



СибАК
www.sibac.info

ISSN 2310-4082

XXXVII СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

№ 10(37)



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

г. НОВОСИБИРСК, 2015



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

*Электронный сборник статей по материалам XXXVII студенческой
международной заочной научно-практической конференции*

№ 10 (37)
Декабрь 2015 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск
2015

УДК 33.07
ББК 65.050
НЗ4

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:

Желнова Кристина Владимировна – канд. экон. наук, ассистент Воткинский филиал «Удмуртский государственный университет»;

НЗ4 «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки»:

Электронный сборник статей по материалам XXXVII студенческой международной научно-практической конференции. – Новосибирск: Изд. АНС «СибАК». – 2015. – № 10 (37)/ [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: [http://www.sibac.info/archive/economy/10\(37\).pdf](http://www.sibac.info/archive/economy/10(37).pdf)

Электронный сборник статей по материалам XXXVII 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.

ББК 65.050

Оглавление

Секция 1. Маркетинг	9
МЕТОДОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ Бер Анри Роиниевич Кизян Наталья Геннадьевна	9
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТОМ Бронникова Анна Владимировна Алексеенко Ирина Владимировна	14
ВЛИЯНИЕ ЛОГИСТИКИ НА МАРКЕТИНГОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ Валявко Елена Францевна Фролова Екатерина Сергеевна Шишло Сергей Валерьевич	19
ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ НА РЫНКЕ УСЛУГ УЧРЕЖДЕНИЙ КИНО И КИНОПРОКАТА Г.КРАСНОЯРСКА Ибрагимли Шабнам Эльхан кызы Ветцель Константин Яковлевич	24
КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА В ИНТЕРНЕТ – ПРОСТРАНСТВЕ Макарова Ульяна Владимировна Косова Светлана Александровна	31
ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЛОГОТИПОВ И ИХ РАЗРАБОТКА Мухаметзянова Гузель Расимовна Андрианова Наталья Валентиновна	35
МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ НА РЫНОК ПРОДУКЦИИ ТЕПЛИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА Трофимова Татьяна Сергеевна Андрианова Наталья Валентиновна	40
Секция 2. Менеджмент	45
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РАБОЧЕЙ СИЛЫ НА РЫНКЕ ТРУДА РФ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ Быстрых Дарья Александровна Чуйкова Василиса Андреевна Тагирова Асет Вахаевна	45

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ Винюкова Ирина Николаевна Ходыкина Инна Васильевна Тоцкая Инна Викторовна	52
СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ Диамбеков Сослан Анатольевич Гуриева Лира Константиновна	57
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И ВНЕБЮДЖЕТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ВУЗОВ (НА ПРИМЕРЕ КАБАРДИНО-БАЛКАРСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА) Езиева Асият Олеговна Новиков Василий Матвеевич	65
ПРЕОДОЛЕНИЕ ПСИХО-ЭМОЦИОНАЛЬНОГО БАРЬЕРА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИИ Слепова Алёна Александровна Беляева Марина Николаевна	70
ИССЛЕДОВАНИЕ РОЛЕВОЙ СТРУКТУРЫ КОЛЛЕКТИВА НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ СТУДЕНТОВ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ Пашкова Валерия Анатольевна Федорова Анна Сергеевна Ильченко Елена Николаевна	75
УПРАВЛЕНИЕ КРИЗИСНЫМ СОСТОЯНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ Хлюпова Анастасия Алексеевна Зазнобина Анастасия Михайловна Ронова Галина Николаевна	81
ОСОБЕННОСТИ ВНУТРИФИРМЕННОГО РЫНКА ТРУДА Ходыкина Инна Васильевна Винюкова Ирина Николаевна Тоцкая Инна Викторовна	87
АНАЛИЗ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА НИЖНЕВАРТОВСК Чередниченко Анастасия Николаевна Пучкова Лилия Сергеевна Тагирова Асет Вахаевна	92

Секция 3. Регионоведение	99
ЮЖНОКОРЕЙСКИЕ ТНК: ИСТОРИЯ ВЫХОДА НА РЫНКИ АТР	99
Киреева Александра Александровна Андропова Лариса Александровна	
Секция 4. Реклама и PR	105
PR FOR ПИАРИУМ	105
Листовская Екатерина Максимовна Жук Софья Сергеевна	
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОНЛАЙН- И ОФЛАЙН-ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА	111
Хохлова Анна Константиновна Жеглова Юлия Генриховна	
Секция 5. Экономика	118
ВЫЯВЛЕНИЕ ФАКТОРОВ РИСКА МОШЕННИЧЕСТВА ПРИ ПРОВЕРКЕ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ	118
Абекова Айнур Кайраткызы Комаревцева Лидия Васильевна	
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ И РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С ПЕРЕХОДОМ НА МСФО	125
Алферова Евгения Викторовна Хорошилова Валентина Ивановна Голощапова Людмила Вячеславовна	
ДОКАПИТАЛИЗАЦИЯ СИСТЕМООБРАЗУЮЩИХ БАНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ	130
Бычков Артём Александрович Зверькова Татьяна Николаевна	
НАЛОГОВАЯ СТРАТЕГИЯ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАГНАЦИИ	138
Власова Алена Дмитриевна Гусаров Александр Анатольевич Глубокова Надежда Юрьевна	
«ЗОЛОТЫЕ» ДОРОГИ НАШЕГО ВРЕМЕНИ	149
Высоцкая Дарья Александровна Шабалина Екатерина Рудольфовна Кудряшова Татьяна Вячеславовна	

ОЦЕНКА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ НА РЫНКЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ УСЛУГ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ Высочан Анастасия Николаевна Климова Эльвира Николаевна	158
ПРОГРАММНЫЙ ПРОДУКТ ОЦЕНКИ РИСКОВ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ Ефремов Петр Александрович Софронова Наталия Викторовна	163
ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА КАК ОСОБЫЙ ИНСТИТУТ ОБЩЕСТВА Жернакова Анастасия Александровна Исламутдинов Вадим Фаруарович	168
ЗНАЧЕНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАЗВИТИИ ВЛАДИМИРСКОГО РЕГИОНА Зайнулина Юлия Андреевна Сальникова Анастасия Владимировна	173
ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ЗАПАСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ Белькова Анастасия Сергеевна Капинская Наталия Валерьевна Ронова Галина Николаевна	178
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ ДЕТЕЙ- СИРОТ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ Карасева Алёна Сергеевна Мышкина Наталья Петровна	186
ЗАНЯТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ РОССИИ Кислова Алина Вячеславовна Зубкова Сюзанна Александровна	191
ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Колотухина Ирина Игоревна Клишина Юлия Евгеньевна	195
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДАТЧИКОВ ДВИЖЕНИЯ И ОСВЕЩЕННОСТИ КАК СПОСОБ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ В ЖИЛОМ ДОМЕ Крошкин Валерий Андреевич Анисимова Татьяна Робертовна	200

БЕДНОСТЬ КАК ОДНА ИЗ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ Лебедева Анна Владимировна Мышкина Наталья Петровна	206
АДРЕСНАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРОГРАММА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ Лебедева Людмила Юрьевна Лудинова Юлия Вячеславовна	211
ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РИСКИ ПРОЕКТОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В УСЛОВИЯХ КРАЙНЕГО СЕВЕРА РОССИИ Мельник Алла Викторовна Панфилова Ольга Вячеславовна	216
АНАЛИЗ СТОИМОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА 1 КМ ДОРОГИ В РОССИИ И В ДРУГИХ СТРАНАХ Невядомская Алена Игоревна Дериглазов Александр Анатольевич	221
ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ Никишкина Анжелика Александровна Чиркунова Екатерина Константиновна	226
ПРОЖИТОЧНЫЙ МИНИМУМ В ЗЕРКАЛЕ СТАТИСТИКИ Макарова Ульяна Владимировна Обухова Мария Викторовна	232
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ БЮДЖЕТОВ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА И РЕСПУБЛИКИ АЛТАЙ Ондар Долчун Сергеевна Сагайдачная Надежда Константиновна	236
УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ Оразбай Кумисай Азаматовна Кайролы Лаура Амандыковна Альжанова Нуржан Шариповна	244
СРАВНЕНИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОХОДОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РОССИИ И КИТАЕ Пономарев Дмитрий Константинович Сидоров Павел Александрович Яковлева Татьяна Юрьевна Трушина Юлия Васильевна	251
БИЗНЕС-ИДЕЯ СОЗДАНИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ Русанова Дарья Андреевна Каменецкая Ольга Альбертовна Шилло Любовь Александровна	259

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВОЙ ТРАКТОВКИ КАПИТАЛИЗМА Сазанов Степан Олегович Слива Светлана Вячеславовна	266
АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И СТРУКТУРЫ ВВОДА ЖИЛЬЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Сизова Светлана Александровна Глотова Ирина Ивановна	271
УЧЕТ ВРЕМЕННЫХ ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ Сизова Светлана Александровна Клишина Юлия Евгеньевна	276
СТАНДАРТИЗАЦИЯ КАК МЕТОД ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ И ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ Чиликова Ирина Александровна Забержинский Борислав Эдуардович	281
БУХГАЛТЕРСКИЙ АУТСОРСИНГ – ВЫГОДА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ Трюшниковая Евгения Сергеевна Чкалова Екатерина Александровна Яричина Галина Федоровна	286
ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАУКОГРАДОВ РФ Шпигоцкая Александра Александровна Глотова Ирина Ивановна	292
ВВЕДЕНИЕ ТОРГОВОГО СБОРА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА Яковлева Татьяна Юрьевна Пономарев Дмитрий Константинович Колчин Сергей Павлович	298

СЕКЦИЯ 1.

МАРКЕТИНГ

МЕТОДОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

Бер Анри Роиниевич

*студент 2 курса магистратуры экономического факультета СПбГУ,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: Anriber@mail.ru*

Кизян Наталья Геннадьевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент СПбГУ,
РФ, г. Санкт-Петербург*

В условиях высококонкурентной борьбы на рынке возникает необходимость исследования влияния на состояние организационной культуры общецивилизационных закономерностей развития, процессов глобализации экономики, углубления международного партнерства и создания многонациональных рыночных структур. Требуется изучения механизмов формирования организационной культуры, определяющие ее факторы, возможность адаптации к современным тенденциям развития, учитывая национальные ценности и традиции персонала отечественных предприятий.

Под организационной культурой принято понимать совокупность ценностей, обычаев, традиций, норм и верований, которые выделяют данное предприятие из общей среды и характеризуют его особенности [2].

В свете данного подхода под организационной культурой предприятия торговли предлагается понимать совокупность формальных и неформальных взаимоотношений, материальных и нематериальных ценностей, правил и способов действий и коммуникаций, которые сформировались на предприятии торговли под воздействием факторов внешней среды и управленческой практики использования его внутреннего потенциала, и опосредствовано

отображаются в показателях результативности и эффективности деятельности предприятия торговли на рынке.

Основными элементами организационной культуры на предприятиях в сфере торговли, на наш взгляд, являются:

- культура труда торговых работников;
- этика обслуживания;
- эстетика обслуживания.

Данные элементы очень тесно взаимосвязаны между собой, что прослеживается из их сути и определений.

Культура труда работников магазина, к примеру, означает высокий профессионально-квалификационный уровень торгового персонала, а также высокие этический и эстетический уровни обслуживания покупателей и заказчиков.

Этические и эстетические основы обслуживания представляют собой совокупность характеристик и условия процесса торгового обслуживания, определенных профессионализмом и этикой обслуживающего персонала [3].

Так, основными характеристиками культуры торгового обслуживания, с точки зрения этики являются компетентность, вежливость, комфорт, манера поведения, чуткость, доступность и достаточность персонала для покупателей, уровень мастерства работников, мобильность, общительность, способность расположить к общению и т. д.

Особенное место в эстетической культуре в торговле занимает эстетика внешнего вида продавца: опрятность, собранность, аккуратность, подтянутость, элегантность привлекают покупателей, создают у них настроение для покупок.

Эстетическая культура в торговле также подразумевает красиво упакованный и привлекательно выложенный товар, яркую и заметную рекламу, санитарное состояние самого магазина, эстетику предоставления услуги или продажи товара.

В качестве вторичных элементов организационной культуры на предприятиях в сфере торговли следует выделить:

- состояние материально-технической базы торгового предприятия;
- уровень организации системы поставок товаров;
- прогрессивность и качество организации системы обслуживания;
- качественное состояние реализуемых товаров.

На механизм формирования организационной культуры предприятия торговли влияет ряд факторов внешней и внутренней среды.

Так внешними по отношению к предприятию торговли факторами, оказывающими определенное влияние, являются приведенные на рис. 1.



Рисунок 1. Внешние факторы формирования организационной культуры на предприятиях торговли

В качестве внутренних факторов формирования организационной культуры предприятия торговли следует обозначить такие, как личность руководителя, компетентность персонала, размер торгового предприятия, подсфера торговли, стадия жизненного цикла торгового предприятия, корпоративная культура, уровень развития коллектива и т. д.

Формирование организационной культуры оказывает позитивное влияние на эффективность управления персоналом торгового предприятия. Для реализации мотивационной функции организационной культуры важным

является согласованное применение ценностного и целевого управления, использования как традиционных средств мотивации труда, так и специфических средств организационной культуры.

Следовательно, стоит учитывать тот факт, что в деятельности предприятий торговли на организационную культуру весомое и непосредственное влияние оказывают работники предприятия, менеджеры высшего звена управления, а также факторы внешней среды.

Организационная культура торгового предприятия имеет определенную структуру, которая определяет ее роль в деятельности предприятия. К составным звеньям можно отнести культуру условий труда, культуру межличностных отношений, культуру работников, культуру организации торговли, культуру управления.

В 1982 г. в книге «Корпоративные культуры. Обычаи и церемониалы корпоративной жизни» авторы высказали предположение о существовании столько типов культуры, сколько существует различных организаций, которые можно свести к четырем основным типам по двум признакам: степень риска деятельности организации и скорость обратной связи [1, с. 143].

В данной модели Т. Дела и А. Кеннеди была выделена культура торговли. В этой культуре мотивируются работники, которые мало рискуют, и ожидается скорая обратная связь. Здесь активность является залогом успеха. Вознаграждения выдаются за ретивость и возможность находить недостатки и устранять их. Работники дружелюбно настроены друг к другу, работают в команде и стремятся к процветанию фирмы. Примерами являются торговые организации всех типов, включая розничную торговлю, личные продажи и торговлю товарами широкого потребления.

Задания по формированию организационной культуры постоянно изменяются и совершенствуются под воздействием факторов внешней среды. Организационная культура на предприятии торговли позволяет провести диагностику недостатков в работе предприятия и выявить причины их возникновения, найти гипотезы относительно устранения проблем, а также

усовершенствовать деятельность предприятия и выстоять в условиях конкурентной борьбы.

Формирование организационной культуры на предприятиях торговли требует выполнения следующих мероприятий:

- поддержание духа сплоченной команды, которая работает ради общих целей;
- обеспечение готовности сотрудников положительно воспринимать действия руководства;
- создание условий для повышения профессиональной компетентности работников;
- развитие у сотрудников корпоративных ценностей, которые способствуют процессу создания позитивного имиджа торгового предприятия;
- создание системы планирования карьеры сотрудников;
- обеспечение соответствия оплаты труда реальному вкладу сотрудника в общий результат деятельности предприятия торговли.

Грамотное управление организационной культурой предприятий в сфере торговли позволит получить дополнительную экономию средств, повысить производительность труда, уменьшить текучесть кадров.

Таким образом, организационная культура предприятий торговли включает формирование их стойкого позитивного образа – имиджа, что создает соответствующую репутацию благодаря общему культурному и профессиональному уровню работников, стимулируемых на достижение экономического результата деятельности предприятия.

Список литературы:

1. Богатырева Л.Д. Менеджмент. / Богатырева Л.Д., Тардаскина Т.Н., Стрельчук Е.Н. – Одесса: ОНАС им. А.С. Попова, 2013. – 168 с.
2. Камерон К. Диагностика и изменение организационной культуры / К. Камерон, Р. Куинн; [пер. с англ. под ред. И.В. Андреевой]. – СПб: Питер, 2001. – 320 с.
3. Платонов В.М. Организация торговли. – Мн.: БГЭУ, 2002. – 287 с.

CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТОМ

Бронникова Анна Владимировна

*магистрант, художественно-технологический факультет,
Омский государственный институт сервиса,
РФ, г. Омск
E-mail: radbron@mail.ru*

Алексеевко Ирина Владимировна

*научный руководитель, канд. техн. наук, доцент,
Омский государственный институт сервиса,
РФ, г. Омск*

В современном мире проблема взаимодействия и удержания клиентов среди малого и среднего бизнеса также важна и актуальна, как и пять-десять лет назад. Прежние модели взаимодействия с потребителем не работают или же устаревают, что приводит к необходимости улучшения не только качества товаров и услуг, но и обслуживания клиентов.

Для швейного производства характерно недостаточное использование автоматизации при обслуживании заказчика и потенциального потребителя, что сказывается не только на прибыли предприятия, но и на лояльности клиента к определенной организации.

В связи с активным развитием компьютерной индустрии автоматизация производства и обслуживания клиентов стала не столько роскошью, сколько необходимостью для поддержания компании на рынке.

Customer Relationship Management (или Управление отношениями с клиентами) – это программное обеспечение, разработанное для организаций с целью автоматизации процесса обслуживания клиентов, выявления необходимых зон развития предприятия, а также внедрения определенных инструментов для более эффективной работы производства. В основе работы программы лежит клиентская база предприятия и история взаимоотношений с потребителями.

Данная модель системы уже успешно используется в банковской сфере и торговле, в том числе через интернет. Благодаря анализу и обработке

полученных результатов при ее использовании наблюдается увеличение числа продаж, улучшение качества обслуживания клиентов, а также оптимизация бизнес-процессов.

Основными функциями системы является отображение информации о клиенте, история заключения сделок, воронка продаж и ее анализ, и пр.

Следует отметить, что существует два типа систем, функционирующих различным образом:

1. Saas – доступ к системе через программу или браузер, который находится на сервере поставщика услуг. Основными преимуществами являются отсутствие необходимости собственного сервера для размещения обеспечения, а также наличие обновлений со стороны поставщика услуг.

2. Standalone – лицензия на установку, и использование программного обеспечения, устанавливаемого на собственный сервер. Явными преимуществами, в данном случае, являются возможность доработки системы под собственные потребности (в зависимости от возможностей, предлагаемых поставщиком) и независимость в работе [2; 3].

При выборе определенного типа системы следует руководствоваться целями и задачами компании, которые преследуются при внедрении Customer Relationship Management, и техническими возможностями предприятия.

С целью выявления эффективности и необходимости внедрения данного продукта на швейное производство был произведен анализ нескольких CRM-систем и их возможностей, главными из которых были выявлены следующие:

- отображение полной информации о клиенте: наименование организации, сфера деятельности, город, контактные лица, телефон, дата начала работы с клиентом;
- работа с целями и задачами предприятия, как на день, так и на определенный период;
- аналитические данные, в том числе воронка продаж;
- отчет об эффективности работы сотрудника предприятия и пр. [1; 4; 5].

Учитывая особенности современного рынка, а также рассматривая сферу легкой промышленности, в частности оптовую торговлю на швейном производстве, следует отметить некоторые элементы, внедрение которых существенно повысит эффективность работы программы и упростит процесс взаимодействия с клиентом.

С целью выявления данных элементов на швейном предприятии ООО «Дести» г. Омска был произведен анализ взаимодействия сотрудников предприятия с клиентами, выявлены основные причины обращения заказчиков на производство, их требования, а также некоторые этапы, которые необходимы исполнителям для наиболее эффективного управления работы с покупателем. На основе этого выявлено, что дополнительно в системе должно быть следующее:

- наличие нового предложения: компания регулярно создает новые коллекции, и с целью их активного продвижения сотрудникам необходимо видеть, какой продукт можно предлагать. При этом, продвижение товара должно осуществляться по готовым скриптам, которые максимально подводят клиента к принятию положительного решения;

- ответ клиента необходимо фиксировать в программе: при повторном звонке покупателя сотрудник компании должен знать, что предлагалось клиенту, и какой был его ответ, во избежание повтора продажи;

- возможность в автоматизированном режиме отправить клиенту каталог по электронной почте;

- информация о задолженности клиента;

- все замечания и пожелания со стороны клиента должны быть внесены в программу с целью проверки качества предоставляемых услуг и повышения уровня сервиса;

- наличие информации об истории заказов и менеджерах, которые последние взаимодействовали с клиентом;

- наличие инструмента создания заявки на товар;

- возможность в автоматизированном режиме сформировать и отправить смс-сообщение с контактными номером телефона, реквизитами организации или поздравлением в связи с оформлением сделки;

- возможность формирования претензии клиента и др.

Процесс построения отношений с клиентом можно представить в виде схемы (рис. 1).

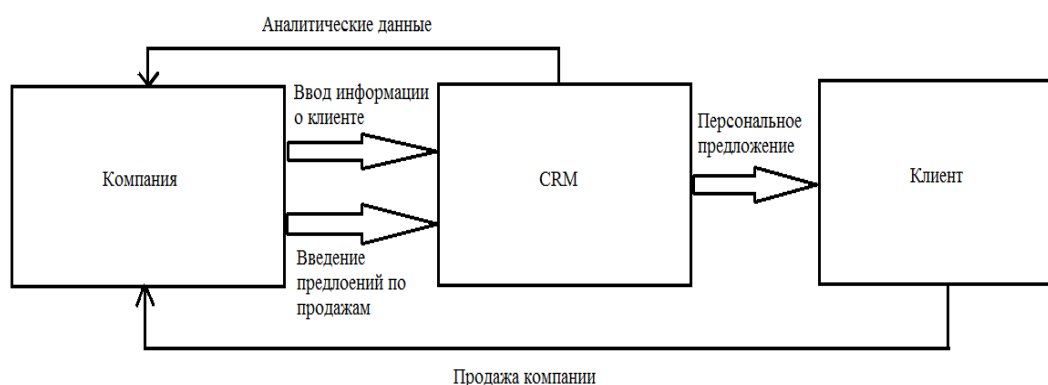


Рисунок 1. Схема построения отношений с клиентом

На рисунке отображены основные элементы, участвующие во взаимодействии с клиентом, а также процессы, необходимые для построения эффективной работы системы в целом.

Так, процесс взаимодействия с клиентом приобретает некий алгоритм, упрощающий работу сотрудника, повышающий качество обслуживания клиента, снижающий риски потери информации и выводящий предприятие на максимально эффективный уровень обслуживания клиентов.

В настоящий момент на предприятии ООО «Дести» происходит внедрение и тестирование программы Customer Relationship Management с целью получения аналитики работы предприятия с клиентами, внедрения необходимых корректировок при взаимодействии персонала с клиентом и увеличения прибыли.

Говоря о преимуществах внедрения системы, на предприятии ожидается установление и расширение статистической базы, возможность

структурировано, качественно и более автоматизировано обслуживать клиента, планировать дальнейшую работу предприятия более осознанно, исходя из данных, полученных на основе формирования отчета.

Customer Relationship Management позволяет для организаций сформировать собственную систему работы с клиентом, учитывая все особенности функционирования предприятия, исходя из его целей и задач.

Для клиента Customer Relationship Management – это возможность получить максимально высокий уровень сервиса, упростить многие операции при формировании заказа, а также получить лояльное отношение со стороны компании, выражаемое в процедурах оформления, предложении товара, а также постпродажном сопровождении и индивидуальном подходе.

Процесс взаимоотношения с клиентами крайне важен, особенно в условиях высокой конкуренции и насыщенности рынка предложениями товаров и услуг. Управление отношениями с клиентами – это способ повысить эффективность работы производства, исключить затраты на исследование рынка, проводить анализ полученных показателей по продажам с учетом индивидуальных показателей внутри компании локально, и выводить сферу обслуживания клиента на новый, более высокий уровень.

Список литературы:

1. Битрикс24: CRM система для управления продажами [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://www.bitrix24.ru/> (дата обращения 18.11.2015).
2. Кудинов А. CRM. Российская практика эффективного бизнеса : учебное пособие / А. Кудинов, М. Сорокин, Е. Голышева. – М. : «1С-Публишинг», 2008. – С. 98–101.
3. Молино П. Технологии CRM. Экспресс-курс : учебное пособие / П. Молино. – М. : «ФАИР-ПРЕСС», 2004. – С. 52–54.
4. Онлайн CRM система [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.amocrm.ru/> (дата обращения 16.11.2015).
5. CRM-решения и возможности управления [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://www.terrasoft.ru/products/crm/definition> (дата обращения 21.11.2015).

ВЛИЯНИЕ ЛОГИСТИКИ НА МАРКЕТИНГОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Валявко Елена Францевна

Фролова Екатерина Сергеевна

студенты 4 курса, кафедра экономической теории и маркетинга БГТУ

Республика Беларусь, г. Минск

E-mail: elena.valiavko@gmail.com

Шишло Сергей Валерьевич

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент БГТУ,

Республика Беларусь, г. Минск

С момента перехода от рынка продавца к рынку покупателя существенно изменились подходы к реализации товара конечному потребителю. Стали проводиться исследования рынка, потребителей, искались пути для повышения конкурентоспособности продукции в глазах потребителей, выявлялись решения для полного удовлетворения выявленного спроса. Если ранее (в середине XX века) применение маркетинговых методов изучение спроса и воздействия на спрос было более чем достаточно, то в данный момент времени применение только маркетингового инструментария не позволит предприятию «продвинуться» дальше своих конкурентов.

