [4].

Учетная политика предприятия представляет собой совокупность правил реализации всех элементов метода бухгалтерского учета, определение предприятием тех методических приемов, которые позволят ему оптимизировать свою финансово-хозяйственную деятельность и информацию о ней [2]. Основы формирования и раскрытия положений учетной политики едины для всех предприятий.

Современные руководители многих организаций, особенно средних и малых, недооценивают значение учетной политики, а также качество ее составления для эффективной деятельности предприятия. Многие из них применяют формальный подход к решению этой задачи, несмотря на то, что практическое применение учетной политики очень широко. Необходимо также помнить, что в случае любых проверок вышестоящих организаций, налоговых органов, учетная политика подвергается пристальному рассмотрению в первую очередь. Грамотно составленная учетная политика является также полезной информационной базой для внутренних пользователей, например, бухгалтеров, финансовых аналитиков, менеджеров, внутренних аудиторов и др.

На формирование учетной политики оказывает влияние огромное количество различных факторов, среди которых требования законодательно-нормативной базы в области бухгалтерского учёта и налогообложения и др. [5].

Учетная политика состоит из организационного и методического разделов, а также общих положений.

Раздел «Общие положения» содержат сведения о предприятии, законодательно-нормативной базе, которая была взята за основу при разработке учетной политики, основные принципы учета и др. Организационный раздел раскрывает требования и правила ведения учета.

В «Методическом разделе» устанавливается порядок учета отдельных объектов учета. Отражению подлежат только те аспекты, которые относятся

к деятельности конкретной организации и для которых предусмотрен выбор способа учета.

Факторы, влияющие на формирование учетной политики, а также разделы и последовательность этапов представлены на рисунке 1.