Для того чтобы быстро реагировать на выявленный спрос, организация должна грамотно управлять материальным потоком. Управлением материальным потоком занимается логистика. Логистика соединяет производителя, транспорт и поставщика в единую экономически согласованную систему. Именно создание такой системы логистика развивает и дополняет маркетинг.

Изучая историю ведения хозяйственно-экономической жизни компаний, выявлено, что для повышения конкурентоспособности на деятельность организаций сначала повлиял маркетинг. Но реализация маркетинговых идей очень часто вела к появлению различных конфликтов: между производством и снабжением, складским хозяйством и сбытом. Для решения этих конфликтов управляющие компаний начали использовать различные логистические методы приемы. Плюсы от внедрения логистики заключались в том, что объекты

рассматриваются во взаимосвязи со всей системой, включая факторы, которые появляются как извне, так и внутри системы (внешние и внутренние факторы).

Целью деятельности любой организации, осуществляющей производство продукции, является получение прибыли. Если предприятие сможет сократить свои расходы, но при этом качество производимой продукции не изменится, то организация получает больше прибыли. Сократить свои расходы поможет логистика, путем оптимизации использованных ресурсов. Это и является одним из важнейших преимуществ от использования логистики.

Также логистика обеспечивает не только оптимизацию потоков, но и подсчет потребности в ресурсах на стратегическом уровне.

Логистика в комплексе маркетинга

В комплексе маркетинга “4P” (товар, цена, методы распространения, методы продвижения) логистика косвенно или напрямую влияет на каждый ее элемент. Рассмотрим влияние логистики на каждый элемент комплекса маркетинга.

Товар. При разработке нового товара фирма должна учитывать логистическую составляющую планирования нового продукта. Для производства нового товара, необходимо новое особое сырье и материалы, которые ранее не использовались в производстве, и для которых службой снабжения не организованы пути доставки на производство новых товаров. Так, если не будет разработана грамотная система снабжения, то будут сложности с производством нового товара

Очень часто вопросы о доставке на предприятие сырья и материала возникают после того, как уже руководством принято решение о производстве нового продукта. В результате спланированные предприятием расходы на производство нового товара оказываются выше плановых.

Таким образом, логистика при планировании нового товара играет существенную роль, так как производство нового товара невозможно без соответствующего сырья. И только при грамотно организованной системе снабжения, возможно прибыльное функционирование предприятия.

Цена. Цена – это денежная сумма, которую должны уплатить потребители для получения товара. Правильно организованная логистика может дать дополнительное конкурентное преимущество для потребителей, так как себестоимость производства на единицу продукции снижается.

В обратном случае, если организация, занимающаяся производством продукцией, не будет отслеживать рынки поставщиков, а также рынки сбыта, то производимая продукция не будет воспринята потребителем должным образом. И вероятнее всего предприятие понесет большие убытки.

Методы распространения. Существует различные способы доставки товаров потребителям. И производителям необходимо выбрать наиболее экономически целесообразных дистрибьютеров. Которые смогут учесть все технологические составляющие хранения продукции при оптимальных затратах.

Для того чтобы сохранить товарный вид продукта, а также все его свойства, которые заданы производителем для удовлетворения потребностей потребителем, необходимо соблюдать температурные требования хранения. Таким образом, если снизить допустимую температуру хранения на 5–7 С, то такое снижение повлечет за собой изменение товарного вида продукта, его порчи. Поэтому необходимо грамотно организовать перевозку и хранение таких продуктов. На собственных складах предприятия для него нужно будет выделять зоны с определенным температурным режимом. А если предприятие использует склады общего пользования, то скорее всего придется обращаться к специализированным терминалам.

Разрабатывая упаковку товара, маркетологи должны учитывать требования и мнения специалистов по логистике. Различают два вида паковок по своему функциональному предназначению: клиенто-ориентированную упаковку и логистическую. При этом клиенто-ориентированная упаковка служит дополнительной рекламой продукта, она должна притягивать внимание потребителей, должна заставлять купить товар. Логистическая паковка необходима для удобства хранения, транспортирования товаров. Она

обеспечивает сохранность, позволять удобно скаладывать на поддоны. Также логистическая упаковка должна быть кратной размеру поддону, чтобы иметь полную загрузку по высоте.

Упаковка товара по возможности должна соответствовать двум этим требованиям: требования по привлечению потребителей и условиям транспортировки товара. Не соблюдение последнего требования могут повлечь дополнительные расходы по транспортировке.

При международной торговле товарами важным аспектом будет являться текст и рисунок на потребительской упаковке. Так как в разных странах используются различные языки, то упаковка товаров для различных стран будет отличаться, и соответственно будет появляться необходимость накапливать запасы с этим товаром. Но если учесть составляющие маркетинга и логистика и на упаковке указать всю необходимую информацию для различных стран сбыта, то расходы по содержанию дополнительных запасов продукции можно избежать.

Методы продвижения. В этой области комплекса маркетинга логистика является своеобразным «последователем». Маркетинговые службы компаний занимаются распространением сведений о достоинствах своего товара и убеждению целевых потребителей покупать его. Таким образом, маркетологи формируют спрос на товар и стимулируют сбыт продукции. При этом задача логистической службы предприятия заключается в том, чтобы своевременно удовлетворять данный спрос, организуя поставки продукции в нужное место и в нужное время.

Маркетинг и его инструментарий были призваны формировать спрос и определять методы его поддержания, а распределение продукции на рынке сбыта и доведение ее до потребителя было задачей логистики.

Одним из таких инструментариев являются маркетинговые акции. Для того, чтобы ее проведение имело значительный экономический эффект, необходимо предусмотреть все ресурсы, которые необходимы для успешной реализации акции. Ведь если правильно не организовать: не уделить должное

внимание обеспечению производственного процесса, не обратив внимание на транспортировку продукции к местам продаж маркетинговая акция может потерпеть неудачу только из-за того, что потребитель не смог получить товар.

Любая акция предполагает всплеск продаж, и грамотно продуманная организация производства и логистики позволяет составить скоординированную цепочку действий всех служб организации, а также посредников.

И подытожив все выше перечисленное, можно с уверенностью сказать, что какой бы не была хорошей маркетинговая деятельность, без правильной и оптимальной логистической составляющей, невозможно организовать успешную деятельность компании, а именно: снабжение необходимыми ресурсами, само производство, и сбыт продукции, на что непосредственно влияет маркетинг.

Список литературы:

1. Гаджинский А.М. Логистика: учебное пособие. Издательско-торговая корпорация «Дашков и К'», 2012 – 482 стр.
2. Дыбинская В.В. Сбытовая деятельность компании: роль маркетинга и логистики // Логистика сегодня. – 2013. – № 04(58) – с. 232–240.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 стр.
4. Перник Д. Логистика и маркетинг: проблемы взаимодействия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: http://iteam.ru/publications/logistics/section_72/article_2774 (дата обращения: 28.11.15).

ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ НА РЫНКЕ УСЛУГ УЧРЕЖДЕНИЙ КИНО И КИНОПРОКАТА Г.КРАСНОЯРСКА

Ибрагимли Шабнам Эльхан кызы
студент 4 курса, кафедра маркетинга ИУБПиЭ,
РФ, г. Красноярск
E-mail: ibragimli.s@mail.ru

Ветцель Константин Яковлевич
старший преподаватель кафедры «Маркетинг» ИУБПиЭ,
РФ, г. Красноярск

Целью исследования ценовой политики на рынке услуг учреждений кино и кинопроката г. Красноярска было выявление соответствия цен, предлагаемых участниками рынка, ожиданиям потребителей. В рамках исследования были выдвинуты следующие рабочие гипотезы:

1. Цены на билеты в кинотеатры обладают высокой эластичностью
2. Цены на билеты в кинотеатры увеличатся в среднем на 20 %
3. Большинство посетителей кинотеатров – люди в возрасте от 18 до 40 лет с доходом от 15000 до 40000 рублей.
4. Кинотеатры с наименьшей стоимостью билетов наиболее посещаемы.
5. Большинство посетителей кинотеатров выберет в качестве наиболее приемлемой цены на утренний сеанс наименьшую цену из предложенных.
6. Посетители кинотеатров будут готовы заплатить большую цену за интересный с их точки зрения фильм, за фильмы любимого жанра, а также за новизну кинофильма.

На рынке услуг учреждений кино и кинопроката города Красноярска существует несколько крупных кинотеатров:

- «Луч»;
- «Квадро фильм»;
- «Киномакс»;
- «Дом кино»;
- «Mori Cinema»;
- «Киномечта»;

- «Эпицентр».

Кроме того, в Красноярске есть «Кинокафе», которое действует в ином формате, однако тоже может конкурировать с другими кинотеатрами.

Конкурентами для них будут являться интернет (онлайн-кинотеатры), диски с фильмами, телевидение, а также альтернативные способы проведения свободного времени [1].

Рассмотрим уровень цен на рынке услуг учреждений кино и кинопроката для каждого исследуемого кинотеатра (таблица 1).

Таблица 1.

Данные об индивидуальных и средних уровнях цен на демонстрации кинофильмов на рынке услуг учреждений кино и кинопроката г. Красноярска

Демонстрация кинофильмов, кинотеатр	1 марта 2015 года			1 мая 2015 года		
	Min цена	Max цена	Средняя (модальная) цена	Min цена	Max цена	Средняя (модальная) цена
Луч	70	350	220	80	450	220
Квадро фильм	70	300	180	70	300	180
Киномакс	140	1040	300	140	1040	300
Дом кино	100	170	100	100	200	100
Mori Cinema	200	500	200	170	700	290
Киномечта	130	250	170	150	300	250
Эпицентр	80	700	180	80	800	180

В кинотеатре «Луч» минимальная цена при втором исследовании увеличилась на 14 %, а максимальная цена увеличилась на 29 %. Цены в кинотеатре «Квадро фильм» и «Киномакс» не изменились. В кинотеатре «Дом кино» минимальная цена не изменялась, а максимальная увеличилась на 18 %.

В кинотеатре «Mori Cinema» минимальная цена уменьшилась на 15 %, максимальная цена увеличилась на 40 %. Средняя цена также увеличилась, но на 45 %.

В кинотеатре «Киномечта» минимальная цена на билет повысилась на 15 %, а максимальная цена на 20 %. В кинотеатре «Эпицентр» минимальная цена на билет не изменилась. Максимальная цена за один билет выросла на 14 %.

В промежуток с марта по май 2015 года было проведено исследование посетителей кинотеатров по специально разработанной интернет анкете с целью выявления тенденций развития рынка услуг учреждений кино и кинопроката. В общей сложности количество опрошенных составило 96 человек 0,0064 % от генеральной совокупности. Ошибка выборки составляет 0,0733 %. Также был произведен комплексный анализ источников вторичных данных.

Использовалось два вопроса-фильтра. Первый вопрос выявлял тех, кто смотрит фильмы либо мультфильмы. Смотрят фильмы 98 % респондентов.

Второй вопрос исключал тех, кто не смотрит фильмы в кинотеатрах. За последние три года смотрели фильмы в кинотеатрах 98 % от тех, кто вообще смотрел фильмы либо мультфильмы. В причинах отказа от просмотра фильмов в кинотеатрах указывалось: «неинтересные фильмы/мультфильмы».

94 % посетителей кинотеатров находятся в возрасте от 18 до 25 лет, 3 % – от 31 до 40 лет. Остальные 3 % составляют люди возрастных групп «до 18 лет», «от 26 до 30 лет» и «более 40 лет». 73 % посетителей кинотеатров являются женщинами, 27 % посетителей кинотеатров являются мужчинами.

46 % респондентов, посещающих кинотеатры, имеет доход на одного человека в семье 9000 рублей и менее, 43 % – доход от 9001 до 20000 рублей, доход от 20001 до 40000 рублей имеют 19 % респондентов, а свыше 40000 – всего 6 %.

Рассмотри данные опроса относительно цен на услуги учреждений кино и кинопроката.

Респондентам был задан вопрос, устраивают ли их цены в кинотеатрах.

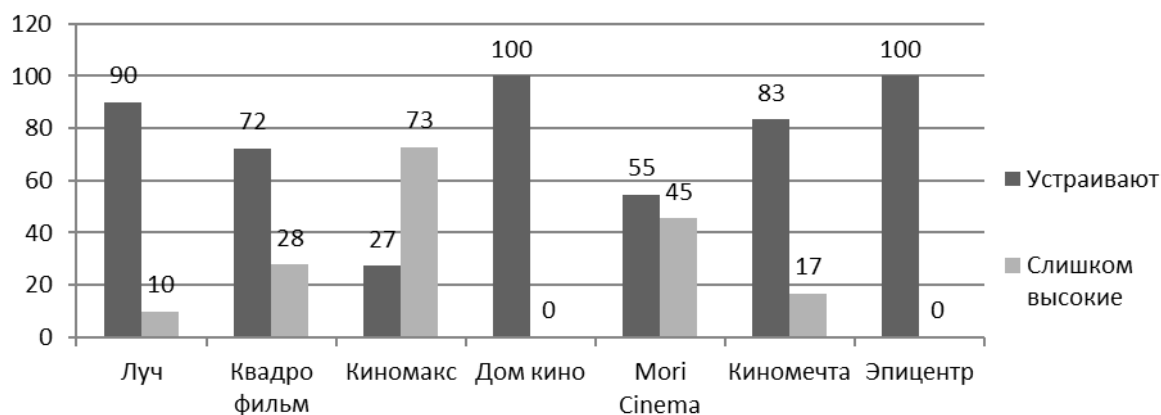


Рисунок 2. Удовлетворенность респондентов ценами в кинотеатрах г. Красноярска

Цены в «Доме кино» и «Эпицентре» устраивают их зрителей (рисунок 2). 90 % посетителей кинотеатра «Луч» довольны его ценами. Среди посетителей кинотеатра «Киномечта» ценами довольны 83 % зрителей, среди посетителей кинотеатра «Квадро фильм» – 72 %. Почти половину посетителей кинотеатра «Mori Cinema» не устраивают его цены, и 73 % посетителей кинотеатра «Киномакс» считают, что цены в нем слишком высокие.

Далее был задан вопрос: «Устраивает ли Вас разброс цен на утренние и вечерние сеансы?»



Рисунок 3. Удовлетворенность респондентов разбросом цен на билеты в кинотеатрах г. Красноярска

46 % респондентов с доходами менее 9000 рублей устраивает разброс цен на билеты кинотеатров г. Красноярска (рисунок 3), 41 % считает, что цены

на вечерние сеансы должны быть ниже без изменения цены на утренние сеансы.

Далее респондентам, не согласным с ценой, было предложено выбрать наиболее подходящую цену для утренних, дневных и вечерних сеансов.

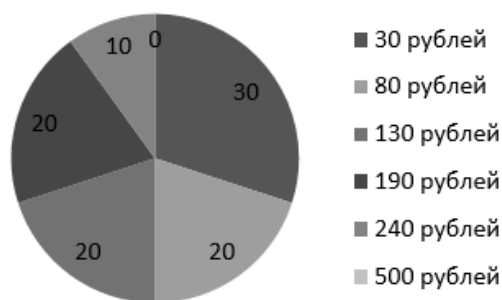


Рисунок 4. Наиболее подходящая цена на утренний сеанс с точки зрения потребителя

В целом наибольшее число респондентов считают наиболее подходящей ценой для утреннего сеанса – это 30 рублей (рисунок 4). Далее следуют три группы по 20 % респондентов: они считают, что наиболее подходящая цена от 80 до 190 рублей. Еще 10 % полагают, что утренняя цена должна равняться 240 рублям. Цена на дневной билет, по мнению большинства должна быть от 8 до 230 рублей. Наиболее подходящей ценой для вечернего сеанса 45 % респондентов считают 240 рублей.

Далее респондентам был задан вопрос, готовы ли они заплатить больше, если фильм/мультфильм интересен с их точки зрения. Более половины респондентов, готовы платить больше за интересный фильм. Об этом свидетельствует 55 % положительных ответов у женщин и 56 % положительных ответов у мужчин.

Далее у респондентов узнавалось, готовы ли они заплатить больше за просмотр премьерного фильма/мультфильма. Только 42 % женщин и 24 % мужчин готовы платить за просмотр премьерного фильма больше.

Оценка эластичности спроса на рынке услуг учреждений кино и кинопроката.

Для расчета коэффициента ценовой эластичности спроса воспользуемся формулой (1):

$$E_D^P = \frac{Q_2 - Q_1}{(Q_2 + Q_1) / 2} \cdot \frac{P_2 - P_1}{(P_2 + P_1) / 2} = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_2 + Q_1} \cdot \frac{P_2 + P_1}{P_2 - P_1} \quad (1)$$

где: Q_1 и Q_2 – первоначальный и текущий объем спроса;

P_1 и P_2 – первоначальная и текущая цена.

В качестве первоначальных данных возьмем данные 2014 года, в качестве текущих – 2015.

Для наглядности представим получившиеся коэффициенты в диаграмме (рисунок 6).



Рисунок 6. Показатели ценовой эластичности спроса

Наиболее эластичный спрос по результатам расчетов существует у билетов на кинотеатры «Mori Cinema», «Киномечта», «Киномакс». Это значит, что при увеличении их цены спрос на услуги данных кинотеатров резко упадет. Наименее эластичный спрос по результатам расчетов существует у билетов на кинотеатры «Дом кино», «Луч», «Эпицентр» и «Квадро фильм» Это значит, что при увеличении их цены, спрос на услуги этих кинотеатров изменится в меньшей степени.

В ходе исследования ценовой политики учреждений кино и кинопроката г. Красноярска были выявлены основные лидеры по количеству посещений – кинотеатр «Луч» и «Квадро фильм», по доступности цены – кинотеатр «Дом кино», «Квадро фильм» и «Эпицентр». По количеству предлагаемых акций – кинотеатр «Луч».

Гипотеза о том, что кинотеатры с наименьшей стоимостью билетов наиболее посещаемы, частично оправдалась.

Было выявлено, что в период с марта по май цены в кинотеатрах увеличились в целом на 13 %. Наибольшей встретившейся ценой оказалось 1040 рублей за билет, а наименьшей – 70 рублей за билет.

По данным количественного опроса, проведенного в промежуток с марта по май 2015 года было выявлено, что посетителями кинотеатров являются люди от 18 до 25 лет (94 %) с доходами от 9000 и менее (46 %). Большинство респондентов оказалось женщинами (73 %).

Гипотеза о том, что большинство посетителей кинотеатров выберет в качестве наиболее приемлемой цены на утренний сеанс наименьшую цену из предложенных, подтвердилась.

Наиболее эластичный спрос по результатам расчетов существует у билетов на кинотеатры «Mogí Cinema», «Киномечта», «Киномакс». Наименее эластичный спрос по результатам расчетов существует у билетов на кинотеатры «Дом кино», «Луч», «Эпицентр» и «Квадро фильм».

На основании полученных результатов можно сформулировать следующие рекомендации: кинотеатру «Луч» необходимо сохранять лидирующую позицию. Кинотеатрам «Киномакс» и "Mogí Cinema" необходимо привлекать потребителей при помощи дополнительных скидок и акций, либо понижая среднюю цену на билет. Кинотеатру "Квадро фильм" необходимо повышать долю посещаемости. Кинотеатру "Киномечта" также стоит незначительно снизить цену на билет и рекламировать собственный бренд. Кинотеатру "Эпицентр" следует разработать тактику ценообразования, чтобы привлечь большее количество посетителей, за счет низких цен. Кинотеатру «Дом кино» необходимо разработать программу кинопоказа для молодежи.

Список литературы:

1. Особенности маркетинга кинорынка и специфика кинопродукции как объекта маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-2/08.shtml>

КОНЦЕПЦИЯ МАРКЕТИНГА В ИНТЕРНЕТ – ПРОСТРАНСТВЕ

Макарова Ульяна Владимировна

*студент 4 курса, экономический факультет, кафедра «Экономика и маркетинг», Курганский государственный университет,
РФ, г. Курган
E-mail: ulyana_mak@mail.ru*

Косова Светлана Александровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика и маркетинг», Курганский государственный университет,
РФ, г. Курган*

Актуальность темы определяется необходимостью выявления особенностей маркетинга в сети Интернет с целью повышения эффективности коммерческой деятельности предприятий.

Для того чтобы наладить отношения с потенциальными потребителями, бизнес партнерами и сохранить их в дальнейшем необходимо применить концепцию маркетинга взаимодействия, т. е. использовать методы координации, интеграции и сетевого анализа, комплекс маркетинга-микса. Одним из направлений этой концепции является маркетинг в сети Интернет.

Интернет-маркетинг или веб-маркетинг – это комплекс мероприятий по продвижению и продаже на рынке товаров и услуг с помощью сетевых технологий. Как и классический маркетинг веб-маркетинг включает в себя главные элементы: товар или услуга, цена, продвижение, место продажи [6].

Использование маркетинговых стратегий в интернет-пространстве позволяет охватить максимальный объем целевой аудитории, эффективно контактировать с ней и выявлять потребности, подстраивать бизнес под потребителя и его запросы.

Составляющие Интернет-маркетинга проиллюстрированы на рисунке:



Рисунок 1. Составляющие Интернет-маркетинга [3]

Эффективность проведения маркетинговых мероприятий в Интернет среде легко поддается оценке, позволяет быстро реагировать на запросы потребителей, отследить рыночную статистику. Продвижение с помощью современных цифровых технологий менее затратное, чем выход на рынок с помощью традиционных маркетинговых методов: масс-медиа, печатные, теле- или радио-СМИ.

Укрепление положения на рынке – одна из важных задач для отечественных промышленников и предпринимателей. Этому в немалой степени может содействовать применение современных методов ведения бизнеса.

Промышленные компании традиционно используют особые способы продвижения своих товаров: публикация в отраслевых изданиях, участие в выставках, прямые рассылки, личные связи и переговоры [5]. С помощью цифровых технологий предприятие сможет получать свежую маркетинговой информации более оперативно, т. к. Интернет многократно превосходит и органично дополняет иные традиционные средства.

Объектом исследования является представитель машиностроительной отрасли г. Кургана открытое акционерное общество АК «Корвет».

Предприятие специализируется на производстве нефтегазовой трубопроводной арматуры, поставляя свою продукцию на отечественный

и зарубежный рынки. Ассортимент постоянно совершенствуется и расширяется, проектируются новые изделия и их модификации.

Управление маркетинговой деятельностью предприятия осуществляют Директор по поставкам и структурное подразделение Управление по поставкам нефтегазового оборудования (УПНГО).

В настоящее время предприятие реализует классическую модель маркетинга. В системе современных маркетинговых коммуникаций используются следующие инструменты:

1. Медийная реклама (технический каталог с информацией о поставщиках, каталоги прайс-листов, ссылки с сайтов партнеров и сайтов выставок).

2. Прямой маркетинг с использованием электронной почты.

3. Собственный сайт с большим набором функций, где проводятся опросы, и осуществляется сбор маркетинговой информации. Покупатели, могут оперативно получать через сайт информацию о новинках, консультации, помощь и поддержку. Коммуникации с акционерами, инвесторами, государственными органами, представителями СМИ.

С целью расширения рынка сбыта продукции предприятия АК «Корвет» на основе интернет пространства целесообразно использовать современные возможности Интернет-пространства:

1. Поисковая оптимизация сайта – комплекс мер, направленных на выведение сайта на первые позиции в естественной выдаче поисковых систем (Яндекс, Google и др.) по определенным ключевым фразам. Поиск с помощью интернет браузеров является наиболее популярным способом для нахождения необходимой информации посетителями глобальной Сети.

2. Контекстная реклама – тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, контекстом интернет-страницы [4].

3. Размещение информации о предприятии на отраслевых интернет сайтах

С помощью этих мероприятий предприятие сможет привлечь целевых пользователей, увеличится его узнаваемость и прибыль.

Можно выделить следующие особенности концепции маркетинга в интернет пространстве:

- предприятие может привлечь нового клиента всего за несколько секунд, проведенных им во «всемирной паутине»;
- оперативность получения информации о запросах каждого индивидуального заказчика и возможность четко выделять потребности пользователей;
- сокращение времени на поиск партнеров, принятие решений, осуществление сделок, разработку новой продукции, и т. д.
- актуальность информации, гибкость и доступность, а также минимизация затрат на ее распространение;
- сокращение издержек, связанных с налаживанием и поддержанием взаимодействия между компанией, ее заказчиками и поставщиками.

Стоимость коммуникаций, по сравнению с традиционными средствами, становится минимальной, а их функциональность и масштабируемость значительно возрастают.

Список литературы:

1. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х Маркетинг: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономика, 2001. – 718 с.
2. Зуев М., Маурис П., Прокофьев А., Райцин М., Храмов Е. Интернет-маркетинг 3.0: нет русской рулетке! – СПб.: Питер, 2011. – 208 с.
3. Комплексный интернет маркетинг [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.prcomm-spb.ru/internet-marketing.html> (дата обращения 21.11.2015).
4. Контекстная реклама. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%BC%D0%B0(дата обращения 25.11.2015).
5. Продвижение промышленной продукции в интернете [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://www.umpro.ru/index.php?page_id=17&art_id_1=201&group_id_4=72 (дата обращения 20.11.2015).
6. Успенский И.В. Интернет-маркетинг. – СПб.: СПГУЭиФ, 2003. – 197 с.
7. Холмогоров В., Интернет-маркетинг. Краткий курс. – СПб.: Питер 2002. – 272 с.