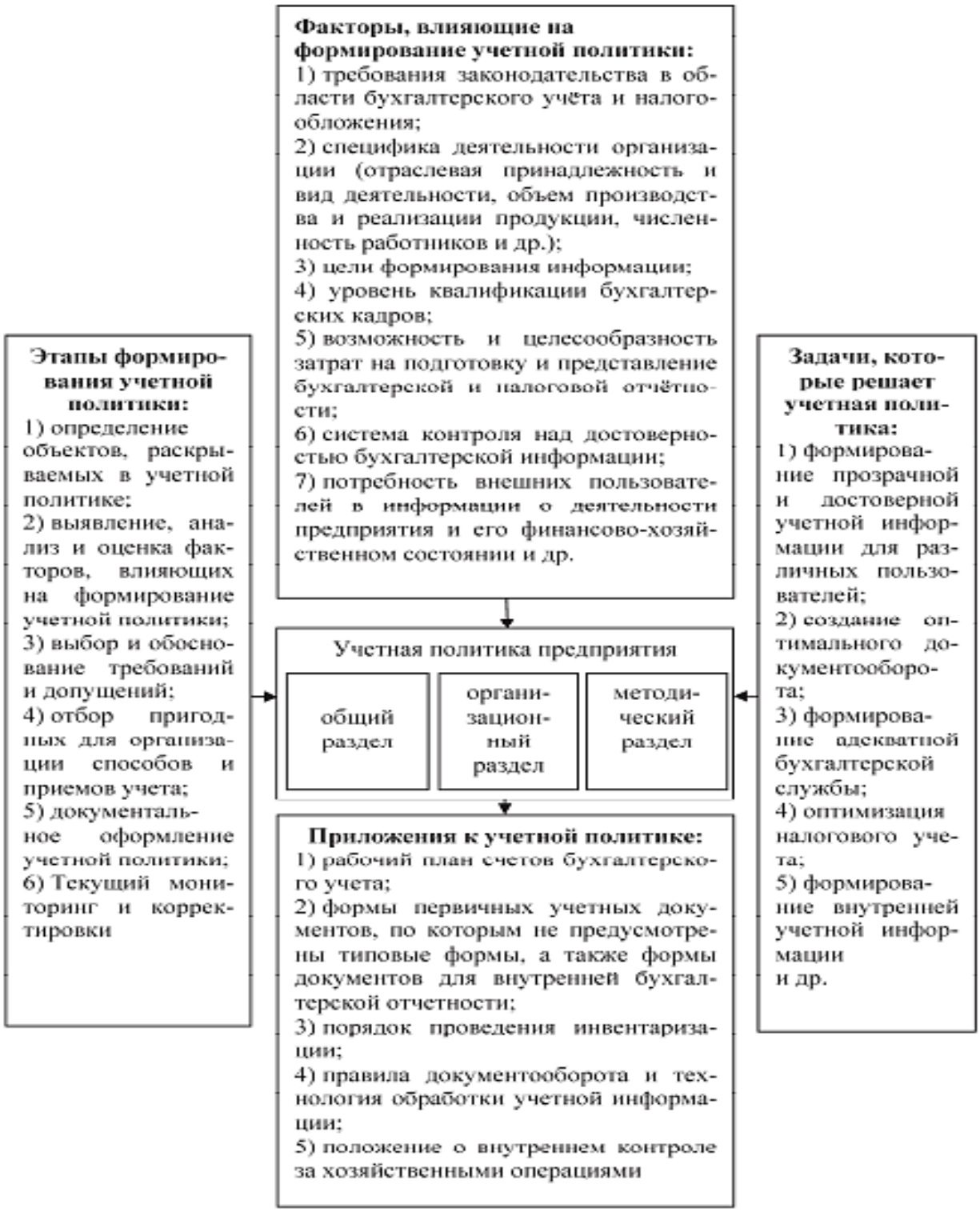

Рисунок 1. Учетная политика предприятия

Каждый этап является строго необходимым, должен быть проработан с особой тщательностью, поскольку каждый предыдущий этап обеспечивает реализацию последующего.

Прежде всего, предприятию необходимо согласовать ее основные принципы и положения с налоговыми органами, чтобы исключить любые противоречия. На первом этапе большое значение имеет определение всех объектов учета, порядок отражения которых будет раскрыт в учетной политике. Здесь сказывается специфика того или иного предприятия в силу осуществляемой финансово-хозяйственной деятельности.

На втором этапе реализуется выявление конкретных условий, процессов, которые повлияют на формируемую учетную политику, в зависимости от объектов учета, выявленных на предыдущем этапе.

Далее необходимо проанализировать общепризнанные требования и допущения с точки зрения их применения для конкретного предприятия. Ниже требования и допущения рассмотрены более подробно. Необходимо выбрать потенциально подходящие способы и приемы бухгалтерского учета, которые могут применяться на предприятии. Отбор осуществляется из всех законодательно разрешенных способов и методов, исходя из принятых на предыдущем этапе допущений и выявленных на втором этапе факторов выбора.

На заключительном этапе избранная учетная политика оформляется документально с соблюдением всех формальных правил. В дальнейшем в процессе финансово-хозяйственной деятельности предприятие непрерывно отслеживает эффективность положений внедренной учетной политики и по необходимости вносит корректировки, в том числе в обязательно предусмотренных законодательством случаях, таких как реорганизация предприятия или изменение законодательства в области учета.

Одновременно с утверждением учетной политики осуществляется утверждение обязательных приложений, их перечень представлен на рисунке.

Грамотно составленная учетная политика, прошедшая все необходимые этапы формирования позволять организации решать множество задач, возникающих в ходе ее финансово-хозяйственной деятельности.

Согласно нормам российского законодательства, учетная политика должна формироваться согласно установленным допущениям и требованиям. К требованиям, которые должны быть соблюдены, относятся требование полноты; требование своевременно отражать эти объекты и факты в соответствующих отчетных периодах; указанные учетные данные не должны противоречить друг другу; требование осмотрительности, то есть большая готовность признавать расходы. Особое значение имеет допущение непрерывности деятельности. Суть его заключается в том, что предприятие планирует существовать в обозримом будущем и не планирует ликвидацию, а его обязательства будут погашаться в установленном порядке.

Все хозяйствующие субъекты осуществляют свою деятельность в условии неопределенности и должны принимать управленческие решения с учетом возможных рисков. Для того, чтобы обеспечить непрерывность своей деятельности, необходимо вовремя выявлять эти риски, оценивать, и, по возможности избегать либо минимизировать. Формировать данные необходимо так, чтобы они максимально отражали реальное финансово-хозяйственное состояние предприятия. Это позволит пользователям принимать правильные управленческие решения на основании учетной политики, которая обеспечит непрерывность деятельности предприятия.

Список литературы:

1. Федеральный закон № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011.
2. Положение по бухгалтерскому учету № 1/2008 «Учетная политика организации» (утв. Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 06.10.2008 № 106н).
3. Бухгалтерский учет: учебник / под ред. П.И. Безруких - 7-е изд., перераб. и доп. - М.: Бухгалтерский учет, 2015. – 579 с.
4. Гуккаев В.Б. Учетная политика организации / В.Б. Гуккаев. -М.: Бератор, 2014. – 288 с.
5. Козлова Е.П. Бухгалтерский учет в организациях /Е.П. Козлова, Т.Н. Бабченко, Е.Н. Галанина. - М.: Финансы и статистика, 2014. – 752 с.

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО ПРАВОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ И ДРУГИХ ОРГАНИЗАЦИЙ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО КОМПЛЕКСА

Цаллагов Даниил Дмитриевич
студент, ИЭУБ КубГТУ,
РФ, г. Краснодар
E-mail: callagov1998@gmail.com

Хот Казбек Пшимафович
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент,
доц. кафедры ЭиФ, КубГТУ,
РФ, г. Краснодар

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF CONSUMER LENDING IN RUSSIA

Аннотация. В статье показаны проблемы эффективного правового управления дебиторской задолженностью управляющей компании и других организаций жилищно-коммунального комплекса. Проведен анализ дебиторской задолженности управляющей копании.

Abstract. The article shows the problems of effective legal management of receivables management company and other organizations of housing and communal complex. The analysis of receivables of the management company.

Ключевые слова: Дебиторская задолженность, управляющая компания, проблемы дебиторской задолженности управляющей компании, коммунальная услуга.

Keywords: accounts Receivable, management company, problems of accounts receivable of management company, public service.

Дебиторская задолженность присуща любой организации, независимо от формы собственности и вида деятельности. В частности, очень сложная ситуация наблюдается в жилищном секторе. Можно сказать, что в дебиторской

задолженности участвуют сразу 3 агента: в первую очередь собственники жилых и нежилых помещений, организация управления жильем и поставщик коммунальных услуг. Обычно в этом треугольнике управляющая компания выступает лишь посредником между собственником (потребителем КУ) и поставщиком (изготовителем и продавцом КУ), потому что не занимается производством или продажей коммунальных услуг, не имеет дохода от продажи этих услуг.

Также интересным аспектом является обязанность управляющих организаций заключать договоры на содержание имущества всех граждан, проживающих в доме, независимо от того, являются ли они должниками или нет. То есть управляющие организации сами не могут выбирать платежеспособных собственников, как, например, это может сделать кредитная организация. Сложность работы с должниками заключается в отключение или ограничение конкретным должникам поставок коммунальных услуг, таких как: водоснабжение, водоотведение, отопление, а иногда снабжение электроэнергией практически невозможно по техническим причинам. Инженерные системы многоквартирного дома сделаны таким образом, что вы можете отключить только стояк, подъезд или дом, но не отдельную квартиру. Естественно, добросовестные плательщики не должны страдать от мер, принимаемых в отношении недобросовестных соседей [2].

В свете вышесказанного трудно переоценить роль мер, принимаемых для предотвращения и сокращения дебиторской задолженности. Главное, чтобы работа проводилась на регулярной основе ответственным лицом. В настоящее время управляющие организации могут использовать комплекс мер по предупреждению и взысканию дебиторской задолженности:

1. Мониторинг и анализ состояния дебиторской задолженности - сюда входят процедуры ежемесячного отслеживания задолженности, подготовка реестров дебиторов с остатками на лицевых счетах, подключение юридической службы к работе по досудебному урегулированию.