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ЛОГОТИПОВ И ИХ РАЗРАБОТКА

Мухаметзянова Гузель Расимовна

*студент 3 курса Автомеханического факультета, кафедры материалов,
технологий и качества
ФГБОУ ВПО Набережночелнинский институт (филиал) Казанского
(Приволжского) федерального университета
РФ, г. Набережные Челны
E-mail: guzelechka2015@mail.ru*

Андрианова Наталья Валентиновна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры логистики
и торгового дела, ФГБОУ ВПО Набережночелнинский институт (филиал)
Казанского (Приволжского) федерального университета
РФ, г. Набережные Челны*

Для любого мирового бренда логотип имеет большое значение, которое трудно переоценить. Верно обдуманная эмблема на долгое время удерживает взгляд, акцентирует интерес и внимание на короткий промежуток времени, «заставляет» потребителя вспомнить и ассоциировать в голове данный логотип с компанией. Тщательно продуманный и проработанный вплоть до деталей логотип фирмы гарантирует продукции максимальную узнаваемость во всем мире. Иногда для обозначения торговой марки не требуется лишних слов или объяснений – брендовый логотип на рекламном билборде говорит сам за себя.

Мимолетные кадры из кинофильмов, реклам и билбордов остаются в памяти и всплывают из ее самых тайных уголков в самый нужный момент. Сегодня даже шестилетний дошкольник, увидев на улице желтую букву «М», осознает, что поблизости находится основной фаст-фуд всех времен и народов – Макдоналдс. У особо чувствительных людей, совершенно неожиданно увидевших логотип, сразу же появляется аромат чизбургера либо привкус сладкого мороженого во рту.

Популярные всемирные компании благополучно формируют свой бизнес уже не одно десятилетие. Как известно, постоянное движение вперед не может быть без перемен и модернизаций. Касается это и логотипов, которые по праву можно назвать лицом компании. Следуя в ногу со временем, логотипы тоже

меняются, чтобы соответствовать веянию времени, а также чтобы освежить потребительский взгляд на свою продукцию.

Многие компании в течение 20–40 лет изменили свои логотипы. Изначально логотипом компании “Apple” было не лаконичное яблоко, а Ньютон, сидящий под яблоней и выполненный в не отличающейся простотой гравюрной технике (рис. 1).



Рисунок 1. Логотипы компании “Apple”

Первым логотипом компании “Nokia” была толстая рыба жуткого вида. Название “Nokia” компания стала носить после того, как переехала на берег реки Нокианвирта, в город Нокиа. А само слово “Nokia” на финском языке обозначает темное, очень меховое животное, что-то вроде горноста (рис. 2).



Рисунок 2. Логотипы компании “Nokia”

Первой эмблемой на продукции компании Рено были с инициалы фамилий трёх братьев Рено: Луиса, Фердинанда и Марсея. В 1925 году придумали ромбообразную эмблему, которая в 1927 была доработана, и в этом варианте, с небольшими преобразованиями, остаётся по сей день. Также

необходимо отметить цветовое решение: основной цвет фона эмблемы автомобиля Рено является желтый, достаточно редкий цвет для автомобильного бренда (рис. 3). Согласно одной из версий, это следы от танка, по другой – механический узел машины. Считается, что своим появлением этот логотип обязан автомобильному клаксону. Для громкости звукового сигнала в решётке радиатора прорезали отверстие ромбовидной формы посередине. В результате данный знак и стал логотипом компании.



Рисунок 3. Логотипы компании “Renault”

Компания “Pepsi” собственный логотип изменяла не единожды, и сейчас наблюдаем красивый трехмерный полосатый шар (рис. 4). Пожалуй, один из самых известных логотипов в мире – логотип напитка “Coca-Cola”, который существует уже 117 лет и совместно с самим напитком имеет огромную популярность (рис. 5). При этом “Coca-Cola”, в отличие от главного своего конкурента (“Pepsi”), логотип кардинально никогда не меняла, а только меняла шрифт самого первого написания [1].



Рисунок 4. Логотипы компании “Pepsi”



До

После

Рисунок 5. Логотипы компании “Coca-Cola”

Значимость товарных марок и логотипов компании определяется следующими причинами:

- облегчается идентификация продукции;
- гарантируется, что продукт либо услуга владеют определенным качеством;
- увеличивается ответственность компании за продукцию;
- вместо сравнения по ценам клиент сравнивает марки;
- престиж продукции вырастает с ростом публичного признания марки;
- создается отличительный образ продукции при сегментации рынка;
- товарная марка и логотип могут быть применены для выхода на новый рынок [3].

Для более четкого осознания процесса разработки логотипа нужно проанализировать все его этапы.

На начальном этапе разработки необходимо заняться сбором информации. А именно, какие знаки имеют ближайшие соперники, какую цветовую схему употребляют смежные отрасли, какие главные свойства компании, что может компания предоставить своим клиентам, в каком стиле должен быть логотип, исходя их предпочтений потенциальных клиентов.

Следующий шаг – это анализ полученной информации и составление новейшей концепции. На данном этапе стоит учесть название компании, решить должен ли это быть просто шрифтовой логотип либо стоит добавить какое-то изображение. Создается несколько вариантов черно-белых знаков. После этого выбирается один и дорабатывается. Исходя из специфичности компании, выбираются корпоративные цвета, в которые раскрашивается знак.

Если компания занимается, к примеру, одеждой, то разрабатывается три-четыре варианта цветного решения, для разного вида продукции.

Не стоит выдумывать логотипы с огромным количеством мелких деталей, в этом случае простота в логотипе только выигрывает.

Следующим шагом является корректировка, внесение конфигураций в шрифт, мелкие детали. Знак примеряют к печатной продукции, таких как бланки и визитки. Выбираются остаточные цвета, корректируются тени и блики. Не редко бывает, что на третьем этапе логотип переделывается полностью, так как конечный вариант может в корне не соответствовать представлениям заказчика о логотипе.

Завершающим этапом является утверждение заказчиком и внедрение. Следует заблаговременно обдумать, где конкретно будет помещен ваш логотип [2].

В заключении необходимо отметить, что создание и разработка логотипов не легкая работа, поскольку этот процесс достаточно трудоемкий и может занять несколько недель времени. Но ради хорошего логотипа стоит потрудиться, ведь вначале компания работает на бренд, а потом бренд работает на компанию.

Список литературы:

1. История мировых брендов и эволюция их логотипов [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.vbizsoft.kg/raznoe/history-of-global-brands-and-the-evolution-of-their-logos.html>
2. Как разрабатывается логотип? [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://newkitty.ru/1595-logo_delovpment.html (дата обращения 2-06-2015, 17:58).
3. Товарная марка [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://websurveys.ru/maks/marts86.htm>

МЕТОДЫ ПРОДВИЖЕНИЯ НА РЫНОК ПРОДУКЦИИ ТЕПЛИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА

Трофимова Татьяна Сергеевна

*студент 3-го курса Автомеханического факультета Набережночелнинского
института (филиала) Казанского (Приволжского) федерального
университета,
РФ, г. Набережные Челны
E-mail: tatianasergeevna2305@bk.ru*

Андрианова Наталья Валентиновна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры логистики
и торгового дела
ФГБОУ ВПО Набережночелнинский институт (филиал) Казанского
(Приволжского) федерального университета,
РФ, г. Набережные Челны*

Сельское хозяйство в России пусть и медленно, но уверенно идет в гору. Правительством разработано и утверждено большое количество программ по поддержке и развитию малого и среднего бизнеса. В частности, развитие в последние годы получило выращивание овощей в закрытом грунте. Тепличных хозяйств становится все больше и больше, так как спрос на свежие овощи круглый год растет. Для успешной реализации товара на рынке необходимо хорошо изучить и понять существующие методы продвижения товаров данной группы.

В маркетинге существуют четыре основных вида продвижения товара: реклама, прямые продажи, пропаганда и стимулирование продаж. Остановимся поподробнее на каждом из них.

Реклама. Современная теория маркетинга трактует рекламу как «неличные формы коммуникации, осуществляемые с помощью платных средств распространения информации с четко указанным источником финансирования» [3]. Без хорошей рекламы невозможно продвижение товара на рынке, особенно если предприятие не является монополистом в производстве определенного вида продукции, то есть существуют конкуренты, которые не согласны так просто уступить свои позиции. Необходимо с помощью рекламы убедить потребителя, что товар именно вашего продукта произведен с использованием современных

технологий, является экологически чистым, безопасным для употребления. В любом случае в рекламном обращении должно содержаться некое уникальное предложение для потребителя, которое гласит: «Купи предлагаемый товар, и ты получишь эту специфическую выгоду». Рекламное предложение должно существенно отличаться от всех предложений конкурентов. Если предложения будут новыми, уникальными, то и спрос на товар возрастет. То есть данный метод необходимо использовать при продвижении товара на рынке, как один из основных. К примеру, в тепличном хозяйстве реклама, как вид продвижения товара, является одним из основных, так как большинство покупателей в этой отрасли обращают большое внимание на более яркую, запоминающуюся рекламу продукта. То есть сама суть рекламы должна побудить потребителей в пользу продукции данной компании или данной торговой марки.

Прямые продажи. Включает устное представление товаров с целью продажи в беседе с потенциальными покупателями. Этот вид продвижения предполагает знание персонала особенностей применения и обслуживание продаваемых товаров, а также квалифицированное обслуживание покупателей. Так, например, если товар дешевый и качественный, расположение магазина идеальное, ассортимент огромный и рекламная кампания эффективная, но продавцы отличаются грубостью и незаинтересованностью в общении, то продажи в торговой точке вряд ли будут успешными [1; 3]. Данным методом лучше не пренебрегать, так как он помогает выявить потенциальных клиентов, собрать информацию о рынке, быстрее реагировать на любые изменения в рыночной ситуации. Например, для продвижения продукции тепличного хозяйства прямые продажи на рынке сбыта играют важную роль. Так как произведенная продукция относится к скоропортящимся продуктам, то от того, как будет предложен товар продавцом, зависит выручка компании. Поэтому для стимулирования продаж необходимо заинтересовать работников торговых сетей, через которые реализуется данная продукция, например, экологичностью продукта.

Пропаганда. Основная цель пропаганды – привлечение внимания потенциальных потребителей без затрат на рекламу. К ним можно отнести

выступления, мероприятия, новости, публикации, спонсорство, средства идентификации. Для этого нужно участвовать в различных выставках, встречах, проводить семинары, выделять денежные средства для организации благотворительных и иных общественно значимых мероприятий, использовать эмблемы предприятия, визитные карточки, ввести униформу для сотрудников, создавать веб-сайты и т. д. Одна из наиболее важных задач пропаганды – поддержание контактов с журналистами в сферах прессы, радио, ТВ, журналов. Целесообразно в фирмах создавать определенные пресс-центры. Данный вид продвижения тесно взаимосвязан с рекламой. Чем выше уровень монополизации рынка, тем больше пропаганда доминирует над рекламой [3]. Данный метод так же подходит для использования его в целях продвижения продукции в тепличном хозяйстве, так как можно организовывать акции благотворительности, помогая домам престарелым, детским домам, поставляя им периодически овощи. Такие акции не остаются бесследными, информация о них быстро распространяется в средствах массовой информации в качестве благодарности. К тому же, в качестве способа пропаганды торговой марки, можно публиковать публицистические статьи в газетах массового пользования, например, о пользе какого-либо продукта тепличного хозяйства с указанием торговой марки компании и её контактов, которая может предложить экологически чистую и полезную продукцию.

Стимулирование продаж. Характеризуется совокупностью мероприятий, призванных содействовать продвижению продукции. Необходимо более подробно рассматривать прямую связь с потребительскими свойствами продукции, ее ценой, системой сбыта. Для этого устраивают конкурсы, разыгрывают лотереи, устраивают акции по случаю вывода товара на рынок, устанавливают скидки на товар на определенных условиях [2; 3]. Данный метод стоит использовать для укрепления прочных отношений с партнерами. Необходимо учесть цены, рынок сбыта продукции конкурентов, и сделать для себя выводы о предоставлении каких-нибудь услуг или даже снижению стоимости овощей. Так же можно устанавливать скидки и акции (например,

при покупке овощей от 3 кг и выше выдается дисконтная или бонусная карта, которая действует определенный период и дает возможность оплатить последующие покупки данными бонусами).

Кроме существующих четырех методов продвижения товара на рынок предлагаем использовать сильную торговую марку, которой пользуются очень многие отечественные товаропроизводители для выхода на более широкий межрегиональный и общенациональный рынки сбыта. Сегодня уже многие компании поняли необходимость создания собственных торговых марок. Наблюдается поворот в общественном сознании в сторону отечественных торговых марок. Для повышения торговой марки следует использовать не только перечисленные методы продвижения продукции, но и другие виды продвижения, так как на основе только четырех методах продвижения продукции на рынке сбыта товар долго не продержится.

Очевидно, что потребители предпочтут работать с теми торговыми марками, с которыми им бы было легче обращаться, которые гарантировали бы определенный стандарт качества, стоили бы недорого и т. д. Так же потребители ожидают, что торговые марки смогут помочь им определять качество продукта и повысить эффективность покупок.

Существующие основные методы продвижения продукции на рынке уместны для всех видов товара. Но необходимо корректировать их под особенности продукции, используя, в том числе, и новые методы продвижения. Так же необходимо, в первую очередь, знать о продукте, клиентах, конкурентах, географическом положении компании и др. достаточно много информации, чтобы эффективно работать на рынке в данной сфере. В будущем же возможно расширение компании, если учесть все условия рынка, тенденции, потребности покупателей. Необходимо в начале своей деятельности усердно поработать, чтобы достичь желаемых результатов и даже, может быть, стать лидером продаж на рынке сбыта в данной области.

Список литературы:

1. Власова В.М. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие / В.М. Власова. – М.: «Финансы и статистика», 2010. – 541 с.
2. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегия, планы, структуры: учебник / Е.П. Голубков. – М.: Дело, 2011. – 318 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер с англ. /Общ. ред. Е.М. Пеньковой. М.: Прогресс, 1990. – 511 с.

СЕКЦИЯ 2. МЕНЕДЖМЕНТ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РАБОЧЕЙ СИЛЫ НА РЫНКЕ ТРУДА РФ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Быстрых Дарья Александровна

Чуйкова Василиса Андреевна

*студенты 3 курса, кафедра коммерции и менеджмента НВГУ,
РФ, г. Нижневартковск
E-mail: liska.chuikova@yandex.ru*

Тагирова Асет Вахаевна

*научный руководитель, ассистент НВГУ,
РФ, г. Нижневартковск*

Рынок труда является особой сферой, которая представляет собой систему общественных отношений, связанных с наймом и предложением рабочей силы или с ее куплей и продажей. На данном рынке, как и на других, действует закон спроса и предложения, формирующие заработную плату. Место пересечения прямых спроса и предложения позволяет определить реальный рынок труда.

В идеале рынок труда должен обладать следующими свойствами:

- возможность качественного полноценного образования для всех слоев населения;
- возможность подготовки квалифицированных рабочих и специалистов во всех областях;
- должна иметь место профессиональная и территориальная мобильность участников рынка труда;
- бытовые проблемы работников (проблемы, связанные с жильем и образованием) решаются государством, а не работником
- производственный процесс должен затрагивать все регионы страны, все слои населения, равномерно распределяя рабочие места по стране и развивая слабые и упадочные регионы;

- помимо подготовки самих участников производственного процесса и создания условий для его функционирования очень серьезной задачей является разработка и создание своеобразных правил и условий действия на рынке, а также регулирование и контроль над их соблюдением.

Рынок труда – очень волнующая тема для большинства людей, особенно сейчас проблемы рынка труда обострились в связи с текущим не особо благоприятным положением в России [2, с. 22].

Соперничество, состязательность, конкуренция – важнейшие принципы рыночной экономики. Так как она развивается стихийно – здоровая конкуренция явление очень редкое. Поэтому на рынке труда, в основном, можно встретить два вида конкуренции: монополию и совершенную конкуренцию.

В монополии, на рынке трудовых ресурсов, существует лишь один покупатель рабочей силы. Основными признаками данного вида конкуренции являются: практически вся часть занятых сосредоточена в сфере определенного вида труда в одной фирме; полное отсутствие мобильности работников; цена труда на этом рынке установлена так чтобы максимизировать прибыль. Особенностью монополии является то что для фирмы растут предельные издержки, связанные с оплатой труда, быстрее чем ставка заработной платы.

Совершенная конкуренция на рынке труда обладает следующими признаками: спрос на работников конкретной квалификации и профессий частично или полностью покрывается предложением фирм, конкурирующих между собой; отсутствие объединения со стороны покупателей рабочей силы (монополия) и работников (монополия); рыночная цена труда не контролируется как фирмами, так и работниками.

Помимо того, масштаб конкурентной среды также имеет немаловажное значение. Так как государство играет в конкуренции вспомогательную роль, значит страна стремится к конкуренции в больших масштабах, то есть на государственном уровне. Конкуренция на государственном уровне позволит нашей стране самой диктовать условия, а не идти на компромиссы с другими

странами. Мы сможем привлекать более квалифицированную рабочую силу, если докажем, что можем соперничать по уровню производства с такими странами, как Китай или США. Конкуренция на государственном уровне – это как реклама перед гражданами разных стран.

Все люди стремятся к своему личному благосостоянию и если они поймут, что в нашей стране они могут получить желаемое, то это несомненно будет положительно сказываться на социально-экономической ситуации государства.

На данный момент можно сказать что рынок труда в России прошел начальную стадию становления: сформировались региональные рынки, начали действовать рыночные механизмы самонастройки, возросла инициатива и предприимчивость большинства наемных работников. Но тем не менее рыночная инфраструктура не развита, рынок жилья до конца не сформирован, так же следует поработать над структурой подготовки и переподготовки кадров.

На сегодняшний день рынок труда в России имеет следующие проблемы:

- наличие административных, правовых и экономических ограничений, например, регистрации, формально заменившей прописку;
- дефицит жилья и его дороговизна, отсюда – отсутствие свободного рынка жилья;
- недостаточное развитие государственного регулирования и социальной поддержки сферы занятости;

На рынке труда, согласно государственной статистике, основную часть работающего населения составляют низкооплачиваемые должности и профессии, причем во время кризиса оплата становится еще ниже.

Низкооплачиваемые работники, как правило, работают, чтобы получить хоть какие-то деньги для своего существования, а значит, основная мотивация – это материальное вознаграждение. Такие люди редко любят то, чем занимаются, а низкая оплата «добавляет масла в огонь», что чревато намеренной халатностью в работе, а это, в свою очередь, в худшем случае, может привести к гибели людей.

Так же на рынке труда происходит уменьшение количества и качества работоспособного населения, это может повлечь за собой изменение основных характеристик рабочей силы в социально-демографическом плане.

- несбалансированность рынка труда, многие районы трудоизбыточны;
- высокая степень коллективизма как традиционного способа взаимной поддержки работающих;
- отсутствие связи между уровнем прожиточного минимума и размером МРОТ, при расчёте заработной платы работникам.

Так же как отдельную и важную проблему можно выделить увеличение смертности и уменьшение рождаемости населения Российской Федерации, которая начала показывать положительные тенденции лишь с 2013 г. (Таблица № 1).

Таблица 1.

Демография в Российской Федерации

	Родившихся	Умерших	Естественный прирост
1995	1363806	2203811	-840005
2000	1266800	2225332	-95832
2005	1457376	2303935	-846559
2010	1788948	2028516	-239568
2011	1796629	1925720	-129091
2012	1902084	1906335	-4251
2013	1895822	1871809	24013
2014	1942683	1912347	30336

Источник: Росстат

Как мы видим на диаграмме, в 2014 году показатель рождаемости превысил показатель смертности, это безусловно положительная динамика.

Очевидно сделать предположение, что рост рождаемости не в последнюю очередь обусловлен тем фактом, что по государственной программе в течение определенного времени выдавался материнский капитал, предусмотренный в связи с рождением второго ребенка в семье. Это являлось мощным стимулом в институте семьи, ведь мамы могли не беспокоиться за благополучие своего ребенка.

При становлении рыночных отношений часто затрагивается важная сфера экономики – занятость трудовых ресурсов. При проведении правильной экономической политики уровень безработицы не должен быть выше 5 %, это считается идеальным соотношением. На сегодняшний день такая ситуация возможна и в нашей стране. Тем не менее этому препятствует ряд факторов, которые мешают достижению этой цели:

- существующий рынок труда не сбалансирован. Существует большое количество вакансий на предприятиях и существует большое количество безработных, квалификация которых не позволяет воспользоваться предложенными вакансиями;

- существуют ограничения, в том числе и правовые, которые уменьшают реальные возможности мобильности работоспособного населения. Например, существующий институт регистрации и прописки значительно привязывает человека к определенному месту нахождения;

- государство не может обеспечить доступным жильем трудоспособных граждан, от чего снижается мобильность хороших специалистов в другие регионы;

- по отношению к другим странам, уровень производительности труда остается на очень низком уровне;

- в 2016 г. федеральная программа материнского капитала завершается, и, следовательно, мотивация рожать 2х и более детей у молодых семей пропадает;

- наша экономика монополизирована. Это благоприятный фактор для работодателей. Он позволяет им диктовать свои условия труда и уровень оплаты за работу, а работнику ничего не остается, как принимать явно невыгодные условия.

Существование устойчивой безработицы говорит о том, что на рынке труда преобладают условия совершенной конкуренции: свободное движение ресурсов из одного сегмента рынка в другой; гибкость заработной платы; актуальность информации и т. д.

Возвращаясь к положительному естественному приросту мы видим такую картину: раз рождаемость во много раз возросла и наконец преодолела порог смертности, государство вводит меры по отмене этого финансового стимула и прекращает действие материнского капитала в 2016 году в надежде, что демографическая ситуация в будущем будет столь же положительной, что и сейчас, однако в данной политической и экономической ситуации в России мы можем предположить, что картина демографического будущего будет не столь радужной в будущем, по крайней мере, до выхода из кризиса.

К решению данных проблем нужно подойти очень серьезно. Эти проблемы носят долгосрочный, а не стихийный характер, поэтому необходимо разработать и наметить четкий план действий по их устранению.

Мы предлагаем такие варианты решения проблем, как:

- Создать нормативно-правовую базу, согласно которой будет существовать связь между МРОТ и прожиточным минимумом при расчете заработной платы.

- Сделать основной упор не на количество работников, а на их качество.

- Как следствие предыдущего решения повысить оплату труда данных работников. Это сразу решит проблему неквалифицированного персонала и низкой заработной платы работников.

- Государству необходимо усилить контроль за антимонопольным законодательством, так мы решим проблему нездоровой конкуренции.

- В нашей стране существует неправильное отношение к труду, большое количество людей очень высокомерно подходят к выбору работы, даже если хороших вариантов очевидно не предвидится они предпочтут остаться безработными. чем работать на работе «не достойной их уровня». В связи с этим государство должно разработать социальную политику, направленную на изменение отношения людей к труду, оно должно показать, что нет постыдной работы, всякая работа достойна уважения. Это также решит проблему высокого уровня безработицы, вовлекая всех людей в общественно

полезную деятельность. Основным инструментом для воплощения данной идеи являются центры занятости.

- Государство должно сделать вывод относительно повышения рождаемости и состояния рынка жилья. Если государство стремится поддержать тот же демографический уровень, что и сейчас, ему необходимо выделить дополнительные денежные средства для решения данной проблемы, т. е. расширить рынок недвижимости, возможно снизить проценты по ипотечному кредитованию, создать дополнительные льготы для молодых семей.

Для получения хороших результатов на рынке труда необходимо решить все эти проблемы. От рынка труда очень зависят рыночные отношения и экономика в целом. И остается надеяться, что совсем недолго осталось до времени, когда рынок труда будет абсолютно объективным и позволит работодателям и работникам на равных бороться за удовлетворение своих потребностей в трудоустройстве.

Список литературы:

1. Аброчнов А. Мотив к труду. // Биржа плюс карьера, 2003, № 35.
2. Гавриленков Е. Российская экономика: перспектива макроэкономической политики // Вопросы экономики, – 2004, – № 4, – с. 21–35.
3. Заславский И.К характеристике труда в современной России // Вопросы экономики, 2004, № 2.
4. Михнева С.Г. Рынок труда: методологические и теоретические основы познания / С.Г. Михнева Волгоград, 2001. – С. 24–25.
5. Смирнов С. Рынки труда регионов в условиях финансово-экономического кризиса // Человек и труд. – 2004 – № 3.

СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ

Винюкова Ирина Николаевна

Ходыкина Инна Васильевна

*студенты кафедры экспертизы и управление недвижимостью
Архитектурно-строительного института БГТУ им. В.Г. Шухова,
РФ, г. Белгород
E-mail: irina123654@yandex.ru*

Тоцкая Инна Викторовна

*научный руководитель, канд. социол. Наук доц. кафедры социологии
и управления БГТУ им. В.Г. Шухова,
РФ, г. Белгород.*

В формировании мотивации работников, повышении их самовыражения в работе, особое место занимает социальная политика предприятия. Во-первых, на предприятии реализуются льготы и гарантии в рамках социальной защиты работников, установленные на государственном или региональном уровне.

Во-вторых, предприятия предоставляют своим работникам и членам их семей дополнительные льготы, относящиеся к элементам материального стимулирования, за счет выделенных на эти цели средств из фондов социального развития предприятия. Предоставление дополнительных льгот и услуг социального характера, сверх обязательных выплат проводится либо по инициативе администрации, действительно воплощающей в жизнь принципы социальной кадровой политики, либо в результате тарифных соглашений между администрацией и советом трудового коллектива (профкомом), как представителем интересов работников [1, с.110]. Эти выплаты становятся такими же обязательными для выполнения, как и те что предоставляются в соответствии с трудовым законодательством.

Таким образом, социальная политика предприятия (организации), как составная часть менеджмента представляет собой мероприятия, связанные с предоставлением своим работникам дополнительных льгот, услуг и выплат социального характера [3, с. 358].