2. Уведомление должников - может осуществляться путем телефонных звонков или размещения списков должников на видном месте, например на информационных табло в лифтовых залах, также можно уведомлять должников индивидуально в письменной форме. Как правило, большинство должников погашают свои долги и к ним больше не применяются меры.

3. Личные беседы с должниками - если человек выразил заинтересованность в погашении своего долга, желательно пригласить его на встречу, в ходе которой составить договор о графике погашения долга. Этот вид воздействия является одним из самых эффективных.

4. Заключение договоров о реструктуризации задолженности является двусторонним документом, согласно которому, в соответствии с утвержденным графиком, должник обязуется закрыть задолженность в течение 2-3 месяцев и обязуется не допускать образования новой.

5. Начисление штрафных санкций (пени) - часть 14 статьи 155 Жилищного кодекса Российской Федерации предусматривает меру гражданско-правового воздействия на лиц, допускающих формирование дебиторской задолженности. Такие лица обязаны уплатить кредитору пени в размере одной трехсотой ставки рефинансирования Центрального Банка Российской Федерации, действующей на момент оплаты [3].

6. Частичное ограничение или остановка подачи коммунальных услуг выявляется в ограничении поставок электроэнергии. На основании статьи 117 Постановления Правительства Российской Федерации от 06.05.2011 № 354 "О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов" управляющая компания вправе ограничить поставку государственных ресурсов должнику, предварительно уведомив его в письменной форме за 30 дней до планируемого отключения.

7. Досудебное воздействие - это направление должнику уведомления о намерении обратиться в суд для взыскания задолженности.

8. Взыскание задолженности в суде выражается в получении решения суда о взыскании (получения исполнительного листа). Далее документы передаются в службу судебных приставов, в то же время приставы продолжают работать с должником.

Реформа жилищно-коммунального хозяйства была вызвана необходимостью улучшения в этой сфере, некачественной работой жилищно-коммунальных организаций, большим ухудшением состояния инженерных сетей и растущим процентом ветхого жилья. Выход был найден в передаче сферы в рыночном направлении, предоставляя гражданам права собственности на недвижимость [4]. Наряду с ежегодным ростом тарифов на предоставление коммунальных услуг и цен на энергоносители вызывают увеличение дебиторской задолженности собственников жилых помещений и, как следствие, задолженности управляющих компаний в пользу поставщиков. В связи с этим управляющим компаниям необходимо приложить все усилия для обеспечения мер по снижению, а главное по предотвращению возникновения дебиторской задолженности.

Бывают случаи, когда жильцы многоквартирных домов обходятся без управляющей компании, тогда заключаются договора технического обслуживания и аварийно-диспетчерского обеспечения со специализированными организациями.

К примеру, для обеспечения бесперебойной подачи по общедомовым инженерным сетям коммунальных услуг- электроснабжение, водоснабжение, теплоснабжение, водоотведение, газоснабжение, необходимо содержать энергетические сети в надлежащем техническом состоянии. Для этого заключают договора с ресурсоснабжающими аварийными организациями, имеющими штат сотрудников, осуществляющих проверку и ремонт инженерных систем. Помимо этого, необходимо два раза в год осуществлять технический осмотр системы вентиляции в помещениях многоквартирного дома. В этом случае, заключается договор с организацией, производящей такие виды работ. По итогам осмотра каждого помещения составляется акт, в котором фиксируются неполадки и сроки их устранения.

Новое в Жилищном законодательстве ,для граждан не осуществляющим своевременную оплату ЖКУ:

1) «ссылка» законодательства, в договоре социального найма, одним из пунктов установлена возможность выселить граждан из жилья за неуплату с предоставлением жилых помещений меньшей площади.

2) Есть законодательная ведомость устанавливать «заглушки» на канализационный стояк, для ограничения смыва биологических материалов.

3) Начисление пени по ставке рефинансирования ЦБ в размере 1/300, при применении которой, сумма пени может быть равна, а то и больше суммы основного дома.