Заинтересованность сотрудников в работе на предприятии и его успешной экономической деятельности тем выше, чем больше количество предоставляемых предприятием льгот и услуг. При этом сокращается текучесть кадров, т. к. работник вряд ли захочет терять многочисленные льготы при увольнении. Такая политика может обеспечивать существование работников в случае невысокого уровня заработной платы.

Социальное обеспечение работников, развитие их личности, сохранение здоровья является условием успешной деятельности организации. В качестве мотивационного ресурса управления, социально ориентированная кадровая политика предприятия и связанные с ней социальные услуги должна способствовать тому, чтобы работник удовлетворял свои потребности, интересы и ценностные ориентации. Можно выделить следующие основные цели социальной политики:

- отождествление работника со своим предприятием (удовлетворение потребности в причастности к предприятию);
- личные цели и желания работников совпадают с целями предприятия или соответствуют им;
- рост производительности труда и желание работников трудиться;
- социальная защищенность работников;
- поощрение собственной инициативы работника при решении производственных задач;
- улучшение нравственной атмосферы на предприятии, формирование благоприятного социально-психологического климата;
- рост имиджа предприятия в глазах работников и общества.

Социальная политика предприятия должна решать следующие задачи:

- защита работников, реализуемая через систему льгот и гарантий, предоставляемых государством, а также самим предприятием.
- воспроизводство рабочей силы, реализуемое через организацию оплаты труда и ее регулирование;

- стабилизация интересов социальных субъектов (работник, работодатель, государство), реализуемое через ее согласование [2, с. 223].

Примерный перечень выплат, льгот и услуг социального характера, предоставляемых в различных формах на СГОКе, г. Старый Оскол:

Финансовая форма:

- выплаты предприятия на приобретение собственности и имущества (приобретение акций предприятия по номинальной стоимости);
- оплачиваемое освобождение от работы (при вступлении в брак, смерти родителей и т. п.);
- компенсация укороченного рабочего дня пожилым работникам;
- оплата проезда к месту работы и по городу (в виде оплаты проездных билетов);
- оплата и предоставление учебных отпусков лицам, совмещающим работу с обучением в соответствии с трудовым законодательством;
- дотации и пособия по нетрудоспособности, выплачиваемые больничной кассой;
- денежное вознаграждение, предоставляемое в связи с личными торжествами, круглыми датами трудовой деятельности;
- оплачиваемое рабочее время при сокращенном предпраздничном дне;
- предоставление в пользование служебного автомобиля;
- прогрессивные выплаты за выслугу лет;
- выплата нескольких должностных окладов при выходе работника на пенсию.

В форме обеспечения работников в старости:

- корпоративная пенсия – дополнение к государственной пенсии из фондов предприятия;

СГОК производит ежемесячные доплаты пенсионерам, уволившимся с комбината. Указанные выплаты производятся негосударственным пенсионным фондом «Социальное развитие» в соответствии с Положением

о негосударственном пенсионным обеспечением работников ОАО «Стойленский ГОК».

- единовременное вознаграждение пенсионеров со стороны предприятия.

Неденежные – в форме пользования социальными учреждениями предприятия.

- дотации на питание в столовых предприятия;
- беспроцентные ссуды под строительство жилья;
- пользование домами отдыха, санаториями, детскими оздоровительными лагерями (для детей сотрудников);
- оплата обучения работников на различных курсах или в учебных заведениях разного уровня (средних специальных, высших);

На комбинате реализуется обширная программа по развитию социальной сферы.

Медсанчасть Стойленского ГОКа, состоящая из стационара на 120 мест и поликлиники на 250 посещений в смену, является одним из ведущих медицинских учреждений не только в городе, но и в Центрально-Черноземном регионе. В настоящее время на базе МСЧ создан «Центр высоких медицинских технологий», в котором создано диагностическое отделение, в состав которого входят отделение лучевой диагностики, отделение функциональной диагностики, эндоскопическое отделение, клинико-диагностическая и бактериологическая лаборатории. МСЧ оснащена приборами и оборудованием самой передовой медицинской технологии [4].

Ежегодно комбинат выделяет значительные средства на санаторно-курортное лечение сотрудников предприятия. Большое внимание уделяется организации детского отдыха.

Некоторые зарубежные фирмы придерживаются социальной политики, в которой используются дополнительные выплаты к заработной плате для стимулирования здорового образа жизни работников. Это выплаты в виде денежного вознаграждения за отказ от курения, выплаты лицам,

не проболевшим ни одного рабочего дня в течение года, выплаты работникам, постоянно занимающимся спортом.

Такие выплаты имеют большую значимость. Хотя дополнительные выплаты и гарантии такого рода, несомненно, увеличивают расходы предприятия на рабочую силу, удорожая стоимость единицы труда, но в то же время очевидны положительные стороны социальной политики (повышение мотивации труда, стабилизации коллектива и других). Таким образом, социальная политика предприятия выгодна как участникам, так и сторонам коллективного процесса труда.

Список литературы:

1. Багирова И.Х. Социальная политика компании как инструмент мотивации персонала [Текст] / И.Х. Багирова // Проблемы современной экономики: материалы международной научной конференции – Челябинск: Два комсомольца, 2011. – С. 110–112.
2. Бланк И.А. Социальная политика / Бланк И.А. – К.: Ника-Центр, Эльга, 2009. – 656 с.
3. Ван Хорн Д.К. Основы социальной политики / Ван Хорн Д.К. – М.: Финансы и статистика. – 2009. – 740 с.
4. Официальный сайт ОАО «Стойленский ГОК». [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.sgok.ru/> (дата обращения: 15.11.2015).

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ

Диамбеков Сослан Анатольевич

*магистрант факультета Управления по специальности
«Управление проектами и программами»*

*Северо-Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова,
РФ, г. Владикавказ
E-mail: diambekov.s@mail.ru*

Гуриева Лира Константиновна

*научный руководитель, д-р экон. наук, профессор кафедры «Менеджмента
и маркетинга» СОГУ,
РФ, г. Владикавказ*

В начале XX века французский промышленник Анри Файоль, рассматривая управление как необходимость деятельности руководителя, отмечал: «Управлять – это значит предвидеть, изучать будущее и устанавливать программу действий; организовывать – строить двойной организм предприятий: материальный и социальный; распоряжаться – приводить в действие персонала предприятия; согласовывать – связывать и объединять, сочетать все действия и умение; контролировать – наблюдать, чтобы всё происходило сообразно установленным правилам и отданным распоряжениям» [2, с. 9].

В период существования постсоветской России лишь немногие организации сумели выстроить эффективную систему управления. Большинство же успешных, если судить по экономическим показателям, предприятий своими экономическими результатами обязаны чаще всего либо благоприятной внешней конъюнктуре, либо государственной поддержке, либо тому и другому одновременно.

Что же такое эффективность, эффективность управление организацией?

Эффективность – это одна из важнейших социально-экономических характеристик, для которой свойственны динамичность и историчность. Результативность производственной деятельности присуща самым разным условиям развития производительных сил каждой общественной формации.

В зависимости от того, какие затраты и особенно какие результаты принимаются во внимание, можно говорить о следующих основных видах эффективности:

- Экономическая – соотношение экономических результатов деятельности организаций, предприятий и затрат на их достижение;
- Социальная – соотношение социальных результатов деятельности организаций, предприятий и затрат на их достижение;
- Социально-экономическая – соотношение экономических и социальных результатов деятельности организации, предприятий и затрат на их достижение.

Согласно энциклопедическому словарю «Управление организацией», под эффективностью понимается «результативность, действенность полезность; в экономике – это всегда отношение между следствием и причиной, результатом и затратами, то есть эффектом и требуемым для его достижения затратами» [4, с. 9].

Результативность относится к числу наиболее общих, центральных экономических категорий, свойственных производству и отражающих связь между ресурсами и целями производства, между созидательной деятельностью человека и ее полезным эффектом [3, с. 275].

Эффективность управления (деятельностью) организацией в широком смысле – это целесообразность и качество управления, нацеленное на наилучшую результативность деятельности управляемой системы организации, реализацию целей и стратегий, достижение определенных качественных и количественных экономических результатов. Эффективность управления определяется многими аспектами деятельности организации, включая внешние и внутренние характеристики [1, с. 16].

Внутренняя эффективность показывает, каким образом удовлетворение определенных потребностей сказывается на динамике собственных целей организации и отдельных групп ее участников. Для внутренней эффективности управления институциональное окружение предстает как естественная среда

чисто внешнего свойства. Однако в экономике среда определяется, прежде всего, выбором, который совершают организации в рамках отношений взаимозависимости.

Внешняя эффективность управления показывает, насколько организация соответствует требованиям и ограничениям внешней среды, общества, экономики.

Эффективность деятельности организации во многом зависит от руководителя, от его личностных качеств и способностей. Психолог А.Н. Леонтьев определил способности как свойства индивида, совокупность которых обуславливает успешность выполнения некоторой деятельности.

Одним из основных показателей эффективности руководителя как организатора-менеджера является результаты труда персонала в целом и каждого члена коллектива в частности. Они измеряются различными производственно-экономическими показателями, на которые оказывают влияние технические, экономические и организационные решения. При характеристике результативности работы менеджера-управленца нельзя ограничиваться только производственно-экономическими показателями трудовой деятельности. Нужно, также, учитывать и тот комплекс показателей жизнедеятельности коллектива, на который оказывает влияние руководитель. Данные показатели выражаются через социально-психологические факторы. Следовательно, можно сказать, что результатом эффективности работы руководителя являются как производственно-экономические, так и социально-психологические показатели. К первым можно отнести: экономический эффект, показатели эффективности, период окупаемости капитала, точка безубыточности ведения хозяйства. К социально-психологическим можно отнести такие показатели, как: сочетание формального и неформального лидера, психологическая совместимость коллектива, психологический климат в организации и т. п.

Большую роль в управлении организацией играет умение руководителя улучшать функциональную расстановку кадров. Эффективный руководитель

умеет правильно и более точно оценить положительный эффект деятельности подчинённых. Руководитель организации, подразделения старается не привлекать слабых подчинённых к решению сложных задач и/или важных вопросов, при этом помогает им разобраться в подобных ситуациях, опираясь на автократические методы руководства.

Так как люди являются наиболее важным организационным ресурсом, руководитель организации должен уделять большую часть своего времени непосредственно управлению персоналом.

В течение последнего десятилетия эффективность деятельности отечественных организаций, предприятий продолжала постоянно снижаться. Снижение эффективности проявлялось в ряде факторов, в числе которых повышение уровня морального и физического износа основных производственных фондов, снижение доли инновационной продукции в ВВП и т. п. Перечисленные обстоятельства позволяют предположить, что основной причиной снижения эффективности работы выступает низкое качество управления хозяйствующими субъектами.

Сложность оценки управленческой деятельности связана с особенностями управленческого труда, с его специфическими характеристиками, в частности, с целями, объектом, предметом, продуктом.

Дж. М. Иванцевич и Доннелли выделяют три уровня эффективности и факторы на них влияющие:

- индивидуальный (способности, умения, знания, отношения, мотивация, стресс);
- групповой (взаимосвязь, лидерство, структура, статус, роли, нормы);
- организационный (внешние условия, технология, выбор стратегии, структура, процессы, культура).

Анализ отечественных и зарубежных исследований позволяет сделать вывод о наличии различных подходов к оценке эффективности управления. Оценка результативности управления организациями не может ограничиваться

оценкой только управленческой деятельности, поскольку основным критерием этой оценки является результативная деятельность самих организаций.

Рассмотрим несколько подходов к оценке эффективности управления.

1. Подход к оценке эффективности текущего и стратегического управления. Рентабельность, производительность, рост объемов продаж и издержки производства используются для нужд текущего управления. Для обеспечения результативности стратегического управления компании особое внимание уделяют управлению нововведениями, качества продукции, конкурентоспособностью, уровнем обслуживания потребителей.

2. Целевой подход отражает взгляд на эффективность управления, подчеркивает роль достижения цели как критерия эффективности организации. Теория целей основана на представлении об организациях как рациональных, целенаправленных образованиях, которые руководствуются определенными миссиями, целями и задачами. Успешность достижения целей и решения задач показывает успешность функционирования организации, то есть ее эффективность.

Например, Румянцева З.П., понимая под эффективностью менеджмента степень достижения целей организации, предлагает рассчитывать эффективность управления следующим образом:

оценка эффективности целеполагания:

$$Э_{ц.п} = \text{Цели} / \text{Потребности}$$

оценка эффективности целереализации:

$$Э_{ц.р} = \text{Результат} / \text{Цели}$$

оценка эффективности способов достижения цели:

$$Э_{ц.д.ц} = \text{Результат} / \text{Затраты}$$

общая оценка эффективности менеджмента:

$$\text{Эффективность менеджмента} = Э_{ц.п} \times Э_{ц.р} \times Э_{ц.д.ц}$$

3. Системный. Широкое распространение в менеджменте теории систем дало возможность использовать ее положения в оценке эффективности управления. В соответствии с данным подходом акцент делается на внешней

среде организации (она предъявляет требования к качеству и количеству выпускаемой продукции, экологии и т. п.) и балансе между элементами системы: входом (организация получает ресурсы из внешней среды), процессом (организация перерабатывает ресурсы) и выходом (организация выпускает продукцию/услуги). Эффективность управления отражает, в том числе адаптацию этой системы к условиям системы более высокого уровня, частью которой она является (отрасль, экономика в целом).

4. Многопараметрический подход к оценке эффективности управления предполагает удовлетворение индивидов и групп, участвующих в деятельности организации.

Одной из ключевых проблем современного российского управления, а следовательно, и причиной неэффективности является его несбалансированность. Менеджмент большинства отечественных организаций сосредотачивается на контроле и распределении материальных и финансовых ресурсов и практически не уделяет внимания прочим составляющим управления. Это приводит к низкой мотивации, что является одной из главных причин низкой производительности труда. Проблема несбалансированности касается не только исполнения классических управленческих функций. Российские руководители часто пренебрегают работой по обеспечению желаемых финансовых результатов, сосредотачиваясь либо на достижении высокого уровня эффективности, либо на обеспечении финансовой устойчивости, что приводит к замедленным темпам развития отечественных предприятий относительно зарубежных.

Рассматривая в данной статье вопрос об эффективном управлении можно сказать, что по большому счёту он является практически не изученным в теории менеджмента. В то же время современные тенденции развития науки управления показывают, что обеспечение эффективности деятельности организации в целом и системы управления в частности возможно только при условии учёта различных аспектов. Таким образом, возникает идея об обеспечении определённого управленческого баланса, а именно баланса

между всеми функциями менеджмента: планирование, организация, мотивация, контроль и координация. Именно рациональное, грамотное управление в рамках всех функций менеджмента можно добиться эффективности управления организацией.

Исходя из вышесказанного, целесообразно проводить оценку эффективности управления по следующим направлениям:

- Логико-управленческому, то есть ориентированному на целесообразность, рационализацию и оптимальность управленческих действий;
- Статико-математическому – поиску закономерностей на основе разнообразных расчётов и углублённого анализа и подтверждению полученных результатов;
- Финансово-экономическому, т. е. обоснованию затрат и результатов в денежном выражении;
- Социально-психологическому – создание и учёт социально-психологических условий труда, взаимоотношений и социально-психологического климата;

Также, при оценке эффективности управления организацией не стоит забывать об учёте и оценке нематериальных активов данного хозяйствующего субъекта. Ведь именно они выступают одним из факторов повышения конкурентоспособности организации на современном рынке. Узнаваемость бренда, имидж, положительная репутация – немаловажные показатели эффективности управления организацией и достигаются соответствующего уровня не за один год упорной, добросовестной трудовой деятельности.

Организации бывают разные: по масштабу деятельности, по отрасли хозяйствования, по структуре и т. д. Поэтому деятельность определённой организации характеризуется совокупностью определённых как внутренних, так и внешних факторов, прямых и косвенных, которые оказывают влияние на её деятельность. Исходя из этого применение одного метода при сравнении нескольких организаций, которые осуществляют предпринимательскую

деятельность на одном рынке и имеют идентичную продукцию, будет не вполне корректно.

Список литературы:

1. Гущина А.А. Эффективность управления организацией: учебное пособие – Омск: СибАДИ, 2010. – 174 с.
2. Дейнека А.В. Управление персоналом организации: Учебник для бакалавров – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2014. – 288 с.
3. Маркс К., Энгельс Ф. Теории прибавочной стоимости // Соч. – 2 е изд. – Т. 26, – ч. 2. – С. 673.
4. Поршнева А.Г. Управление организацией: Энциклопедический словарь ИНФРА-М, 2001. – 822 с.
5. Свирина А.А. Эффективное управление предприятием. Сбалансированный подход: монография. – М. Креативная экономика, 2009 – 208 с.

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО
И ВНЕБЮДЖЕТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ВУЗОВ
(НА ПРИМЕРЕ КАБАРДИНО-БАЛКАРСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА)**

Езиева Асият Олеговна

*магистрант, РАНХиГС, Южно-российский институт управления,
РФ, г. Ростов-на-Дону
E-mail: asya.shkezheva@yandex.ru*

Новиков Василий Матвеевич

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента,
РФ, г. Ростов-на-Дону*

Формирование общества постиндустриального типа, где основным фактором производства становится информация, оказывает огромное влияние на развитие системы образования, которая должна обеспечить прирост человеческого капитала, обеспечить экономику высококвалифицированными кадрами, способными разрабатывать и внедрять различные инновации. Необходимость инновационного развития декларируется в программных и стратегических документах Правительства РФ, например, разработана Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 годах [7]. В указанной стратегии подчеркнута центральная роль ВУЗов в обеспечении инновационного развития нашей страны.

На решение данной задачи направлена и проводимая в последнее время в нашей стране реформа системы образования. В Концепции Федеральной целевой программы развития образования на 2016–2020 годы [5] подчеркивается, что одной из современных задач развития рассматриваемой системы является «создание и распространение структурных и технологических инноваций в профессиональном образовании, обеспечивающих высокую мобильность современной экономики» [5].

Кабардино-Балкарский государственный университет (КБГУ) – это одно из ведущих учреждений высшего образования на Северном Кавказе. Кабардино-Балкарский государственный университет определяет свою миссию, как федеральный центр образования, науки, культуры, информации

и просвещения [4]. Анализируя деятельность КБГУ последних лет, можно сказать, что современный ВУЗ не только обеспечивает ресурсную базу инновационного развития, но система высшего образования и сама становится субъектом инновационной деятельности, так как именно в университетах и институтах сконцентрирован научный потенциал нашей страны. Так, ректорат КБГУ считает необходимым всемерно поддерживать инновационную деятельность в КБГУ и внедрение собственных разработок в практику.

В рамках данной задачи в университете реализуются различные научно-исследовательские проекты, сформирован банк инновационных проектов. Банк включил в себя около 100 инновационных проектов разной стадии завершенности. Важно, что более 20 инновационных разработок уже готовы к внедрению на производстве. Инновационные предложения ученых КБГУ охватывает такие области, как физика, химия, машиностроение, производство стройматериалов, биология, медицина и другие.

Однако решить задачи инновационного развития КБГУ мешает наличие ряда проблем. Главным препятствием инновационного развития ВУЗа в условиях современного кризиса является сокращение финансирования.

Выделим основные источники инновационной деятельности ВУЗов:

- бюджетное (подушевое финансирование, гранты, выполнение госзаказа);
- внебюджетное (платные образовательные услуги, реализация инноваций, банковские кредиты) [составлено автором на основе [1, с. 5]].

При этом в последний год бюджетное финансирование системы образования сокращалось. Дефицит средств в государственном бюджете страны – это перманентное состояние на несколько ближайших лет. Данный факт должен стимулировать бюджетные учреждения оптимизировать свои расходы, повысить качество управления финансами, оптимизировать источники финансирования.

В условиях ограниченных возможностей бюджета ВУЗы в первую очередь должны особое внимание уделять такому принципу управления финансами, как

«управление по результатам» [2, с. 210]. Такой подход предполагает, что каждый проект, на который выделяются средства, имеет научно обоснованные критерии эффективности. Следование указанному принципу позволяет повысить эффективность использования средств государственного бюджета, повысить привлекательность ВУЗа для инвесторов.

Привлечению дополнительных источников финансирования в ВУЗы способствует и тот факт, что уже несколько лет проводится реформа бюджетных учреждений, которая позволяет в результате реорганизации сформировать автономное учреждение, которые имеет больше прав и полномочий в получении и распределении дополнительных финансовых ресурсов. Однако современные учреждения образования и их руководители с большой опаской относятся к положениям данной реформы и лишь малая часть бюджетных учреждений реорганизована в автономные.

При оптимизации системы финансирования ВУЗа важно учесть и зарубежный опыт (США), который подтверждает, что именно диверсификация источников финансирования, а именно активное взаимодействие корпоративного сектора и университета. Российская практика взаимодействия крупных компаний и учреждений образования связана прежде всего с двумя сферами: финансовой и нефтегазовой. Российские корпорации оказывают спонсорскую помощь учебным заведениям, получая взамен квалифицированный персонал из числа самых успешных студентов и формируя репутацию социально ответственной компании. Однако примеры активного сотрудничества крупного бизнеса и ВУЗов имеют скорее единичный характер в нашей стране [3, с. 202]. Передовой зарубежный опыт показывает, что Правительство должно стимулировать бизнес к сотрудничеству с образовательными учреждениями посредством налоговых льгот системы различных преференций, с одной стороны, с другой стороны, инновационные разработки ВУЗов должны быть направлены не только на развитие российской науки, но и отвечать запросам современной практики, что обеспечит конкурентоспособность изобретений.

Проблема коммерциализации инновационной деятельности активно решается в Кабардино-Балкарском государственном университете. С этой целью в структуре ВУЗа создан бизнес-инкубатор «СТАРТ», главной задачей которого является оказание помощи при внедрении на практике разработок ученых-инноваторов университета.

В рамках формирования инновационного пояса вокруг КБГУ при бизнес-инкубаторе университета были открыты малые инновационные предприятия: ООО «Полиглин», ООО «Силикон, ООО «Инмедпрофис» [4]. Представляется, что опыт бизнес-инкубатора КБГУ представляет существенный интерес для других ВУЗов России, осуществляющих инновационную деятельность.

Существенного прогресса в коммерциализации инновационных разработок КБГУ удалось достичь и после 2009 года в результате изменения российского законодательства. Так, после принятия федерального закона № 217 [8] ученые КБГУ открыли хозяйственные общества для практического применения результатов своей инновационной деятельности. Необходимо подчеркнуть, что в условиях финансового кризиса и сокращения бюджетного финансирования КБГУ должен продолжать уделять особое внимание вопросам коммерциализации собственных инновационных разработок.

В заключение статьи можно сделать вывод, что развитие инновационного потенциала КБГУ в среднесрочной перспективе связано с решением ряда финансовых задач:

- повышения качества управления бюджетными средствами,
- диверсификация источников финансирования,
- коммерциализации инновационной деятельности.

Список литературы:

1. Баранова А.Ю. Финансирование и продвижение инноваций ВУЗа.// Управление экономическими системами. – 2014. – № 9. – С. 5.
2. Горюнова Е.В. Финансирование и внедрение инноваций в российских ВУЗах: мировой опыт и возможности его использования в России.// Вестник ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2010. – № 32. – С. 205–212.
3. Новикова Е.Н. Источники финансирования инновационной деятельности ВУЗов.// Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. – 2013. – № 3. – С. 199–207.
4. Официальный портал Кабардино-Балкарского государственного университета. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.kbsu.ru> (дата обращения 20.11.2015).
5. Постановление Правительства РФ от 23.05.2015 № 497 «О Федеральной целевой программе развития образования на 2016 - 2020 годы».// Собрание законодательства РФ. – 01.06.2015. – № 22. – ст. 3232.
6. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 № 1662-р (ред. от 08.08.2009) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года». // Собрание законодательства РФ. – 24.11.2008. – № 47. – ст. 5489.
7. Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 № 2227-р «Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года».// Собрание законодательства РФ. – 02.01.2012. – № 1. – ст. 216.
8. Федеральный закон от 02.08.2009 № 217-ФЗ (ред. от 29.12.2012) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности».// Парламентская газета. – № 39. – 01.09.2009.

ПРЕОДОЛЕНИЕ ПСИХО-ЭМОЦИОНАЛЬНОГО БАРЬЕРА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИИ

Слепова Алёна Александровна

*студент 5 курса, кафедра Общего менеджмента К(П)ФУ,
РФ, г. Казань*

E-mail: alyonaslepova@gmail.com

Беляева Марина Николаевна

*научный руководитель, ас. кафедры Общего менеджмента К(П)ФУ,
РФ, г. Казань*

Прежде чем приступить к основной теме доклада, хотелось бы сказать о том, почему ее можно считать актуальной, важной и интересующей многих. Для начала дадим определение понятию "менеджмент", которое нам приводят Мескон М.Х., Альберт М. и Хедоури Ф.в популярном издании «Основы менеджмента». «Менеджмент – умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения других людей» [4, с. 6]. Исходя из этого, можно говорить, что люди являются основным «рабочим инструментом» в менеджменте. Ведь именно о них и для них была создана данная наука. Однако управлять подобными «инструментами» нужно очень умело, ведь к каждому человеку необходим свой подход. Работая со станком, Вы можете полагаться на инструкцию; работая с человеком, Вы, к сожалению, не сможете подобрать универсальную инструкцию для всех. Для современной компании, стремящейся быть успешной, принципиально важен персонал и комфортные условия для его работы, поэтому человеческий фактор в организации можно считать одним из наиболее важных.

В менеджменте существует множество направлений, специализирующихся на изучении поведения человека, этой теме посвящена не одна научная статья. На наш взгляд, хорошему руководителю для сплоченной работы коллектива необходимо знать пути преодоления психо-эмоционального барьера сотрудников, ведь от этого зависит эффективная работа всей организации.

Для более глубокого понимания дадим определение данному термину. «Психо-эмоциональный барьер – это психологическое состояние, проявляющееся как неадекватная пассивность, препятствующая выполнению тех или иных действий» [2].

Не стоит отрицать, что каждый человек сам рисует свое видение мира, чаще всего руководствуясь прошлым опытом: если он был положителен, то и видение мира представляется в ярких тонах, если же отрицателен – присутствуют более тусклые тона. Тем не менее, психо-эмоциональные барьеры могут возникнуть у любого человека. Рассмотрим типы и причины их возникновения:

- Барьер страдания. Имеет два направления: первое – значительно снижает уровень общительности, контактности человека, второе – снижает уровень коммуникативности того, кто вступает в диалог со страдающим;

- Барьер гнева. Преодолевается очень трудно, ведь гнев, как правило, возникает в ответ на неожиданные препятствия, оскорбления и т. п. Гнев удваивает физическую и психическую силу, чем он сильнее, тем активнее человек его изливает в словесных или агрессивных действиях и поступках;

- Барьер отвращения и брезгливости. Возникает в результате нарушений собеседником этических норм или вследствие «гигиенического неприятия» другого человека;

- Барьер презрения. Он, как и барьер отвращения, ограничивает контакты с человеком, вызвавшим отрицательные эмоции. Как правило, презрение могут вызвать такие поступки как: неприемлемые черты характера собеседника, его предрассудки или аморальные поступки;

- Барьер страха. Его заслужено можно назвать одним из самых труднопреодолимых в общении. У многих людей в связи с тяжелыми жизненными обстоятельствами страх возникает довольно легко. Он побуждает свести к минимуму контакт с тем, кто является его источником;

- Барьер стыда и вины. Возникает в результате осознания неуместности происходящего. Человек краснеет, нервничает, у него изменяется, дрожит голос, он опускает глаза или отводит взгляд от партнера по общению;

- Барьер плохого настроения. Эмоционально-негативное состояние проецируется на партнера, парализует его коммуникативные устремления. Плохое настроение часто служит источником конфликтов;

- Барьер недостаточного понимания важности общения. Этот барьер возникает в двух случаях: в первом – как следствие ложной установки руководителя, считающего, что полную информацию подчиненному сообщать необязательно; во втором- вследствие недооценки им общения как социально-психологического механизма управления людьми;

- Барьер неправильной установки сознания. Установка – это готовность к действию в соответствии с ситуацией общения;

- Барьер речи. Возникает вследствие допущенных речевых ошибок. Этот барьер искажает (а в некоторых случаях и полностью заглушает) слова говорящего и смысл всего диалога [3].

Стоит также учитывать, что данные барьеры могут возникнуть не только в единственном числе, но и в сумме, являясь следствием пережитых эмоциональных потрясений.

Умелому руководителю для качественной работы сотрудников в организации необходимо не только видеть данные барьеры и понимать природу их возникновения, но также знать пути их преодоления. Ведь если связь руководитель-подчиненный настроена плохо, то и риск невыполнения поставленной задачи будет велик. Рассмотрим наиболее распространенные пути преодоления психо-эмоциональных барьеров:

- Перед тем, как приступить к важному разговору, постарайтесь организовать благоприятный психологический фон, в котором присутствующие будут максимально настроены на восприятие Вашего послания;

- Не стоит забывать о значении всех составляющих элементов речи (интонации, тембре голоса, громкости, дикции и т. д.), которые, воздействуя

на собеседника, формируют у него эмоциональное восприятие смысла Ваших слов. Убеждения достигают своей цели только когда проходят через чувства, ум и волю собеседника;

- Еще один эмоционально-положительный фон, который условно можно назвать "общностью", позволяет на основе идентификации личностей достичь быстрого взаимопонимания с собеседником. Он основан на идее совместного переживания жизненных ситуаций. (К примеру: «Я также, как и Вы, переживаю из-за этой трагедии», «Раньше я тоже безумно боялся публичных выступлений»);

- Четвертый психо-эмоциональный фон, имеет не меньшую побудительную силу. В особых случаях руководителю необходимо настроить своих подчиненных на веселый, но деловой, рабочий тон. Забавная шутка, удачно подобранный по тематике встречи анекдот, мудрый афоризм – все эти элементы создают у слушателей заряд положительных эмоций и в такой атмосфере им гораздо легче воспринимать от руководителя информацию [1].

Отметим, что последний пункт крайне важен для каждого руководителя при общении с персоналом. Также необходимо учитывать, что применение данных методов в правильных пропорциях позволит ему выйти на нужный уровень общения с персоналом, не прибегая к конфликтам.

Болгарский психолог Ф. Генов, исследовав причины возникновения конфликтов на службе, выяснил, что у людей, занимающих административную должность, уровень эмоциональной уравновешенности значительно ниже, чем у среднестатистического офисного работника. С возрастом этот уровень становится еще ниже. К тому же Ф. Генов отметил, что плохое настроение руководителя существенно сказывается на настроении подчиненных [5, с. 121].

Мудрый руководитель не должен скупиться на заслуженную похвалу выделившихся сотрудников, хорошим фактором считается, если похвала прозвучала не в личном диалоге, а в присутствии коллектива работника. Одобрения также создают необходимый положительно-эмоциональный фон, повышают авторитет и вызывают симпатию у подчиненных. Интерес к личным

делам сотрудников стимулирует их энтузиазм, порождает желание трудиться, что в итоге формирует необходимую для работы команду.

Подводя итог, хотелось бы подчеркнуть, что эффективный руководитель, пользующийся авторитетом у своих подчиненных, всегда сможет правильно организовать работу на предприятии. Ведь мотивировать сотрудников можно не только финансовыми инструментами – любому подчиненному всегда приятно и важно знать, что его уважают и ценят не только как специалиста, но и как человека.

Список литературы:

1. Горбачев П.А. Мастерство убеждения. Психоэмоциональные фоны // Школа успеха-2011 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://prema-coach.ru/archives/1227> (дата обращения 16.11.2015).
2. Душков Б.А., Королев А.В., Смирнов Б.А. Энциклопедический словарь: психология труда, управления, инженерная психология и эргономика, 2005 г.
3. Кишкель Е.Н. Управленческая психология, 2002г.
4. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента, 2005. – 6 с.
5. Платонов Ю.П. Социальная психология поведения, 2006. – 121 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ РОЛЕВОЙ СТРУКТУРЫ КОЛЛЕКТИВА НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ СТУДЕНТОВ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Пашкова Валерия Анатольевна

Федорова Анна Сергеевна

студенты 4 курса, кафедра маркетинга КГУ,

РФ, г. Курган

E-mail: Anya-sibir@mail.ru

Ильченко Елена Николаевна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент КГУ,

РФ, г. Курган

Человек – главная тема философии, центральная проблема всех философских школ и направлений, неисчерпаемая в силу своей бесконечной сложности, дающая пищу для самых разнообразных интерпретаций и толкований [5].

В современных условиях, каждого человека необходимо рассматривать как личность, следовательно возникает вопрос «А как же вырастить личность, что нужно сделать для её развития???» И как эта личность сможет не только уживаться, но и эффективно взаимодействовать с коллективом?? Ведь человек проводит на работе большую часть жизни. В среднем люди отдают работе до 10 часов в сутки (40 %) своего времени [4]. Особенно актуальными эти вопросы становятся для образовательных учреждений. Цель научной работы заключалась в исследовании ролевой структуры коллектива и создании условий для развития профессионально значимых способностей будущих работников.

Известно, что основной формой социального объединения людей является малая группа. Малая группа – это небольшая по размеру общность людей, связанных непосредственным взаимодействием. Именно поэтому объектом исследования стала учебная группа экономического факультета Курганского государственного университета.

Структура малой группы – это совокупность связей, складывающихся в ней между индивидами. Ролевая структура – это совокупность отношений

между индивидами. С ее помощью определяется состав и осуществляется распределение творческих, коммуникационных и поведенческих ролей между отдельными работниками [3].

1. Творческие роли свойственны энтузиастам, изобретателям и организаторам и характеризуют активную позицию в решении проблемных ситуаций, поиске альтернативных решений и вариабельности мышления.

2. Коммуникационные роли определяют содержание и уровень участия в информационном процессе, взаимодействие в обмене информацией в процессе принятия решений.

3. Поведенческие роли характеризуют типовые модели поведения людей на производстве, в быту, на отдыхе, работе, в конфликтных ситуациях и играют важную роль в коллективе [1].

Конечно, каждому человеку приходится исполнять в той или иной степени все три вида ролей, поэтому можно говорить лишь о степени проявления его личности в той или иной роли. Более подробная характеристика каждой из групп ролей представлена в таблице 1.

Таблица 1.

Ролевая структура

Творческие роли	Коммуникационные роли	Поведенческие роли
Генератор идей Компилятор идей Эрудит Эксперт Энтузиаст Критик Организатор	Лидер Делопроизводитель Связной Сторож Координатор Проводник	Оптимист Нигилист Конформист Догматик Комментатор Клязник Борец за правду Общественник «Важная птица» «Казанская сирота» «Ерш» «Сам себе на уме» Лентяй «Наполеон»

Данная таблица послужила основным исходным материалом для определения ролевой структуры в исследуемой учебной группе, а используя

метод опроса, был составлен общий портрет группы, где каждый ее участник – особый элемент с присущим ему набором поведенческих качеств и определенным стилем в работе. Для этого было проведено анкетирование среди студентов исследуемой учебной группы и преподавателей кафедры «Менеджмент». В анкетировании приняло участие 17 студентов, заполнивших предоставленный бланк, и 5 преподавателей. С целью достоверности результатов анкетирования был проведен перекрёстный опрос с трёх сторон: «студент – он сам» подразумевается, что студенты оценивают сами себя; «студент – группа», студентов оценивает учебная группа; «преподаватель – группа», оценку студентам дают преподаватели кафедры.

1. Опрос по типу «студент – он сам» вызвал некоторые затруднения и показал, что студенты, преимущественно, описывают сами себя очень кратко или вовсе избегают этого описания. С чем это может быть связано?

В психологии существует метод самонаблюдения. Самонаблюдению открываются собственные переживания, мысли, волевые процессы и т. п. Однако, требуется особая внутренняя работа по их осмыслению, истолкованию, пониманию. Исходя из чего, можно сделать заключение, что студенты не владеют навыками самооценки и не могут оценить себя объективно, соответственно очевидно, что их потенциал скрыт от них самих.

2. Опрос по типу «студент-группа» показал следующие результаты. Не смотря на то, что студенты уже несколько лет обучаются в одном коллективе, возникли затруднения с описанием некоторых его членов в силу того, что эти студенты практически не проявляют себя в учебное время.

Более полно студенты описали друг друга с позиции поведенческих ролей. Это говорит о том, что первое, на что обращают внимание люди в процессе общения – это поведение человека, его манеры, темы для разговоров, способность проявить и преподнести самого себя. Полученные результаты в наибольшей степени соответствуют действительности.

3. Опрос по типу «преподаватель-группа» позволил сделать следующие выводы. Более полно студенты были охарактеризованы преподавателями

не столько с позиции поведенческих, сколько с позиции творческих и коммуникационных ролей. Этот факт можно объяснить тем, что преподаватели оценивают студентов в процессе учебной работы, т.е. более объективно.

Нельзя сказать, что какие-то из ответов являются более точными, а какие-то вовсе ошибочными, так как каждое из мнений присуще человеку, следовательно является субъективным. Человек проявляет себя по-разному в разных обстоятельствах и окружениях, одни хорошо знают друг друга, а другие вовсе не знают друг друга ни с какой из сторон. В этом и заключается особенность исследования: изучить весь «спектр» мнений, систематизировать их и составить общую картину, которая позволит улучшить учебный процесс и коллективную работу, добившись при этом максимальной эффективности.

Таким образом, для того чтобы коллектив успешно справлялся с работой, он должен не просто состоять из хороших специалистов, а эти специалисты должны быть оптимально подобраны, каждый из них должен выполнять определённые роли в коллективе. Члены этого коллектива как личности должны в своей совокупности соответствовать необходимому набору ролей. И при распределении обязанностей следует исходить из пригодности индивидов к выполнению той или иной роли, а не из личных симпатий или антипатий менеджера.

С целью создания условий для развития профессионально значимых способностей будущих работников, следует учитывать и факторы, влияющие на эффективность работы в группе.

1. В первую очередь на эффективность работы группы оказывает влияние лидерство.

Лидером принимается и считается тот, чьи установки и ориентации становятся референтными, т.е. исходными эталонами для всех или большинства членов группы в оценке ими значимых аспектов ее жизнедеятельности. За ним признается право вести за собой, быть последней инстанцией в оценке различных групповых ситуаций и обстоятельств [3].

По результатам проведенного исследования в группе было выявлено три лидера. В психологии данный факт обосновывают высоким уровнем развития группы; чем сложнее ее внутренняя жизнь, тем больше может быть разных лидеров, причем, они совершенно не обязательно будут конфликтовать друг с другом [2].

2. Так же на эффективность работы группы оказывает влияние умение взаимодействовать.

В исследуемой группе были выделены те, кто умеет и желает взаимодействовать со всеми членами группы, их доля составила 63 % и те, кто с трудом идет на контакт, ограничивая свой круг общения (37 %).

3. Наряду с умением взаимодействовать, не меньшее влияние оказывает микроклимат в группе.

Для характеристики этого фактора следует говорить о тех, кто создает благоприятную, дружественную атмосферу в коллективе и о тех, кто нарушает этот баланс. Среди последних выделяются: критики, нигилисты, лентяи. В рассматриваемой группе вышеперечисленные роли составляют меньшинство, однако они не менее важны. Например, критик указывает на существенные недостатки, которые не были замечены ранее в работе группы.

На основании обработанных анкет и полученных результатов можно предложить следующие рекомендации для повышения эффективности работы группы:

1. Использование при работе с группой личностных навыков и умений студентов (по результатам опроса «студент – он сам»), которые каждый в отдельности сам в себе ценит.

2. Не игнорирование идей и инициативы студентов. Признание достижений и результатов со стороны одногруппников и преподавателей. Развитие толерантности по отношению к друг другу (по результатам опроса «студент-группа»).

3. Для студентов, которые еще не раскрылись, привлечение к работе группы. Выполнение индивидуальных заданий, важных для коллектива (с учетом результатов «студент – он сам» и «преподаватель-группа»).

Исходя из вышесказанного, хотелось бы отметить, что каждая роль имеет свое особое значение. Важно распознать ролевую структуру коллектива, в котором приходится учиться, работать, – это поможет правильно организовать его деятельность, достигнув при этом максимум эффективности.

Умение управлять коллективом является неотъемлемой частью менеджмента. В данном случае, коллектив можно сравнить с экипажем корабля: если капитан не знает, кто и на что способен, будет опасно выходить в дальнее плавание.

Список литературы:

1. Кузнецова Н. Управление персоналом. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://referati.me/management/rolevaya-struktura-organizatsii.html> (дата обращения 20.10.2015).
2. Откуда берутся лидеры? [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://www.liveinternet.ru/users/igor_korn/post86140836/ (дата обращения 01.11.2015).
3. Психология межличностного и межгруппового взаимодействия. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://krip.kbsu.ru/ps/glava12.html> (дата обращения 17.10.2015).
4. Сколько лет своей жизни мы тратим на сон? [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-65528/> (дата обращения 07.10.2015).
5. Человек это. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/1359/%D0%A7%D0%95%D0%9B%D0%9E%D0%92%D0%95%D0%9A (дата обращения 02.10.2015).

УПРАВЛЕНИЕ КРИЗИСНЫМ СОСТОЯНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Хлюпова Анастасия Алексеевна

E-mail: ahlyupova@mail.ru

Зазнобина Анастасия Михайловна

*студенты 4 курса, кафедра банковского дела, Российский экономический университет им. Плеханова,
РФ, г. Москва*

E-mail: anastasia.mihailovna@mail.ru

Ронова Галина Николаевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, профессор кафедры банковского дела,
доцент Российского экономического университета
имени Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

E-mail: gronova@mesi.ru

Перемены, протекающие во внешней среде бизнеса, закономерно призывают к появлению новейших основ управления. С ростом воздействия внешней среды, руководству следует больше внимания уделять исследованию процессов протекающих вокруг организации и разрабатывать стратегии выхода из ситуаций вызванных внешними воздействиями, и также разрабатывать способы дальнейшего развития.

В чем же причины кризисного состояния предприятий? Почему ранее устойчивые организации сейчас находятся в состоянии неплатежеспособности?

Коммерческие предприятия, приносящие прибыль и успешно функционирующие, чаще всего имеют преимущества перед конкурентами. Их продукт пользуется высоким спросом, в связи с устойчивым положением на рынке. Они также отслеживают конъюнктуру рынка, что дает им возможность моментально или же своевременно реагировать на изменения внешней среды. Потребность данных предприятий в финансовых ресурсах для собственного развития исполняется за счет собственных средств, поскольку такие предприятия увеличивают свой капитал посредством выпуска новой продукции.

Но, стоит учесть и тот факт, что любой продукт или же услуга, априори имеет ограниченные возможности, так называемый жизненный цикл, сужающий временные рамки его существования.

Рыночная экономика обладает отличительной особенностью, которая проявляется в том, что кризис на предприятии охватывает все стадии жизненного цикла, т.е. моментами оно производит убытки, либо не производит прибыль вовсе, но это не меняет сущности предприятия - производитель прибыли, поскольку данные процессы протекают эпизодически, краткосрочно. Ликвидировать их можно благодаря оперативным мероприятиям. Но только в случае если предприятие в целом эффективно, иначе экономический кризис затягивается, что может привести к ликвидации предприятия, в связи с продажей всего имущества для расчета по задолженностям с кредиторами, что в итоге приведет к банкротству. Для того чтобы избежать такого исхода, необходимо своевременно выявить причины экономического кризиса предприятия и устранить их с помощью разработанных мер.

Совокупность всех возможных факторов, способных привести предприятие к экономическому кризису, делят на две группы: внешние – предприятие ограничено во влиянии или же не способно повлиять на них вовсе, и внутренние – исходящие из деятельности самого предприятия.

Причинами кризисного состояния российских предприятий являются неблагоприятные внешние условия: нарушение традиционных хозяйственных связей, спад спроса, резкие, трудно прогнозируемые изменения экономической политики правительства, инфляция, разбалансированность рынка, политическая нестабильность.

Меры правительства по сглаживанию последствий ухудшающейся обстановки экономического кризиса, т. е. улучшение состояния национальной экономики и применение таких мер, как, урегулирование налогов, денежной массы и ставки банковского процента, также оказывает значительное влияние на получение предприятиям нужного для развития капитала. Поскольку данные

меры могут привести к удорожанию кредита, что в последствие приведет к росту издержек.

К политическим факторам, провоцирующим кризис на предприятии, можно отнести, запрет или ограничение со стороны государства по отношению к предпринимательской деятельности, национализация собственности и т. д. Что способствует ухудшению инвестиционного климата и вывозу капитала из страны.

Из факторов правовой сферы, можно выделить такие как, недостаточность антимонопольного регулирования, плохо развитая законодательная база, ограниченность в регулировании ВЭД, которые тоже способствуют наступлению экономического кризиса.

Социально-культурные факторы, где преобладают традиции, жизненные ценности и установки, тоже влияют на предприятие. Преступность и коррупция, как дополнительные социальные факторы, также способствуют возникновению и влияют на развитие кризиса на предприятии. В настоящее время, в России данные факторы приобрели большой размах, для многих предприятий это может стать непреодолимым барьером.

Диагностика кризисов представляет собой способы выявления слабых мест в управлении предприятием. Независимо от того, каковы причины ухудшения финансового состояния предприятия, первоосновой любого кризиса является недостаточный профессионализм менеджмента предприятия.

В момент кризисной ситуации руководители предприятия вынуждены менять поставленные цели. Если при благоприятном состоянии перед организацией стоят в первую очередь такие задачи, как рост прибыли, захват новых ниш, обеспечение высоких объемов продаж, то в момент кризиса ситуация кардинально меняется, и на первый план выходит обеспечение выживания предприятия. Реализация поставленной задачи в большей степени зависит от профессионализма ведущих менеджеров, их способности своевременно принять необходимые решения.

Первое что должны сделать специалисты, это как можно точнее оценить состояние предприятия: определить глубину кризиса, причины его возникновения, и только после этого изменить тип управления, которое должно сводиться к сокращению затрат и увеличению поступления денежных средств, для того, чтобы направить их на погашение своих обязательств. Важным моментом является внесение новых приемов в управление: стимулирование работы персонала путем проведение тренингов, улучшения качества продукции, изменение ценовой политики и так далее. Рассмотрим подробнее методы, необходимые для преодоления кризиса.

Важным и неизбежным моментом является сокращение расходов. Следует определить наиболее затратные статьи расходов, которые возможно сократить. К затратам, которыми можно пожертвовать без значительного ущерба относятся экономия на топливе, электроэнергии, сырье и материалах, сокращение затрат на ремонт и обслуживание оборудования, на исследования рынка, на научные операции. Однако с экономией сырья следует быть осторожным, так как это может сказаться на качестве продукции и еще сильнее снизить объем продаж. Кроме того в данном периоде следует забыть о демонстрации высокого статуса, т. е. осуществить переезд в менее презентабельный офис, уплотнить расположение рабочих мест сотрудников, отказаться от служебного автотранспорта. Спорным моментом в данном случае является снижение затрат на рекламу, так как с одной стороны, это затраты которыми можно пожертвовать, а с другой стороны, правильная реклама может послужить спасательным кругом для предприятия.

Следующим шагом является привлечение денежных средств. Это осуществляется за счет сдачи в аренду освобожденных помещений и оборудования, расширения объемов продаж, изменения кредитной политики. В том случае, если затраты предприятия на содержание активов являются достаточно высокими, то продать их будет наиболее рациональным вариантов. Расширение объемов продаж осуществляется за счет пересмотра ценовой политики, привлечения новых клиентов (в том числе с помощью грамотной

рекламы, введением системы скидок и льгот). Для выбора оптимальной кредитной политики предприятию следует оценить потенциальные выгоды от увеличения объемов продаж и стоимость предоставления торговых кредитов.

Проведение реструктуризации кредиторской задолженности так же будет способствовать выходу предприятия из кризиса. Данный метод заключается в пересмотре условий кредитных договоров: сокращение суммы задолженности, снижение процентных ставок, отсрочка возвращения долга. В первую очередь специалисты предприятия должны определить общую сумму задолженности и выделить статьи, которые занимают в ней наибольшую долю. Здесь происходит деление кредиторов на первоочередных, обязательства которых составляют более 80 % от всех, и второстепенных. Далее с учетом прогноза на краткосрочный период, с учетом применения антикризисных мер, оценить, какая часть может быть погашена в соответствии с существующими условиями. И уже после этого проводить анализ вариантов реструктуризации с учетом изменений условий погашения задолженности. Реструктуризация может осуществляться путем обмена активов компании на сокращение суммы задолженности, двухсторонним взаимозачетом задолженности (в том случае, если имеют место встречные требования), оплатой долга банковскими векселями и другими способами, замещением задолженности ценными бумагами.

Не менее эффективными, но наиболее сложными в реализации методами являются реструктуризация и реорганизация предприятия. Реструктуризация предполагает кардинальное изменение предприятия, его структуры, профиля. Реструктуризация может осуществляться в форме слияния, поглощения, разделения, интеграции. При разработке плана реструктуризации анализируются все возможные варианты, и выбирается наиболее эффективный путь, который при этом должен удовлетворять интересам собственников, кредиторов и партнеров предприятия. Реорганизация предприятия заключается в существенном изменении, которое затрагивает значимые аспекты деятельности: ассортимент, продукт, систему менеджмента. Эти изменения могут не затрагивать структуру.

Никакие методы выхода из криза не могут гарантировать, что деятельность организации станет прибыльной. Задачей менеджеров является подбор таких действий, которые будут эффективны именно для данного предприятия, с учетом его особенностей и степени глубины кризиса. Менеджеру необходимо уметь видеть целиком все проблемы, с которыми столкнулось предприятие, и предвидеть, как предприятие отреагирует на тот или иной метод. Кроме того, управление предприятием должно быть нацелено не только на устранение проблем, спровоцировавших кризис, но и на принципиальные изменения, которые помогут получить наибольшую прибыль в наименьшие сроки.

Список литературы:

1. Алексеев Н.В. Управление предприятием в кризисной ситуации [Текст]: учебник / Н.В. Алексеев. – М.: ИД «ФОРУМ», 2011. – 538 с.
2. Астахов В.П. Анализ финансовой устойчивости фирмы и процедуры, связанные с банкротством [Текст]: учебник / В.П. Астахов. – М.: Ось-89, 2009. – 372 с.
3. Баканов М.И. Теория экономического анализа [Текст]: учебник / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 544 с.
4. Виханский О.С. Менеджмент. Учебник. / О.С. Виханский, А.И. Наумов. М.: «Фирма Гардика», 2008. — 586 с.
5. Герасимова Е.Б., Бариленко В.И., Петрусевич Т.В. Теория экономического анализа: Учебное пособие. — М.: Форум: НИЦ Инфра-М, 2012. — 368 с.
6. Мескон М. Основы менеджмента. / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури /Пер. с англ. Учебник. М.: Дело ЛТД, 2010. – 701 с.
7. Поляк Г.Б. Финансовый менеджмент: Учебник для вузов под ред. акад. Г.Б. Поляка. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 527 с.
8. Ронова Г.Н., Ронова Л.А. Финансовый менеджмент. Учебное пособие / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М., 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2003, 2004., – с. 157, 90.
9. Ронова Г.Н. «Системный подход к организации управления внеоборотными средствами (активами) предприятия как основа реализации финансовой стратегии и повышения эффективности его деятельности.»/ Сборник: Ценности и интересы современного общества. Международная научно-практическая конференция. 2014 г.