Таким образом, данные мероприятия, направленные на работу с дебиторской задолженностью, являются частью общей политикой управляющей компании. Грамотная работа с дебиторской задолженностью поможет эффективно работать управляющей компании и другим организациям жилищно-коммунального комплекса, и, как следствие, улучшить свое финансовое состояние.

Список литературы:

1. Суставова Н.П. Дебиторская задолженность как негативный фактор деятельности управляющей жилищной компании // Молодой ученый. - 2016. - №9. - С. 722-724.
2. ГАРАНТ.РУ: // Электронный ресурс.URL: http://www.garant.ru
3. "Жилищный кодекс Российской Федерации" от 29.12.2004 N 188-ФЗ (ред. от 03.08.2018).
4. Реформа ЖКХ: итоги и перспективы // Электронный ресурс. URL: http://socialexpo.ru.

ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ИННОВАЦИИ НА РЫНКЕ СКЛАДСКОГО ОБОРУДОВАНИЯ

Чеховских Юлия Андреевна
студент института “Коммерции, маркетинга и сервиса”,
направления “Менеджмент”, профиля “Логистика”
ФГБОУ ВО “Самарский государственный экономический университет”,
РФ, г. Самара
E-mail: Yuliachehovskuh@mail.ru

Карпова Наталья Петровна
научный руководитель, д-р экон. наук, доцент,
проф. кафедры маркетинга, логистики и рекламы
ФГБОУ ВО “Самарский государственный экономический университет”
РФ, г. Самара

В данной статье рассмотрены инновационные разработки отечественных производителей, используемые для автоматизации работы склада. Автором приведены примеры новейших разработок роботов, платформ и погрузчиков, использующихся на отечественных складах. Приведены примеры их основных принципов работы и отличительных особенностей перед зарубежными конкурентами.

Логистика, складская логистика, склад, инновации, разработки, оптимизация, автоматизация.

Постоянное развитие товарно-денежных отношений и экономики в целом способствовало образованию новых рынков. Сегодня один из таких рынков - это рынок складского оборудованиях. Ежегодно возводятся с нуля и переделываются сотни складских помещений по всему миру, что приводит к обострению конкурентных отношений отечественных и зарубежных производителей складского оборудования и приходу на российский рынок, как минимум, еще одного игрока в год.

Постепенный и одновременно стремительный переход многих компаний в интернет пространство, ставит новые задачи перед логистическими компаниями и складскими операторами. Все происходящие изменения заставляют видоизменяться и сам рынок складского оборудования, вводя

различные изменения, корректировки, одним словом - инновации, которые мы подробно рассмотрим далее.

Значительно увеличить эффективность работы склада можно усовершенствовав самую масштабную долю складских работ - это процессы инвентаризации продукции и комплектации заказов. Мелкую и монотонную работу, которую зачастую беспрерывно выполняют несколько человек в течение долгого времени, предлагается передать на работу роботам. Подобную идею уже реализовывает компания под названием Amazon, но еще раньше за разработку уникальных роботов взялись российские разработчики.

Роботизированная грузовая тележка под названием Ronavi RO1, которая уже имеет усовершенствованную модель, является первым в своем роде подобным проектом, который позволяет практически полностью убрать участие человека в процессе формирования заказы на складе. Робот-тележка способен перемещать груз весом до 1.5 тон. по заданной траектории. Причем не только по уровню склада, но и с этажа на этаж при помощи лифта, что в свою очередь является одним из главных конкурентных преимуществ перед другими производителями. Зарядки одного такого робота хватает на постоянную и беспрерывную работу длиною в шесть часов, а перезарядка занимает всего два часа.

Этот робот, созданный в ТехноПарке города Зеленоград, производится в серийных масштабах, работает при помощи RFID-меток, которыми оснащается весь склад. Каждый робот отвечает за собственный участок и точно знает, где находится необходимый товар. Подъезжая к нужному стеллажу с товаром, робот поднимает стеллаж на себе и по заданному маршруту подъезжает к месту фасовки нужного товара. Когда требуемый заказ собран, робот отъезжает обратно, ставит специальный стеллаж на свое место и отправляется за новым заказом. В конце своего рабочего дня все грузовые тележки подъезжают на место стоянки и выключаются до следующего утра.