ОСОБЕННОСТИ ВНУТРИФИРМЕННОГО РЫНКА ТРУДА

Ходыкина Инна Васильевна

Винюкова Ирина Николаевна

*студенты кафедры экспертизы и управления недвижимостью Архитектурно-строительного института БГТУ им. В.Г. Шухова,
РФ, г. Белгород
E-mail: ViDaNa013@yandex.ru*

Тоцкая Инна Викторовна

*научный руководитель, канд. социол. наук, доцент, доцент института экономики и менеджмента, кафедра социологии и управления БГТУ им. В.Г. Шухова,
РФ, г. Белгород*

Нередко человек сталкивается с тем, что занимаемая им должность требует повышения уровня квалификации или прохождения специального обучения. Организации намного выгоднее использовать труд тех, кто уже овладел требуемыми знаниями, нежели прибегать к поиску специалистов на внешнем рынке труда, так как фирма может столкнуться с дополнительными издержками и риском. Поэтому стабильный коллектив, способный действовать как одна команда, – одна из гарантий того, что поставленная цель будет достигнута максимально быстро.

Внутрифирменный рынок труда (ВРТ) представляет собой систему трудовых отношений между работодателем и наемными работниками, которые ограничены рамками одной организации. Причем начальник и подчиненные становятся субъектами такого рынка труда при изменении условий занятости или смене должностной позиции.

ВРТ более управляем в отличие от внешнего рынка труда и практически не подвержен серьезным непредвиденным изменениям. Внутренние рынки труда противопоставляются внешним, на которых происходит межфирменное перемещение рабочей силы, а размер заработной платы является результатом действия рыночных сил. Они характеризуются относительной обособленностью, закрытостью по отношению к внешнему рынку труда.

Основная цель функционирования внутрифирменных рынков труда – это достижение баланса спроса и предложения рабочей силы предприятия, который необходим для обеспечения продуктивной деятельности организации [2].

Концепция ВРТ получила свое развитие в середине XX века, когда внимание исследователей в области экономики труда было направлено на институциональные структуры, определяющие особенности занятости внутри фирм и свидетельствующие о наличии принципиальных различий в формировании цен на труд внутри фирм по сравнению с внешними рынками труда [4].

Внутрифирменный рынок труда имеет свои особенности:

- заработная плата тем выше, чем дольше человек работает в фирме;
- взаимоотношения между работодателем и работниками носят длительный, устойчивый характер;
- соотношение спроса и предложения на аналогичный вид труда на внешнем рынке практически не влияет на ставку заработной платы работников и др. [2].

Нормативные акты и другие внутренние документы фирмы регулируют тарифные ставки и оклады, условия присвоения квалификационной категории и занимаемой должности, а также правила внутреннего распорядка. Помимо этого в документации предприятия определяются требования к исполнению работы, устанавливаются стандарты качества труда. Правовые нормы, установленные государством, играют ведущую роль в регулировании социально-трудовой сферы организации, поскольку гарантируют выполнение договорных обязательств между работодателем и наемным работником [3].

Исследования западных специалистов с использованием данных о персональных характеристиках занятых в организации работников, проводимых в начале XXI, находят подтверждение тому, что в организации существуют внутрифирменные правила продвижения по службе и отношения долгосрочного найма. Подчеркивается, что организационно-должностные

структуры и типы карьерного продвижения в фирмах остаются стабильными даже в изменчивой внешней среде функционирования предприятия [4].

Внутрифирменные рынки труда особенно развиты там, где проводится профессиональная подготовка персонала на рабочем месте. В процессе такого обучения воспринимаются не только профессиональные знания, но и правила поведения, ряд особенностей внутрифирменных отношений. Это помогает повысить производительность труда, снизить вероятность возникновения конфликтных ситуаций в коллективе [1, с. 102].

Кроме того, функционирование ВРТ обусловлено необходимостью согласования интересов субъектов фирмы, которые реализуются в процессе совместной трудовой деятельности. Данные интересы подразделяются на экономические, квалификационные, организационные и социальные.

Экономические интересы касаются размеров заработной платы, объемов денежных компенсаций и премирования. Они побуждают работника к более эффективному труду, что является необходимым условием развития фирмы.

Квалификационные интересы связаны с улучшением или изменением профессиональных знаний персонала. Такая заинтересованность со стороны работника возникает, к примеру, когда он стремится получить повышение. Работодателя может интересовать рост профессионализма персонала, связанный с увеличением конкурентоспособности предприятия.

Должностной статус, содержание рабочего процесса (интенсивность труда, напряженность) определяют организационные интересы. К ним также относится режим труда и отдыха.

Интересы, касающиеся включения работников в любые другие сферы деятельности организации, относят к социальным. За счет такого участия персонала в жизни фирмы повышается уровень труда, снижается количество случаев девиантного поведения, а именно нарушение трудовой дисциплины, воровство и т. п.

В экономической литературе выделяют несколько ключевых моментов относительно функционирования внутрифирменных рынков труда. В первом

случае создать такой рынок может только крупное предприятие, обеспечив необходимые условия для продвижения по карьерной лестнице и роста заработной платы. Другое видение подтверждается статистикой, которая свидетельствует об относительно стабильной занятости и отсутствии массовой смены рабочих мест [2].

Нельзя сказать, что внутренние рынки труда, хоть и формируют основу рынка труда предприятия, полностью изолированы от конкуренции со стороны внешнего. Существует понятие так называемых «входных портов» – рабочие места внутри фирмы, на которые работодатель нанимает работников на внешнем рынке. Но в большинстве случаев он отдает предпочтение сотруднику данной фирмы. Работник в свою очередь также предпочитает иметь дело с уже известным работодателем ввиду определенности его поведения, что помогает ему легко войти в рабочий процесс и трудовой коллектив [5, с. 96].

Многолетний опыт исследований ВРТ показывает, что такие рынки имеют ряд преимуществ и недостатков, касающихся как работников, так и работодателей.

Для работников преимуществом является гарантия стабильной занятости, получение «социального пакета». Ограниченная конкуренция по сравнению с внешним рынком способствует эффективному продвижению служащего по карьерной лестнице.

В условиях внутреннего рынка постепенно снижается мобильность наемного работника, а такие характеристики индивида, как пол, возраст, семейный статус, уровень образования являются важными факторами, определяющими вероятность участия или неучастия работников в мобильности. Это ведет к снижению мотивации к труду и стимулов для самосовершенствования.

Пользуясь услугами внутрифирменного рынка труда, работодатели получают ряд преимуществ, а именно: значительно уменьшается риск принять в штат недобросовестного работника, низкая текучесть кадров, возможность добиться более высокой производительности труда и т. п. К тому же затраты

на обучение персонала осуществляются в зависимости от реальных потребностей фирмы.

К недостаткам функционирования внутрифирменного рынка труда по отношению к работодателю можно отнести: ограниченный выбор работников, а также относительно высокие затраты на повышение их квалификации при определенных обстоятельствах и др. Слишком тесные взаимоотношения внутри коллектива могут привести к разногласиям между субъектами такого рынка, в результате чего наблюдается возможное снижение активности персонала [2].

Существование внутрифирменных рынков труда обеспечивает необходимую гибкость и стабильность в деятельности предприятия. В то же время трудовая мобильность является важной характеристикой самого работника, формой проявления накопленного человеческого капитала, показателем конкурентоспособности индивида на рынке труда. В целом эффективное функционирование ВРТ – это хорошая возможность для карьерного роста сотрудников и важная составляющая успешной организации.

Список литературы:

1. Егоршин А.П. Основы управления персоналом: учеб. Пособие / А.Г. Воронин. М.: ИНФРА-М, 2011. – 128 с.
2. Мазин А.Л. Сегментация рынков труда: внутренние и профессиональные рынки. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.elitarium.ru> (дата обращения 25.11.2014).
3. Механизм внутрифирменного рынка труда [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://studopedia.org/8-10828.html> (дата обращения 21.11.2014).
4. Нестерова Д.В. Внутрифирменная трудовая мобильность: к вопросу о функционировании внутрифирменных рынков труда. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.migha.ru> (дата обращения 24.11.2014).
5. Одегов Ю.Д., Руденко Г.Г. Экономика труда. М.: Волтерс-клуб, 2011. – 225 с.

АНАЛИЗ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА НИЖНЕВАРТОВСК

Чередниченко Анастасия Николаевна

E-mail: nastya80695@mail.ru

Пучкова Лилия Сергеевна

студенты 3 курса, кафедра коммерции и менеджмента ФГБОУ ВПО НВГУ,

РФ, г. Нижневартовск

E-mail: Merkotyn86@mail.ru

Тагирова Асет Вахаевна

научный руководитель, ассистент, кафедра коммерции и менеджмента

ФГБОУ ВПО НВГУ,

РФ, г. Нижневартовск

Рынок труда является неотъемлемой частью системы экономических отношений, так как именно он обеспечивает соприкосновение интересов трудоспособного населения и работодателей. С помощью механизма рынка труда формируются уровни занятости населения и оплаты труда.

Анализ рынка труда представляет собой процесс получения наиболее актуальной информации в определенный период времени. Основопологающим моментом является анализ сложившейся экономической ситуации в регионе и её влияние на рынок труда.

Экономический кризис всегда нарушает общественные отношения, что в свою очередь отражается на рынке труда. В первую очередь экономический спад становится причиной временной приостановки работ, снижения уровня заработной платы, многочисленных увольнений, «принудительно-добровольного» предоставления отпусков без сохранения заработной платы, переводов на другую работу, смены режимов работы без согласия работников [4, с. 96]. Конечно, нельзя утверждать, что всё это коснется сразу всех городов страны. Важно учитывать социально-экономические, демографические и другие особенности города и проследивать изменения, происходящие с ним, в динамике.

Анализ рынка труда конкретного города, как и любых других отраслей, необходимо проводить в сравнении с данными по региону. Именно поэтому для начала проследим и оценим ситуацию, сложившуюся на рынке труда Ханты-Мансийского автономного округа, а затем на его фоне выделим особенности рынка труда города Нижневартовск.

На занятость в ХМАО неизбежно влияют социально-экономические процессы, происходящие в стране. Огромная территория, пестрый состав населения, его слабая мобильность привели к возникновению ряда относительно автономных региональных рынков труда.

Так, современная ситуация на ханты-мансийском рынке труда, сложилась под влиянием экономических факторов и комплекса мер, проводимых в регионе в рамках программ по содействию занятости населения. Для начала проследим изменение численности населения ХМАО за период с 2010 по 2015 год (рисунок 1).

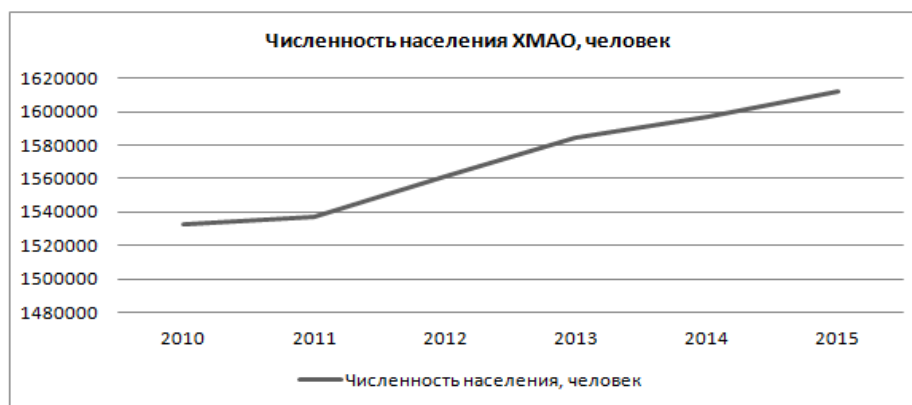


Рисунок 1. Изменение численности населения ХМАО

По данным можно проследить постоянный рост численности населения за последние 6 лет (прирост на 79833 человек). Эта динамика отражает положительный характер развития региона.

По данным Росстата, численность экономически активного населения Ханты-Мансийского автономного округа – Югры в среднем за 2015 года составила 911,0 тыс. человек, что на 6 тыс. человек меньше, чем в предыдущем

году (917,0 тыс. человек). В их числе 872,3 тыс. человек были заняты в экономике и 38,8 тыс. человек – безработные (во 2 квартале 2014 года – 871,7 тыс. чел. и 45,2 тыс. чел. соответственно).

Югра входит в число субъектов Российской Федерации с минимальным значением уровня регистрируемой безработицы. Уровень безработицы в среднем за 2015 года составил 4,3 % от численности экономически активного населения, что на 0,6 процентных пункта ниже, чем в аналогичном периоде 2014 года (4,9 %). Анализируя ситуацию на рынке труда ХМАО необходимо учитывать коэффициент напряженности.

Коэффициент напряженности на регистрируемом рынке труда определяется как отношение численности незанятых граждан, обратившихся в органы службы занятости населения за содействием в поиске подходящей работы, в расчете на одну заявленную вакансию, т. е. определяется соотношение спроса и предложения на рабочую силу [5, с. 270]. Для ХМАО этот коэффициент равен 0,5 человек на 1 вакансию на 01.07.2015, что выше аналогичного показателя прошлого года (0,2). Это значит, что на каждого обратившегося приходится 2 вакансии.

В 1 полугодии 2015 года в органы службы занятости населения Югры за содействием в трудоустройстве обратилось 27101 человек, что на 33,5 % больше, чем в аналогичном периоде 2014 года количество которого составило 20304 человек (рисунок 2).

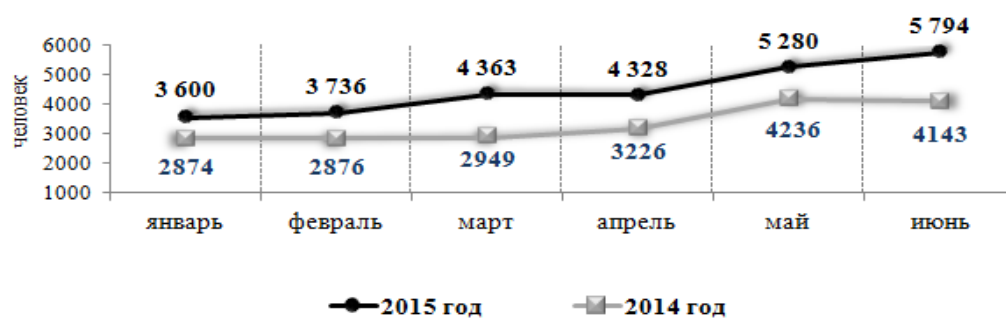


Рисунок 2. Динамика численности граждан, обратившихся в органы службы занятости населения автономного округа за содействием в поиске подходящей работы в отчетном месяце

В целом для рынка труда округа характерна краткосрочная безработица. Период безработицы у 57,3 % безработных граждан, зарегистрированных в органах службы занятости населения на 01.07.2015, продолжался до 4-х месяцев. Один год и более ищут работу 4,4 % безработных (застойная безработица). Наибольшая доля граждан, ищущих работу более года зафиксирована в Ханты-Мансийском районе (14 %).

На рынок труда основное влияние оказывает нестабильная экономическая ситуация в стране. Об осложнении ситуации на предприятиях округа свидетельствует снижение спроса на рабочую силу у работодателей. Также одной из причин является изменение миграционного законодательства, которое не предусматривает обязанности работодателей предоставлять сведения о вакансиях в органы службы занятости при наличии потребности в иностранных работниках.

Рынок труда в Нижневартовске имеет свои особенности в силу экономического и географического положения, разветвленной промышленной сетки и развитой транспортной системы. В связи с тем, что рынок труда представляет собой неотъемлемую и органичную часть любой реально действующей рыночной системы, необходим его постоянный анализ.

В 2015 году в городе Нижневартовск был зарегистрирован сравнительно невысокий уровень безработицы, что типично для данной местности. На 01.07.2015 он составил 0,13 %, в соответствующем периоде предыдущего года 0,11 %. Это не превышает средние показатели других городов района за 2015 год. Средняя продолжительность регистрируемой безработицы по Нижневартовску составляет порядка 3,8 месяца. Это относительно невысокий показатель по округу. В целом средняя продолжительность безработицы ХМАО составляет 4,3 месяца.

Интересным феноменом Нижневартовского рынка труда считается сдержанный рост безработицы в кризисный период. Так мы можем наблюдать сохранение занятости при снижении зарплат, вместо сохранения зарплат и снижения занятости. Этим же обычно объясняется быстрый рост заработной

платы по окончании очередного кризиса, не соответствовавший росту производительности и росту самой экономики.

Экономический спад в 2014–2015 годы обусловлен отсутствием факторов устойчивого экономического роста и неблагоприятным инвестиционным климатом. Всякие экономические кризисы, сопровождающиеся спадом производства и не зависящие от причины возникновения кризиса, приводят к падению покупательского спроса и недостаточного количества у предприятий денежных средств для реализации различных проектов. При этом производители вынуждены экономить и сокращать свое производство, а также использовать один из самых популярных способов экономии – сокращение рабочего персонала. Основная часть организаций Нижневартовска признается, что новых сотрудников нанимать не собирается. Они предпочитают тратить средства на развитие уже имеющегося персонала, если возникнет необходимость. Сложная экономическая ситуация заставляет работников крепче держаться за свои рабочие места.

Нестабильная ситуация в городе заставляет многих людей искать работу не только своими силами, но и обращаться в службу занятости населения. Так, за I полугодие 2015 года в городе Нижневартовск 2160 человек обратилось в службу занятости. Данный показатель практически в 2 раза превышает показатель аналогичного периода прошлого года, который составил 1206 человек. Эти данные свидетельствуют об ухудшении ситуации на рынке труда и об озабоченности населения в поиске работы. Однако стоит заметить, что данная ситуация характерна не для всего округа в целом. Анализируя ситуацию на рынке труда ХМАО необходимо также учитывать коэффициент напряженности (таблица 1).

Коэффициент напряженности на одну вакансию

Наименование муниципального образования	Коэффициент напряженности, человек/ на одну вакансию	
	на 01.07.2015	на 01.07.2014
г. Нижневартовск	0,2	0,1
Нижневартовский район	0,4	0,3
Всего по округу	0,5	0,2

По данным таблицы видно, что по итогам I полугодия 2015 г. наблюдается увеличение коэффициента напряженности. При анализе рынка труда необходимо проследить политику занятости, характерную для данного города. Существует три основных варианта реализации политики занятости. Первый – пассивный – предполагает выплату пособий безработным гражданам и предоставление им простых услуг по поиску работы через государственную службу занятости. Второй – умеренно пассивная политика – тоже включает материальную поддержку безработных, но сюда включены более разнообразные услуги [1; 12]. По-нашему мнению, для города Нижневартовск наиболее подходящим является третий вариант политики занятости – активный. Он включает действия, связанные с предупреждением и профилактикой увольнений работников, чтобы сохранить рабочие места; обучение, переподготовку и повышение квалификации трудоспособного населения; активный поиск и подбор рабочих мест; финансирование создания новых рабочих мест; организацию новых рабочих мест через систему общественных работ. Безусловно, полностью исключать пассивные меры нельзя. Важно подобрать оптимальное соотношение между ними.

Одним из главных инструментов регулирования занятости являются целевые программы развития человеческих ресурсов. Особое внимание уделяют профессиональному обучению, подготовке и переподготовке кадров [2, с. 30].

Доля граждан, приступивших к профессиональному обучению, в общей численности безработных граждан выросла относительно аналогичного показателя 2014 года (7,3 %) и составляет 10,3 % по итогам 1 полугодия 2015 года. В разрезе муниципальных образований округа наибольшая доля зафиксирована в г. Пыть-Яхе (17,4 %), г. Нижневартовске (17,1 %). Эта тенденция положительно влияет на совокупное состояние рынка труда Нижневартовска и свидетельствует о готовности людей к активным мерам против безработицы.

Но, к сожалению, существуют и отрицательные стороны, характерные для региона в целом и конкретно для города. В 1 полугодии 2015 года доля безработных граждан, получивших услугу по социальной адаптации на рынке труда, в общей численности безработных граждан осталась на уровне прошлого года и составила 9,4 %.

В Нижневартовске отмечается одна из самых низких доля граждан, получивших услугу по социальной адаптации (6,4 %).

В целом, проведя анализ рынка труда города Нижневартовск, мы выявили наличие отрицательных тенденций развития в сравнении с предыдущими годами. Это неразрывно связано с влиянием экономического кризиса. Постоянно меняющаяся ситуация в современной экономике напрямую сказывается на рынке труда. Поэтому необходимо разрабатывать стратегии по снижению безработицы, которые благоприятно скажутся на стране в целом.

Список литературы:

1. Бочарова И.Ю. Снижение длительной безработицы и программы профилирования/И.Ю. Бочарова // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – № 25. – С. 11–13.
2. Маслова И. Прогнозы безработицы и корректировка политики занятости /И. Маслова // Человек и труд. – 2010. – № 6. – С. 29–31.
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения 18.10.15).
4. Рощин С.Ю. Экономика труда: экономическая теория труда: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2009. – 193 с.
5. Экономика труда: Учебник / Под. ред. П.Э. Шендлера и Ю.П. Кокина. – М.: Юрист, 2011. – 386 с.

СЕКЦИЯ 3. РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

ЮЖНОКОРЕЙСКИЕ ТНК: ИСТОРИЯ ВЫХОДА НА РЫНКИ АТР

Киреева Александра Александровна
студентка 1 курса магистратуры, кафедра мировой политики НИ ТГУ,
РФ, г. Томск
E-mail: kirsashik@mail.ru

Андропова Лариса Александровна
научный руководитель, канд. ист. наук, доцент кафедры востоковедения
НИ ТГУ,
РФ, г. Томск

Транснациональные корпорации (ТНК), как субъекты мировой экономики, участвуют в процессах международного разделения труда, международного движения капитала и технологий, способствуют расширению и углублению экономических взаимосвязей между странами и усилению их экономической взаимозависимости. Транснациональные корпорации действуют прежде всего на основе прямых инвестиций. Основными экспортерами прямых иностранных инвестиций были и до сих пор остаются развитые страны. Однако в последние десятилетия в экспорте капитала повысилась роль развивающихся стран. Увеличение экспорта прямых инвестиций из развивающихся стран происходило с 1970-х гг. В начальный период лидировали страны Латинской Америки, а с середины 1980-х гг. – страны Восточной и Юго-Восточной Азии. Основными странами-экспортерами капитала были Южная Корея, Тайвань, Китай, Сингапур. В 1990-х гг. на страны Восточной и Юго-Восточной Азии пришлось более 49% зарубежных инвестиций развивающихся стран [5, с. 86].

В 1980–1990-х гг. важную роль в экспорте капитала в соседние страны Азии стали играть новые индустриальные страны первого эшелона – Тайвань, Сингапур, Республика Корея, Гонконг. Экспорт капитала был связан с перемещением трудоемких производств в страны с более дешевой рабочей

силой по мере повышения технологического уровня промышленности стран НИС первой волны. Внутрорегиональные инвестиции стали одним из факторов индустриализации, модернизации и ускоренного экономического развития всего Азиатско-Тихоокеанского региона.

В настоящее время Южная Корея – это страна с развитой экономикой с высокими макроэкономическими показателями: на 2014 год общий объем ВВП составил 1 410 млрд. долларов, ВВП на душу населения – 24 565 долларов, а рост ВВП составил 2,6 % [9]. При этом общий объем экспорта и импорта, согласно данным на сентябрь 2015 года, составил 43 507 млн и 34 560 млн долларов [9] соответственно. Более 60 % ВВП и около 70 % экспорта страны [7, с. 172] приходится на долю финансово-промышленных групп (ФПГ), т. е. чеболь. Чеболь – это конгломерат или суперкорпорация, представляющая собой группу формально самостоятельных фирм, находящихся в собственности определенной семьи или клана под единым административным и финансовым контролем, и характеризующаяся высокой степенью диверсификации бизнес структуры.

Возникновение и становление чеболь обычно связывают с деятельностью генерала Пак Чон Хи, пришедшего к власти в Южной Корее после переворота 1961 года. Однако многие южнокорейские компании, которые сейчас осуществляют свою деятельность на международном уровне и входят в список 100 крупнейших ТНК, возникли ещё в 1930-е–1940-е гг. Например, торговая компания Samsung Trading Co была основана в 1938 г, а компания LG вошла на южнокорейский рынок в 1946 г. Тем не менее, именно успешная политика экономического развития, предпринятая президентом Пак Чон Хи, поспособствовала быстрому росту южнокорейских компаний, выходу на уровень международной торговли и дальнейшему их становлению как транснациональных корпораций. Во время первого и второго пятилетних планов экономического развития был взят курс на создание сначала импортозамещающей, направленной на производство потребительских товаров краткосрочного пользования, сырья и полуфабрикатов, а впоследствии

экспортоориентированной экономики. Ориентация на экспорт стала основным и, согласно заявлениям южнокорейского правительства, единственно верным направлением развития экономики, которое должно обеспечить стране переход от «догоняющей модели развития» к модели «ускоренного экономического развития» [4, с. 34]:

Задача по развитию южнокорейского экспорта была возложена на молодые, развивающиеся компании. В рамках политики экономического развития чеболь получали различную материальную и финансовую поддержку: компаниям, выпускающим продукцию на экспорт, предоставлялись существенные скидки на покупку оборудования и комплектующих, они освобождались от таможенных пошлин на импорт сырья, оборудования и промежуточных товаров. Были учреждены специальные фонды среднесрочного и долгосрочного кредитования, компаниям был обеспечен льготный доступ к иностранным инвестициям. Однако взамен компании должны были в своей деятельности ориентироваться на нужды государства, выпуская продукцию, которая бы способствовала росту южнокорейского экспорта.

В условиях экспортоориентированной экономики чеболь, как основные производители экспортной продукции, стали расти огромными темпами, увеличивая свою долю в ВВП страны. Чеболь стали играть ключевую роль в развитии промышленности и заняли доминирующее положение в национальной экономике. Доля в ВВП ведущей пятерки чеболь: Samsung, Hyundai, Daewoo, LG, Ssang Young, составляли к 1970-м гг. около 15 %, а к 1980-м гг. около 55 % [6], что составило больше половины ВВП Южной Кореи.

Ориентация на экспорт, государственная поддержка отечественных промышленных компаний наравне со стремлением чеболь к дальнейшему росту, за счет освоения сначала новых сфер экономики в Корее, затем зарубежных рынков и впоследствии постепенного осуществления прямых иностранных инвестиций, подтолкнула частный сектор Южной Кореи вперед, к становлению корейских транснациональных корпораций. Например, Южнокорейский экспортно-импортный банк начал предоставлять кредиты

компаниям, осуществляющим иностранные инвестиции. Размер кредита мог достигать 80 % от планируемых финансовых вложений. Правительство предоставляло налоговые льготы для компаний, осуществляющих иностранные инвестиции, а также позволило не платить некоторые корпоративные налоги в случае их уплаты в принимающей стране.

В начале 1970-х гг. южнокорейские компании начали направлять свои первые инвестиции за рубеж, в частности в страны Азиатско-Тихоокеанского региона, а в 1980-х гг. направили свою деловую активность на резкое расширение экспортного потенциала и освоение новых внешних рынков сбыта. К этому моменту южнокорейские компании обладали прочной базой накопленных знаний, финансовых стратегий и связей на мировом рынке и были источником экономической мощи и непрерывного экономического развития Южной Кореи. Samsung, Hyundai, LG, Daewoo и другие компании во время экономического бума в 1960-е–1970-е гг. заложили основу для дальнейшего выхода страны на мировые рынки. Компании, занимающиеся строительством, производством электроники и электротехники, полупроводников, а также автомобилестроением, стали транснациональными в своих сферах деятельности.

В 1980-е гг. в рамках транснациональной вертикальной интеграции чеболь за пределами Южной Кореи были организованы центры производства компонентов, узлов, добычи сырья, а также центры сбыта продукции. Суммарный объем контрактов, заключенных Республикой Кореей в это время, на содержание объектов за рубежом, поставки комплексного оборудования, а также на оказание инжиниринговых услуг составил 71,4 млрд долларов [4, с. 79]. Компания SsangYong в 1986 году начала экспорт автомобиля SsangYong Korando в Японию, компания Daewoo Electronics вышла на европейские рынки, расширило свое присутствие в латиноамериканских странах и странах Азиатско-Тихоокеанского региона: осуществило постройку широкопрофильного завода по производству техники в Мьянме (1991 г.), по производству компонентов во Вьетнаме (1993 г.), по производству стиральных машин в Малайзии (1995 г.) [1]. Компания Samsung в 1992 г.

запустила производство своей продукции в Китае [8]. Hyundai Motor с 1983 года открыла филиалы и дочерние производственные предприятия в Мексике и США. В 1989 г. продажа модели Hyundai Excel за пределами Южной Кореи достигла 1 миллиона экземпляров, а в 1994 г. количество выпускаемых в год автомобилей превысило 1 миллион единиц [10].

В 1996 году суммарный объем товарооборота 30 крупнейших чеболь Южной Кореи составил около 70 % ВВП страны. В свою очередь объем продаж 10 ведущих чеболь в середине 1990-х годов составил около 300 миллиардов долларов, что составило около 83 % совокупного товарооборота 30 крупнейших финансово-промышленных групп Республики Корея. Более того, в этот период удельный вес 10 ведущих ФПГ Республики Корея достиг более 1/3 общего объема промышленного производства и примерно 1/4 внешнеторгового оборота страны [2, с. 29]. Согласно оценкам зарубежных экспертов, в середине 1990-х гг. 30 самых крупных корпораций Южной Кореи развивались в два раза быстрее, чем экономика страны в целом. Рост количества филиалов и дочерних предприятий достиг рекордных показателей. Например, в 1996 году количество подконтрольных предприятий 30 ведущих ФПГ Южной Кореи составило 669 единиц с совокупной стоимостью активов в 339,8 млрд долларов, а уже в 1997 году эти показатели составили 819 единиц и 409,8 млрд долларов соответственно [2, с. 28].

Один из наиболее важных факторов огромного успеха южнокорейских компаний также состоит в том, что транснациональные корпорации в своей деятельности придерживаются следующих основных принципов:

1. Как можно чаще обновлять номенклатуру выпускаемых изделий;
2. Выпускать на рынок товар, пользующийся наибольшим спросом покупателей в данный момент времени;
3. Выпускать инновационную продукцию;
4. Инвестировать в НИОКР.

В настоящее время 15 компаний, которые входят в список 500 крупнейших ТНК, осуществляющих около 90 % всех прямых иностранных инвестиций

и около половины мировой торговли, базируются в Южной Корее [7, с. 172]. Компании Samsung Electronics, LG, Hyundai Motor, SK, Korea Electric Power и Samsung Trading Co входят в число 50-ти крупнейших корпораций Азии. ТНК Южной Кореи являются важным элементом региональной экономики АТР, за счет осуществления прямых иностранных инвестиций способствуют развитию экономики развивающихся стран региона и их модернизации, а также повышают внутрорегиональную конкуренцию, тем самым подталкивая другие страны АТР выпускать более качественную и высокотехнологичную продукцию, а также повышая инвестиционную привлекательность региона.

Список литературы:

1. Официальный сайт Dongbu Daewoo Electronics Россия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: daewoo-electronics.ru (дата обращения: 20.11.2015).
2. Сергеев П. Республика Корея. О «бедном» чеболе замолвите слово. Часть 1 // Азия и Африка сегодня, – № 002, – 2001. – С. 27–32.
3. Сергеев П. Республика Корея. О «бедном» чеболе замолвите слово. Часть 2 // Азия и Африка сегодня, – № 003, – 2001. – С. 24–28.
4. Суслина С.С. Республика Корея на постиндустриальной стадии развития. – М.: ВОСТОЧНАЯ ЛИТЕРАТУРА РАН, 1997. – 225 с.
5. Цветкова Н.Н. Транснациональные корпорации и транснациональные банки из стран востока // Восток. Афро-азиатские общества: история и современность, – № 5, – 2012. – С. 85–98.
6. Chaebol: Корея: страна и люди: Авторские проекты на Восточном портале [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: lankov.oriental.ru/chebol.shtml (дата обращения: 20.11.2015).
7. Chan Jin Kim. Economic Development and Law in Korea. - Seoul: The Catholic University of Korea Press, 2009. – 300 p.
8. SAMSUNG 대한민국 (Самсунг тэханмингуг) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: www.samsung.com/sec/home/ (дата обращения: 20.11.2015).
9. South Korea | Economic Indicators [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: www.tradingeconomics.com/south-korea/indicators (дата обращения: 20.11.2015).
10. Hyundai Motor Company's Worldwide Website [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: http://worldwide.hyundai.com/WW/Main/index.html (дата обращения: 20.11.2015).

СЕКЦИЯ 4. РЕКЛАМА И PR

PR FOR ПИАРИУМ

Листовская Екатерина Максимовна
студент 1 курса Международного финансового факультета,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва
E-mail: Listovskaya_ekt@outlook.com

Жук Софья Сергеевна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, Финансовый университет
при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва

Сложно представить современный мир без маркетинга, ведь куда ни поверни голову, ни посмотри – везде реклама. Складывается впечатление, что скоро в таблице Менделеева ряды «главных» элементов пополнит PR (пиариум), который в будущем будет включён в химический состав воздуха. Реклама для общества потребления стала ключевым аспектом жизни, так как само потребление растёт быстрее человеческих потребностей и провоцируется, диктуется обществом. Центр тяжести переносится из сферы духовной, в сферу материальную. Человек, его сознание и этика – эволюционируют. А посредством денег, человек попадает в своего рода «тиски потребления». Люди становятся 'фанатиками', потребляя те или иные блага, не на основе потребностей, а на основе возможностей. С какой-то стороны маркетинг также затрагивает проблему двойственности свободы человека в современном мире. Борясь за неё, человек каждый день от неё же и отказывается. Этаким парадокс человеческого устройства, который был великолепно описан Э. Фроммом [2]. Это подобно синдрому маленького ребёнка слушаться своих родителей, с целью самозащиты на уровне подсознания. Возникает стремление отказаться от своей индивидуальности – слиться с окружающим миром и раствориться в нём. В этом случае, реклама оказывает людям услугу, пропагандируя

всевозможные лейблы. А с другой стороны, с помощью рекламы, люди повсеместно превращаются в заикленных «лэйбл-манов». Поколение «Р» настолько сошло с ума, что два одинаковых свитера из качественной шерсти (возьмём к примеру 50 % шерсть мериноса и 50 % кашемира) могут отличаться в «парочку» тысяч из-за лейбла Dior на одном из них.

Можно утрировать и рассмотреть обычный день необычной девочки:

<.....Что же надеть на обед? Красное от Chanel или черное от Dior ? Ведь придут гости, как бы не «упасть лицом в грязь». (Спускаюсь) о, наша служанка Мари снова в этой кофточке, и как ей ходить в таком не стыдно? Слава богу, что ест она на кухне. (Сажусь за стол) вот папа произносит речь и благодарит всех, кто составил нам компанию за нашим обедом, к слову сказать, у нас не праздник), это просто очередной обед в компании бизнес-партнеров отца и болтливых подружек матери. Подают напитки. Как же я благодарна что не родилась в обычной семье! – для них хрустальные бокалы не ведомы. Как не золотые приборы? Почему серебряные? Это же обед, а не завтрак! Надо уменьшить ей жалование. Ну, слава богу, хоть приборы правильно разложила, не краснеть же перед гостями. Принесли салаты, скажу вам честно, сегодня шеф превзошел себя! 7 салатов и каждый оформлен по-своему уникально).

Я не доела, и опять эта Мари смотрит на меня, как будто я преступление совершила. Помню как за завтраком, когда я снова недоела завтрак и решила сама его выбросить (я, право, не знаю, что на меня нашло, – это же дело прислуги) она процедила мне сквозь зубы: – "хоть бы кошкам отдала!"

Принесли влажные полотенца с запахом лаванды – наша традиция релаксации перед десертом. После этого нам всем разлили Dom Pérignon по бокалам, десерт подали на заказ – я выбрала горячий брауни с молекулярно-сделанным под него клубничным соусом и шариком мороженого.

Кстати, на ужин как всегда едем в Пушкинъ. И почему отец не может отвезти нас в Париж?>

Основной смысл в том, что в условиях общества потребления (или поколения «пи», как назвал его В. Пелевин [1]) интеллектуальная часть мозга

людей деморализует, и мы превращаемся в типичных «потребителей, одержимых внешней атрибутикой преуспевания», а посредством этого, PR сейчас концентрирует в своих невидимых руках огромную часть власти. И ресурсы, и средства влияния его на общество бездумных потребителей, уверовавших в то, что кофе в стаканчиках Starbucks – это и есть их жизнь – огромно. Рекламу в условиях постиндустриального общества можно сравнить с поэзией по назначению и с сайтом 18+ по содержанию.

Проблема состоит в том, что люди, озабоченные сбором «зелени» – разучились думать. Они привыкли к тому, что общество потребления «сожрёт» все, лишь бы оно было красиво упаковано. Конкуренция производителей стала заключаться в том, кто лучше упакует, а не произведёт. И реклама следует этому принципу, потакая производителям. Современная деморализация очень хорошо отражена во всем известной рекламе Twix. Одинаковые палочки, с разницей лишь в том как льётся карамель. И хорошо, когда эти палочки заключены в одну золотистую упаковку и не «конкурируют» между собой.

На какие только уловки не идут производители, чтобы привлечь внимание покупателей. Есть такой забавный маркетинговый ход: «не понравится – и мы вернём вам деньги» Всегда хотелось узнать, этим хоть кто-то когда-то занимался? И что именно производители понимают под этим «мы»? Может, проекцию на человекоподобных роботов Замятина, напрочь застрявших в своих экранчиках?

Однако рассмотрим столь нашумевшую историю с молочными коктейлями в Германии: обычные молочные коктейли с различными вкусами с далеко не обычными обертками. На каждом – девушки в стиле пинап 1950-х, и они, как глаголет новостная лента: «обнажены гораздо меньше, чем разрешают современные стандарты телевидения и рекламных объявлений». Но и этим не обошлось, к коктейлю «с шоколадной мулаткой» привязали расизм. Наверное, вспомнили старую рекламу мыла Pears “you dirty boy!”. И это весьма забавно, ведь молоко (в случае с немцами – у шоколадного коктейля) не белое,

соответственно, маркетинговый ход весьма логичен и понятен, однако, увы не всем.

Люди по всему миру начали обвинять немцев в сексизме. Для интереса заходим на страничку в Facebook: 13.000 ответов за «оставьте немцев в покое», и только 3000 – «не будем это покупать». Возвращаясь к молоку: зачем? Зачем производителям было использовать данный прием? - А вы не поймали себя на мысли, что хочется загуглить эти коктейли, если не купить хоть один? Вот вам и ответ. Без скандала - нет пиара. Такова реальность. Но правильно ли это?

В данном случае уместно вспомнить притчу о двух бочках, мораль которой сводится к тому, что «пустая сильнее гремит». Но у нас в мире «греметь» будет уже любая, а если она гремит без скандала, и если, не дай Бог, она не черного цвета с белым содержимым и не пропагандирует «сотку за крутость» – всё, проект провален.

Отчасти Чак Паланик писал свой роман об этом. Роман-вызов поколению, которое забыло где добро, а где зло; что можно, а чего нельзя. Роман «вопреки» озлобившемуся роду людей, напрочь забывшему, кто он, что его окружает и для чего он существует. Мы настолько привыкли к миру "Generation P", что перестали даже задумываться о нормальности происходящего.

Неудивительно, если в скором времени появится реклама того же Malboro, где человек в дорогом костюме и элитных Rollex будет использовать вместо зажигалки пыль от ракет, пущенных на какой-либо объект. И опять начнётся: 30 % за «шапкозакидательство», 60 % за «молодцы, креативно, и вообще пора выжигать их белым солнцем пустыни», и ещё 10 % проиграют в компьютерные игры или будут слишком заняты жеванием галстуков, чтобы придавать этому какое-либо значение.

Однако продажи этих сигарет взлетят до небес, а правительство все также будет увеличивать шрифт «Курение вредно для здоровья» и клеить всякие заболевания на упаковки, ведь запретить курение совсем и спасти людей от них самих – невозможно, придётся легализовать продажу стимуляторов и депрессантов (но это уже другая история).

На самом деле странно осознавать факт того, что выход за рамки морали стал одним из самых популярных методов в маркетинге. Нормально ли это? Вспомним для чего, по идее, был создан маркетинг: рассказывать людям об отличительных качествах, о прекрасном в том или ином продукте, т. е. рассказать о красоте. Невольно вспоминаются строки:

Что есть красота?

И почему ее обожествляют люди?

Сосуд она, в котором пустота,

Или огонь, мерцающий в сосуде?

Накладываем непосредственно на нашу тему, и получаем:

Так что есть реклама, господа?

И почему её обожествляют люди?

Лишь пыль она, в которой пустота?

Или огонь для повести о чуде?

Я верю в то, что люди должны воспринимать рекламу как искусство. Искусство подчеркнуть достоинства продукта, а не выдумать их. Ведь и так понимание подсознания научило людей более скептически относиться к происходящему во внешнем мире, научив не верить словам, по крайней мере, не всегда принимать их за чистую монету.

Каждая реклама, как маленькая история. Она должна быть прекрасна и тверда как сталь, чтобы ни у кого не осталось сомнений, что им нужен этот продукт. Стоит подчеркнуть, что именно «нужен», а не «я могу себе это позволить» или «это подчеркнёт мой социальный статус».

Но кто, всё таки, виноват в том, что реклама из «искусства» превратилась в подспудное средство формирования общества потребления и оказания непосредственного влияния на деморализацию мира в целом? Безусловно, основная доля вины лежит на производителях, желавших «впихнуть» свой товар чего бы не стоило.

Однако стал бы пекарь печь пироги без уверенности в том, что их благополучно купят и съедят? В первый раз, возможно, и попробовал

бы ради интереса, но сгнив, они не принесли бы дохода, а значит, причин печь их – не стало бы. Т. е. (утрируя) в том, что пекарь печёт – «виноват» не только пекарь, но и любители его кухни. Разумеется, всегда проще съесть пироги, чем задуматься о том, что это вредно для фигуры и исключить их из своего питания. Но когда-нибудь это придётся сделать.

P.S. Неужели существу, способному создать матрицу и заблудиться в ней, не хватит интеллекта из неё выйти?

Список литературы:

1. Пелевин П.В. Generation "П" – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2015. – 320 с. – (Азбука-классика).
2. Фромм, Эрих "Escape from freedom" [пер. с англ Г. Швейник]. – М.: Издательство АСТ, 2015. – 288 с. – (Эксклюзивная классика).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОНЛАЙН- И ОФЛАЙН-ТЕХНОЛОГИЙ ПРОДВИЖЕНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА

Хохлова Анна Константиновна

*студент 3 курса, кафедра связей с общественностью МГЛУ,
РФ, г. Москва*

Email: anukhokhlova@yandex.ru

Жеглова Юлия Генриховна

*научный руководитель, канд. политических наук, зав. кафедрой связей
с общественностью МГЛУ,
РФ, г. Москва*

Малый бизнес – одна из опор рыночной экономики. Однако малые предприятия часто сталкиваются с проблемой сохранения позиции на рынке в условиях соперничества с крупными конкурентами. Поэтому предпринимателю крайне важно вести грамотное PR-сопровождение деятельности организации. Таким образом, одна из основных проблем малого бизнеса – продвижение. Проблема заключается в том, что малый бизнес ограничен и в денежных, и в человеческих ресурсах. Малые предприниматели, как правило, используют дешевые или бесплатные методы продвижения своих организаций, одними из которых являются онлайн-методы. Именно поэтому исследование особенностей PR-активности малого бизнеса в сети Интернет крайне **актуально**.

Основываясь на определении, данном в Федеральном законе Российской Федерации от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и Постановлении Правительства Российской Федерации от 13 июля 2015 года № 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства», в рамках данной работы под **малыми предприятиями** мы будем понимать индивидуальных предпринимателей (ИП) и коммерческие организации, на которых в течение предыдущего календарного года трудилось не более 100 работников, годовой доход составил не более 800 млн. рублей, суммарная доля участия Российской

Федерации, субъектов Российской Федерации, муниципальных образований, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов в уставном капитале которых не превышает 25 %, а суммарная доля участия иностранных юридических лиц, суммарная доля участия, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 45% каждая. Соответственно, **малое предпринимательство** (малый бизнес) мы рассматриваем как совокупность малых предприятий, действующих на рынке.

Предпринимательство в масштабе малого бизнеса обладает рядом качественных особенностей, которые определяют особенности его продвижения.

В первую очередь стоит отметить единство права собственности и непосредственного управления предприятием.

Вторая характеристика – так называемая обзримость предприятия: ограниченность его масштабов вызывает особый, личностный характер отношений между предпринимателем и персоналом. Это, как правило, приводит к тесному взаимодействию предпринимателя и сотрудников, что влечет за собой более точное выполнение указаний и большую производительность труда.

Третья характеристика – относительно небольшие рынки ресурсов и сбыта. Данная особенность позволяет выявить узкую рыночную нишу предприятия, что, в свою очередь, позволяет довольно четко определить целевую аудиторию информационного воздействия.

Четвертая – персонифицированный характер отношений между предпринимателем и клиентами. Эта характеристика дает малому бизнесу большое преимущество перед крупными предприятиями, т. к. согласно многочисленным психологическим исследованиям тесное общение с клиентами увеличивает их лояльность.

Пятое – ключевая роль руководителя в жизни предприятия.

Наконец, шестая особенность связана с характером финансирования. Малые предприятия полагаются на сравнительно небольшие кредиты банков, собственные средства и «неформальный» рынок капиталов (деньги друзей, родственников и т. д.).

Из перечисленных выше особенностей малого предприятия вытекают особые технологии его продвижения. Условно их можно разделить на офлайн- и онлайн-технологии.

К онлайн-методам продвижения относятся ведение аккаунтов в социальных сетях, общение с целевой аудиторией на форумах и в блогах, разработку и регулярное обновление веб-сайта, Интернет-рекламу, публикации в Интернет-СМИ и т. д. К офлайн-методам относятся размещение рекламы и PR-сообщений в традиционных СМИ, наружная реклама, полиграфическая реклама, транзитная реклама, сувенирная продукция, почтовые рассылки, организация промо-мероприятий и т.д. Стоит отметить, что выбор тех или иных методов зависит от самого бизнеса, целевой аудитории, целей продвижения и географического положения предприятия. В нашем исследовании мы опираемся на бизнес, чья аудитория пересекается с аудиторией Интернета, т. е. ориентирована на людей в возрасте от 12 до 64 лет, имеющих доступ к глобальной Сети. Более того следует отметить, что эта аудитория будет увеличиваться с расширением географии проникновения Интернета, что происходит в настоящее время довольно быстро. Так, осенью 2013 года аудитория Интернета в России составляла 46 % (53,2 млн человек), а на сегодняшний день это число увеличилось на 7 %.

Сравнительный анализ позволяет установить, какие каналы коммуникации более эффективны и выгодны для малого бизнеса.

Первая характеристика, на которой мы бы хотели остановиться, – это концентрация на узком сегменте рынка. Как уже было сказано выше, малый бизнес отличается сравнительно малыми рынками ресурсов и сбыта. Соответственно, целевая аудитория информационного воздействия при PR-продвижении очень ограничена. При использовании традиционных методов

продвижения аудитория кампании будет обусловлена географическим положением предприятия. Однако, при использовании онлайн-технологий продвижения можно значительно расширить географию бизнеса. При этом, для выхода в Интернет и расширения целевой аудитории не требуется больше финансовых затрат, чем, например, на печать листовок или аренду рекламного щита.

Второе и очевидное преимущество Интернета, как канала коммуникации, – это его низкая стоимость. Исходя из приведенных нами особенностей малого бизнеса, мы можем утверждать, что финансирование малых предприятий довольно ограничено. Следовательно, предприниматель не может тратить достаточно средств на информационное сопровождение своей деятельности. Однако Интернет дает возможность использования дешевых или бесплатных методов продвижения. Среди традиционных методов продвижения бизнеса сложно найти эквиваленты столь эффективных и недорогостоящих технологий PR-продвижения.

Также Интернет дает малому бизнесу возможность оценки эффективности проводимой кампании без привлечения специализированных агентств. Эффективность применения офлайн-технологий продвижения определить довольно сложно, и до сих пор не существует единого мнения по поводу достоверности данных, получаемых в результате исследования эффективности традиционной PR-кампании. В Интернете оценить эффективность применяемых технологий гораздо проще, т.к. существует большое количество проверенных методик перевода количественных данных в качественные и наоборот, а также счетчики и программы, занимающиеся сбором количественных данных, как правило, находятся в свободном доступе и не требуют дополнительных затрат от предпринимателя.

Более того, Интернет позволяет малому бизнесу повысить свой авторитет и создать в сознании потенциальных клиентов представление о себе и своих сотрудниках как об экспертах в своей области. Потребители понимают, что большинство PR-статей в журналах или экспертных интервью на радио

и телевидении зачастую оплачены, поэтому целевая аудитория перестает доверять таким каналам коммуникации. Уровень же доверия покупателей материалам, представленным в Интернете, гораздо выше. Также, благодаря сетевой навигации потребитель может самостоятельно ориентироваться во всем массиве информации о компании без какого-либо давления со стороны. Все это позволяет покупателю, который основывается на своих личных ощущениях, выбрать именно ту компанию, которая будет внушать ему больше доверия и в большей степени удовлетворять его потребности. Поэтому при грамотном размещении информации и постоянной работе в сети Интернет, малое предприятие может встать на одну ступень с крупными предприятиями, которые уже зарекомендовали себя на рынке.

Еще одна возможность, которую Интернет предоставляет для продвижения малого бизнеса, – высокая скорость освещения PR-кампании. Запущенные кампании в сети Интернет мгновенно освещаются, т. е. потенциальные клиенты смогут увидеть кампанию гораздо быстрее, чем через другие каналы коммуникации.

Наконец, Интернет позволяет мгновенно вносить корректировки и обновления в стратегию продвижения с минимальными затратами. Применяя традиционные методы связей с общественностью, добиться такой гибкости практически невозможно.

На основе перечисленных нами отличий онлайн- и офлайн-технологий продвижения малого бизнеса мы составили сравнительную таблицу характеристик этих каналов. (См. Таблица 1).

В качестве примера успешного применения технологий Интернета в малом бизнесе, мы можем привести компанию «Фотоивенты Москвы Indigo». Фотоивент – это фотосессия, в которой участвуют несколько участников: фотографов и моделей. Организаторы фотоивента заранее определяют тематику и место фотосессии. Компания «Фотоивенты Москвы Indigo» была создана в 2013 г., но уже зарекомендовала себя, как один из лучших организаторов фотоивентов. В штат компании входит около 10 сотрудников. Продвижением

организации занимается непосредственно генеральный директор и менеджер по работе с клиентами. Особенностью данной компании является то, что в качестве канала коммуникации «Фотоивенты Москвы Indigo» используют исключительно социальные сети Instagram и Вконтакте.