Подобный вид автоматизации склада не настолько финансово затратен, как аналогичные внедрения и является отличный вариантом улучшения качества

складских работ. Особенно, если они связаны с постоянными фасовочными работами мелких и даже крупных заказов.

В отличие от предыдущей инновации следующий пример не нуждается в глобальной перестройке имеющегося складского помещения. СкладоБот – это автоматизированная и автономная платформа, помогающая увеличить скорость сборки и доставки товара комплектовщику. Платформа сама ориентируется на складе с помощью встроенных датчиков и разработанной программы, что позволяет объезжать возникающие препятствия. СкладоБот имеет небольшие габариты, которые вписываются в масштабы и межстелажные пространства складов категории B, A и A+, что позволяет маневрировать в ранее созданных площадях.

Принцип работы СкладоБота подразделяется на несколько этапов и заключается в следующем:

- сборщик подходит к нужному стеллажу, там его уже ожидает робот;
- сборщик отбирает товар и складывает в отсек платформы;
- затем, после окончания отбора сборщик подает сигнал и СкладоБот уезжает в зону отгрузки, где его встречает другой сотрудник, который уже разгружает отсек. А затем “дает команду”, отсканировав штрих код, что платформа разгружена и робот готов к новой работе.
- сборщик подходит к другому стеллажу, где его ожидает уже другой СкладоБот.

Подобная автоматическая платформа способна сократить время обработки заказа и выполнения его комплектования, что позволяет говорить о частичной автоматизации склада при помощи роботов отечественной разработки.

Понятие склад подразумевает под собой хранение, отгрузку, погрузку грузов в больших масштабах. И чтобы сократить время обработки одного паллетоместа придумали различные ручные тележки, которые эволюционировали затем в многофункциональные погрузчики.

Но наши российские разработчики шагнули еще дальше, создав многофункциональную систему, предназначенную для автоматизации всех

видов напольных перемещений паллетных грузов на складе. Название данной системы RoboCV X-MOTION NG, X-Motion NG звучит, как название космического корабля, прибывшего из будущего. Но может это как раз и есть наше будущее, т. к. подобных аналогов на рынке еще не существует. Данная система состоит из электрической паллетной тележки, а также интеллектуальной системы автоматизации, которая, к слову, также разработана нашими производителями, она обеспечивает возможность работы современного многофункционального погрузчика без водителя.

Более того, ко всему прочему, возможно внедрение клиент-серверного модуля для централизованного управления задачами всех роботов и мониторинга их состояния. А также для интеграции с внешними IT-системами.

Таким образом, автоматизация склада является неотъемлемой частью существующего прогресса в данной области логистики. Постоянные идеи, разработки и инновации российских ученых и инженеров приводят к улучшению сервиса и качества работ любого склада. Это в свою очередь повышает уровень ответственности компаний, которые в конечном счете работают для потребителей.

Список литературы:

1. Бойко Алексей “Складские работы, складское хозяйство и беспилотники”, Информационный сайт RoboTrends www.robotrends.ru.
2. Сайт российского разработчика инновационного складского оборудования RoboCV www.robocv.ru.
3. Онлайн издание Hi-News www.hi-news.ru.
4. Карпова Н.П. Особенности использования электропогрузчиков на складе [Текст] / Н.П. Карпова, В.О. Королев // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития: сборник материалов XXVI Международной научно-практической конференции / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Изд-во ЦРНС, 2016. – С. 177-181.
5. Карпова Н.П. Логистический подход к организации складского хозяйства [Текст] / Н.П. Карпова, Л.Р. Богапов // Фундаментальные и прикладные исследования в современном мире: Материалы XIV Международной научно-практической конференции. – СПб, 2016, том 2. - С. 143-136.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Электронный сборник статей по материалам LXXIII студенческой международной научно-практической конференции

№ 1 (73)
Январь 2019 г.

В авторской редакции

Издательство АНС «СибАК»
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 4.
E-mail: mail@sibac.info

16 +

СибАК

www.sibac.info