Таблица 1.

Сравнительный анализ каналов коммуникации

Характеристика	Интернет	Традиционные каналы коммуникации
Целевая аудитория	Практически неограничена	Ограничена географическим положением
Стоимость	Недорого/Бесплатно	Дорого
Оценка эффективности	Может проводиться самостоятельно, без привлечения специалиста. Существуют проверенные методики расчета	Требует привлечения экспертов. Нет устоявшегося механизма расчета
Доверие целевой аудитории	Высокое	Низкое
Скорость освещения кампании	Высокая	Низкая
Гибкость	Высокая	Низкая

Источник: подготовлено автором

При общении с генеральным директором компании, нам удалось выяснить, что в 2013–2014 гг. 90 % клиентов было привлечено за счёт рекламы Вконтакте, в 2014–2015 гг. 50 % – за счет рекламы Вконтакте и 50 % – за счет «сарафанного радио». И наконец, как показывает статистика, во второй половине 2015 г. 20 % клиентов были привлечены за счет рекламы в Instagram, 30 % – за счет рекламы Вконтакте и 50 % – через «сарафанное радио». Указанные цифры говорят о том, что несмотря на отказ от традиционных каналов коммуникации, компания «Фотоивенты Москвы Indigo» довольно успешно наращивает свою клиентуру с помощью общедоступных технологий Интернета.

Таким образом, на основе проведенного нами сравнительного анализа, мы можем с уверенностью утверждать, что использование методов PR-продвижения в Интернете более эффективно и выгодно для малого бизнеса. На базе полученных результатов, мы можем предположить, что в ближайшее время малые предприятия будут все больше интегрироваться во всемирную

глобальную сеть, и, возможно, конкурентная борьба между крупными и малыми предприятиями перейдет в виртуальное пространство, где они смогут стать равноправными конкурентами. Тем не менее, исходя из особенностей Сети и сетевого восприятия, для малого бизнеса исключительно важны креативность, оригинальность и запоминаемость, иначе малое предприятие рискует быть незамеченным в потоке информации, поступающей от крупных компаний.

Список литературы:

1. Интернет в России: динамика проникновения. Осень 2013. Социологическое исследование // ФОМ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: fom.ru/SMI-i-internet/11288 (дата обращения: 07.11.2015).
2. Кеглер Т., Доулинг П., Тейлор Б., Тестерман Дж. Реклама и маркетинг в Интернете. Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2003. – 640 с.
3. Количество пользователей Интернета в России. Интернет в России и в мире: сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151 (дата обращения: 07.11.2015).
4. Малый бизнес: особенности и проблемы развития в современной России // реферат. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: <http://www.newreferat.com/ref-19003-3.html> (дата обращения: 30.10.2015).
5. Постановлении Правительства РФ от 13 июля 2015 года № 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_141973/ (дата обращения: 30.10.2015).
6. Успенский И.В. Интернет-маркетинг. Учебник. – СПб: Изд-во СПГУЭиФ, 2003.
7. ФЗ РФ от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=78618> (дата обращения 30.10.2015)
8. Шилина Марина Григорьевна. ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯ КАК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ СФЕРЫ. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора филологических наук. Санкт-Петербургский государственный университет, 2012. – 45 с.

СЕКЦИЯ 5. ЭКОНОМИКА

ВЫЯВЛЕНИЕ ФАКТОРОВ РИСКА МОШЕННИЧЕСТВА ПРИ ПРОВЕРКЕ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Абекова Айнура Кайраткызы

магистрант 1 курса, экономического факультета, НИ ТГУ,

РФ, г. Томск

E-mail: gka_akg@mail.ru

Комаревцева Лидия Васильевна

научный руководитель, доцент НИ ТГУ,

РФ, г. Томск

В статье приводится анализ основных положений Международного Стандарта Аудита (далее МСА) 240 «Ответственность аудитора по рассмотрению мошенничества и ошибок в ходе аудита финансовой отчетности», в котором устанавливается стандарт и руководство об ответственности аудитора в отношении ошибок и возможностей вскрытия мошенничества в ходе аудита финансовой отчетности [1]. Анализируемый стандарт обязывает аудитора рассмотреть в процессе планирования и осуществления аудиторских процедур риск существенных искажений финансовой отчетности, возникающих в результате ошибок непреднамеренных или преднамеренных.

Совершенствование аудита в Российской Федерации осуществляется в правовом и практическом аспекте. Это связано с развитием методологии и возможностями реализации аудиторских проверок. Не смотря на прошедшие годы факты возникновения ошибок непреднамеренных и преднамеренных имеют место быть до сегодняшнего дня. Преднамеренные ошибки в финансовой отчетности чаще всего возникают в связи с необходимостью укрывать факты мошенничества. В МСА 240 особое внимание уделяется основным понятиям и мерам, которые должен применить аудитор для минимизации риска ошибок и мошенничества.

Приступая к проверке финансовой отчетности компании, аудитор должен придерживаться раздела МСА «Профессиональный скептицизм», в котором указывается, что аудитор должен планировать и проводить аудит с определенной степенью профессионального скептицизма. Указанное отношение рекомендуется для обнаружения и оценки случаев, увеличивающих риск существенного искажения финансовой отчетности в результате ошибок и мошенничества. К примеру характеристики руководства и его влияние на контрольную среду, состояние отрасли промышленности, операционные характеристики и финансовой стабильности; случаев вызывающие сомнения аудитора в наличии существенных искажений финансовой отчетности; полученных доказательств, основанных на знаниях и опыте аудитора по результатам предыдущих аудиторских проверок, в которых были факты ненадежности заявлений руководства. Эти вопросы встают перед аудитором еще на стадии планирования. Аудитор должен обсудить с другими членами аудиторской команды вопрос подверженности субъекта существенным искажениям в финансовой отчетности в результате ошибок и мошенничества.

В МСА предусмотрен специальный раздел «Мошенничество и ошибки, их характеристики». Под термином «ошибка» подразумеваются непреднамеренные погрешности, допущенные в финансовой отчетности. В качестве ошибок рассматриваются следующие действия: математические ошибки или опiski в учетных записях или данных бухгалтерского учета; упущение фактов или их неверная интерпретация; неправильное применение учетной политики [1]. Особое внимание уделяется понятию «мошенничества», которое переплетается часто с преднамеренными ошибками [3, с. 108].

В стандарте «мошенничество» определяется, как преднамеренное действие, совершенное одним или несколькими лицами из числа руководителей или сотрудников субъекта, или третьими лицами, повлекшее за собой неправильное представление финансовой отчетности. Хотя мошенничество представляет собой емкое юридическое определение, в целях данного МСА аудитор рассматривает мошенничество, вызывающее существенные искажения

в финансовой отчетности [1]. Мошеннической финансовой отчетностью называют следующие действия: манипулирование, фальсификация или изменение учетных записей или первичной документации; незаконное присвоение активов; давление или поощрение, оказываемое с целью совершения мошенничества; неправильное применение учетной политики; сокрытие или пропуск информации об операциях в учетных записях или документах.

В стандарте разграничиваются обязанности по обнаружению и предотвращению фактов ошибок и мошенничества, которые возлагаются на руководящий состав аудируемой компании. Однако ответственность по недопущению случаев ошибок и мошенничеств не возлагается на самого аудитора. Руководству субъектов вменяется осуществление контроля путем внедрения и непрерывной работы адекватных систем бухгалтерского учета и внутреннего контроля, содействующих уменьшению фактов ошибок и мошенничества. Однако эти системы не исключают полностью, а лишь уменьшают возможность ошибок и мошенничества, о чем отмечается в разделе «Ответственность лиц, наделенных руководящими полномочиями, и руководства» МСА 240.

Немаловажным аспектом, которому уделяется внимание в МСА 240 являются обязанности аудитора. Для уменьшения риска существенных искажений финансовой отчетности в результате ошибки или мошенничества аудитор необходимо запросить у руководства информацию о любых фактах ранее обнаруженного ошибок и мошенничества; провести оценку в процессе проверки, риска существенных искажений финансовой отчетности в результате мошенничества или ошибки. По результатам же оценки разработать процедуры аудита с целью подтверждения уверенности в том, что существенные для финансовой отчетности в целом факты искажения, являющиеся результатом ошибки или мошенничества, были выявлены.

В подразделе «Неотъемлемые ограничения аудита» отмечается, что обычно вероятность выявления ошибок выше, чем вероятность обнаружения

фактов мошенничества, которое, как правило, сопровождается действиями, направленными на его сокрытие. Подразумевается постоянное присутствие риска, что система внутреннего контроля не будет функционировать с предполагаемой эффективностью. В связи с этим любые системы бухгалтерского учета и внутреннего контроля могут быть неэффективны против мошенничества, совершенного путем тайного сговора между служащими, или мошенничества, совершенного руководством.

В МСА 240 в приложениях к стандарту приводятся рекомендации по выявлению факторов риска, связанных с искажениями в результате мошенничества, в том числе мошеннического составления финансовой отчетности и незаконного присвоения активов; приводятся примеры улучшения процедур в качестве отклика на оценку факторов риска мошенничества и обстоятельства, указывающие на возможную ошибку или мошенничество.

При условии, что компания составляет заведомо не верную финансовую отчетность, имеют место быть мошеннические риски, которые можно разделить по трем признакам: направленность руководства и его влияние на контролируемую среду, положение среды и операционные параметры и финансовая стабильность. Первый признак заключается в отношении руководства к средствам внутреннего контроля и составлению финансовой отчетности. Факторами второго признака можно назвать экономическую и регулируемую рабочую атмосферу. Третьей группой признаков можно обозначить характер и уровни структуры предприятия, его хозяйственные операции, финансовое положение и прибыльность.

В случае, когда в предприятии имеет место быть незаконное присвоение активов, присутствует искажение, которое является показателями мошеннических действий подразделяемое на две группы. В первой группе вид активов предприятия и вероятность их кражи, во второй же группе контроль за исключением возможности либо раскрытия фактов осуществляется не в полной мере и в следствии чего имеет место быть хищение активов.

При выявлении аудитором фактов, указывающих на незаконное присвоение активов либо недостоверность финансовой отчетности, рекомендуется проведение ряда процедур для установления их достоверности. В стандарте оговаривается что примеры, приводимые в приложении, не являются строго закрепленными к исполнению, а также очередность проверок и их количество не обязательно к применению во всех случаях. Получение подтверждения либо опровержения по факту мошенничества аудитор может получить, проведя пересчет основных средств на складах либо в офисах предприятия. Так же одним из примеров является проявление педантичности при проверке первичной документации, а также проверка данных после ее введенной в обрабатывающие программы. Так же одним из эффективных методов является анализ, основанный на выборке и сравнении документации по уже проверенным отчетностям. В случае, когда аудит проводится и в дочерних организациях, действенным является сравнение данных полученных другими аудиторами по фактам искажения отчетности либо присвоения активов [1, с. 52–53].

В случае, когда в процессе проверки компании аудитор сталкивается с ограничениями либо препятствиями проведению аудита по различным причинам со стороны администрации, такое проявление может указывать на факты мошенничества. Такие факты разделены на четыре категории. В первую категорию включаются не соответствия в бухгалтерских данных; отсутствие ранжирования уровню доступности в программе данных для сотрудников различных отделов; допущение внесения корректировок, являющихся значимыми для финансового результата в последний момент; сальдо или операции без подтверждений. Ко второй категории относятся доказательства являющиеся спорными или неподтвержденными такие как не состыковки статей при сверке, внесение изменений в предоставляемые документы, несоответствие результатов анализа и ответов сотрудников и руководства, халатность в отношении сохранности документации. Факторами третьей категории являются сложности в отношениях аудитора

с администрацией в виде отказа предоставлении доступа к объектам, сотрудникам и информации либо большое опоздание в предоставление информации, явное проявления нежелания сотрудничества с аудитором, возможное проявление агрессии к аудитору, требование завершения проверки в кратчайшее время, преднамеренное непогашение дебиторских задолженностей [1, с. 58–60]. Аудитор имеет право настоять на своих позициях по указанным фактам или отказаться от проведения проверки, документально оформив свои действия.

Не мало важным является тот факт, что аудитор при обнаружении обстоятельств, указывающих на присутствие в отчетности мошеннических мотивов может применить не только методы, перечисленные в данном стандарте, но и свои профессиональные навыки и опыт проявив неординарность в выявление фактов проявления недостоверности данных. Подборка и порядок мероприятий по получению информации об аудируемой компании являются сугубо личным решением аудитора и не диктуется строго положениями данного стандарта.

Резюмируя проанализированный стандарт можно сделать выводы о том, что аудитору при принятии решения о проведении аудиторской проверки следует руководствоваться МСА 240 во избежание упущения факторов, которые косвенно либо прямо могли повлиять на результаты аудиторского заключения. В качестве одной из целей стандарта является снижение вероятности не обнаружения моментов мошеннических действий, либо операций, повлекших за собой искажение финансовых результатов компании.

Проявление профессионального скептицизма как одна из граней, способствующих получению достоверного аудиторского заключения, возможности выявления фактов мошенничества. В целом же при проведении аудиторской проверки аудитору следует опираться на рекомендации Стандарта, по оценке факторов риска мошенничества.

Список литературы:

1. МСА 240 «Ответственность аудитора в отношении мошенничества в ходе аудита финансовой отчетности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL:
http://www.rkanp.ru/sites/default/files/storage/2012_iaasb_handbook_isa_240_0.pdf (дата обращения 23.11.2015).
2. МСА 200 «Цель и общие принципы, регулирующие аудит финансовой отчетности» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – URL:
http://www.rkanp.ru/sites/default/files/storage/2012_iaasb_handbook_isa_200_0.pdf (дата обращения 23.11.2015).
3. Международные стандарты аудита: учеб. Пособие / Суворова С.П., Парушина Н.В., Галкина Е.В. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2007. – 320 с. – (Высшее образование).
4. Международные стандарты аудита: учебное пособие – 3-е изд., стер. / Жарылгасова Б.Т., Суглобон А.Е. – М.: КНОРУС, 2007. – 400 с.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ И РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С ПЕРЕХОДОМ НА МСФО

Алферова Евгения Викторовна

Хорошилова Валентина Ивановна

*студенты группы 3412, кафедры Финансового контроля, бухгалтерского
учета и аудита, РЭУ им. Плеханова,
РФ, г. Москва
E-mail: evgenia.alferowa@yandex.ru*

Голощанова Людмила Вячеславовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры Финансового
контроля, бухгалтерского учета и аудита,
РФ, г. Москва*

Как известно, ни одно предприятие не может существовать без бухгалтерского учета. Создание организации начинается с регистрации, создания учетной политики, подготовки соответствующих документов. Влияние бухгалтерского учета на экономику развитых в экономическом плане государств существенно возросло. От качества ведения бухгалтерского учета зависят не только взаимоотношения отдельных предприятий, но и экономическая безопасность мировой экономики в целом.

Как и любая деятельность, бухгалтерский учет связан с определенными рисками. В научной литературе под понятием «риск» подразумеваются «угрозы, убытки, потери». Риск в экономической деятельности связан с финансовыми потерями. Но более четкого определения специалистами не дано. Соответственно, понятие «бухгалтерский риск» становится еще более непонятно. Исследований на эту тему довольно мало, однако, следует сказать, что бухгалтерский риск в первую очередь связан с неопределенностью, которая может возникнуть в процессе ведения бухгалтерского учета.

Можно выделить два вида факторов, которые влияют на возникновения бухгалтерского риска: внутренние и внешние. Последние зависят от законодательства, политической ситуации в стране и регионах, отношений с инвесторами, кредиторами, а также одни из самых значимых рисков – это

риски, связанные с переходом на Международные Стандарты Финансовой Отчетности. Что касается внутренних факторов, то сюда относятся: вид деятельности предприятия, его миссия, уровень организации бухгалтерского учета, компетенция персонала и др. Совместное воздействие этих факторов и создает ситуацию, в которой возникают бухгалтерские риски [2, с. 117].

Существует ряд причин возникновения бухгалтерских рисков. Во-первых, это несвоевременное изменение учетной политики в связи с поправками в законодательных документах. Во-вторых, отставание технологий ведения бухгалтерского учета на предприятии. В-третьих, несоответствие бухгалтерского учета специфике деятельности предприятия. Также немаловажной причиной является низкая квалификация работников бухгалтерии. Бухгалтерский учет постоянно терпит изменения, поэтому бухгалтеры предприятия должны всегда идти в ногу со временем.

Но, как мы уже упоминали ранее, наиболее существенные риски могут возникнуть в связи с переходом на МСФО. Существуют значимые различия между Российскими стандартами и МСФО. Поэтому неизбежно будут проявляться риски достоверности информации при трансформации бухгалтерской отчетности. Некоторые аспекты учета, регламентируемые одним российским стандартом, отражены в нескольких МСФО. Другие, напротив, регламентируются одним международным и несколькими отечественными стандартами. При этом отечественные и международные стандарты, регламентирующие один и тот же объект учета, не являются полностью идентичными. При значительном совпадении ПБУ с подобными МСФО отечественные положения не являются полной копией своих международных аналогов, сохраняя по некоторым вопросам существенные отличия от них. С переходом на МСФО появляется и другая проблема, связанная с объяснением стандартов. От того, как будут трактоваться факты хозяйственной деятельности бухгалтером, зависят показатели финансовой отчетности, отражающие и результаты деятельности предприятия, и, соответственно, реакция заинтересованных пользователей отчетности. Такая неопределенная ситуация

влечет за собой возникновение риска применения профессионального суждения.

Значимое место в системе бухгалтерских рисков занимает несоответствие ведения бухгалтерского учета стандартам учетных процедур. Нередко эти нарушения умышленны и ведут к искажения в бухгалтерской отчетности, а следовательно, к таким финансовым последствиям как санкции, штрафы, уголовная ответственность, потеря доверия инвесторов и партнёров.

Другой современной проблемой, а как следствие, и причиной возникновения рисков является то, что бухгалтерский учет расширяет свои управленческие полномочия. Если раньше он занимался исключительно ведением хозяйства предприятия, осуществлением законности свершения хозяйственных операций, то постепенно бухгалтерский учет становится частью управления. Однако этот процесс протекает гораздо медленнее, чем в европейских странах, поэтому влечет за собой появление рисков. А связано это в первую очередь с тем, что цели и назначения у бухгалтерского учета и управления разные. Бухгалтерский учет сводится к точному отражению всех фактов хозяйственной жизни, он не терпит никакого «творчества», и к тому же данные бухгалтерского учета открыты для внешних пользователей. В управлении допустимы приблизительные оценки, вероятностные расчеты, ориентировочные показатели. Здесь точность может не играть решающей роли, а первостепенное значение приобретает быстрота получения информации для управления, её многовариантность, удобство пользования.

Бухгалтерский риск образуется с самого момента регистрации предприятия и существует в процедурах оценки, обобщения, представления информации в денежном выражении как об имуществе организации, так и об ее обязательствах. В целях обеспечения безопасного функционирования предприятия следует регламентировать учетные процедуры по выявлению и ликвидации таких рисков. Процесс управления бухгалтерскими рисками можно представить следующим образом:

- Идентификация бухгалтерских рисков, которые могут представлять экономическую угрозу деятельности организации;

- Оценка величины риска и его возможных последствий;
- Выбор метода управления риском;
- Предотвращение появления бухгалтерского риска, либо его устранение;
- Мониторинг полученных результатов [1, с. 87].

Чем полнее будет информация о возможных рисках, тем точнее будет оценена ситуация, а, значит, эффективнее в будущем могут быть выбраны инструменты управления риском. Достижение экономической безопасности может быть достигнуто только путем устранения всех внешних и внутренних факторов возникновения риска.

В современных условиях особенно остро встает вопрос о необходимости уменьшения бухгалтерских рисков в процессе взаимодействия с инвесторами, партнерами, контрагентами. Одним из способов защиты от рисков является наличие эффективной системы резервов. Однако, как показывает практика, предприятия не создают таких резервов по защите бухгалтерских рисков.

При проведении проверки бухгалтерских рисков целесообразно применять процедуры аудита и приемы документальной ревизии. Для постановки эффективной системы внутреннего контроля и достижения высокого профессионального уровня бухгалтера требуются большие капитальные вложения и достаточно продолжительный период времени, что не всегда возможно. Исходя из этого, еще одним инструментом регулирования бухгалтерских рисков является использование аутсорсинговых услуг. Бухгалтерский аутсорсинг может использоваться предприятием как способ минимизации бухгалтерских рисков в части перераспределения ответственности за возможные нарушения законодательства [3, с. 145].

Таким образом, бухгалтерские риски – это понятие достаточно новое, мало исследованное, но достаточно важное для каждой организации. В современной экономике одним из основных источников информации для принятия решений является финансовая отчетность. Это один из самых достоверных способов

оценить деятельность организации и принять важные решения. Поэтому риски, связанные с ведением бухгалтерского учета, должны минимизироваться. Одной из важнейших задач для руководства должна стать задача по выявлению и предотвращению угроз, которые могут повлечь за собой непоправимые последствия.

Список литературы:

1. Палий В.Ф., Международные стандарты учета и финансовой отчетности: Учебник – М.: «ИНФРА-М», 2007. – 502 с.
2. Толстова А.С., Ошибки в бухгалтерской отчетности как следствие бухгалтерских рисков / А.С. Толстова // Тезисы докладов Междунар.науч.-техн.конф."Современные технологии и оборудование текстильной промышленности" (Текстиль – 2008) – М/, МГТУ им. А.Н. Косыгина, 2008. – с. 272.
3. Шевелев А.Е., Шевелева Е.В. – Риски в бухгалтерском учете: учебное пособие – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2009. – 304 с.
4. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» // «Собрание законодательства РФ», 12.12.2011, № 50, ст. 7344.

ДОКАПИТАЛИЗАЦИЯ СИСТЕМООБРАЗУЮЩИХ БАНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ

Бычков Артём Александрович

*студент 3 курса, финансово-экономического факультета кафедры
банковского дела и страхования
ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет»,
РФ, г. Оренбург
E-mail: artybychkov@yandex.ru*

Зверькова Татьяна Николаевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры банковского дела
и страхования, ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет»,
РФ, г. Оренбург*

В условиях финансовой нестабильности и принятия Банком России и Правительством РФ мер, обусловленных введением ограничительных политических и экономических санкций, в прессе и публичных заявлениях чиновников высказывается ряд предложений по докапитализации банков, в том числе и региональных.

В конце 2014 года был принят целый пакет Законов, направленных на создание правовых оснований для увеличения капитала системообразующих российских кредитных организаций за счет размещения средств Фонда национального благосостояния на субординированных депозитах и в субординированные облигации указанных кредитных организаций. Это позволило учитывать данные депозиты (облигации) в составе собственных средств (капитала) кредитных организаций. В свою очередь, увеличение капитала позволит указанным кредитным организациям активнее участвовать в финансировании приоритетных для развития экономики инфраструктурных проектов, перечень которых будет утверждаться Правительством Российской Федерации. Не все банки смогут получить федеральные средства, а только те, которые обладают капиталом в объеме не менее 100 млрд руб.

«Получив от парламента поручение о ежеквартальном мониторинге, мы, наверное, скорее всего, заходя в банки, которые будут получать соответствующую поддержку через АСВ, будем видеть, куда используются эти

средства», – отметила глава Счетной палаты Татьяна Голикова [5]. Таким образом, проверки Счетной палаты, по убеждению Т. Голиковой, смогут «подтвердить или опровергнуть, действительно ли средства ушли на валютный рынок и как повлияли на ситуацию с курсом, или как они четко были использованы на те цели, которые преследовались изначально, то есть это докапитализация, вложения в инвестиционные проекты, компенсация гражданам и пр.» [5]. Как показывают прогнозы, после реализации законопроекта удастся увеличить общую сумму банковского капитала страны не более чем на 13 %, а общий размер кредитования в ближайшее будущее покажет рост в размере около 15–20 %.

С возникновением кризиса и условиями его протекания образуется ситуация, в которой значительно замедляются поступления средств от юридических лиц. Несмотря на это, спрос на валюту может сохранять свои тенденции к росту, и помимо этого возможен отток денежных депозитов, что в итоге приводит к снижению прибыльности. Данные аспекты могут повлиять на стабильность финансового положения банка, снижение возможностей для расчета по своим обязательствам перед вкладчиками. Выходом из сложившейся ситуации является докапитализация банков, которая в упрощенном виде может быть представлена как компенсация государством банку невозвращенных займов с целью поддержания уровня ликвидности финансового института на высоком уровне.

То есть, «докапитализация» в сущности представляет собой субординированный кредит, который будет учитываться в составе дополнительного капитала и направлен на поддержание размера капитала банков и сохранения всей банковской системы в целом [8].

Так, была осуществлена докапитализация «Дельта банка», «Россельхозбанка», «ВТБ». И это лишь немногие из списка финансовых структур, которые поддерживает государство.

Как заявил заместитель председателя ЦБ РФ М.И. Сухов, докапитализация «Россельхозбанка», а также иных кредитных учреждений способствует

снижению процентной ставки в реальном секторе экономики [9]. Дается курс на перспективную стабильность экономического сектора деятельности и финансового рынка страны, которые в настоящее время находятся на грани дефолта. При этом отмечалось, что средства, которые будут перемещаться от Агентства по страхованию вкладов в банки не подлежат налогообложению.

Правительством данная схема финансовой поддержки уже практиковалась в период кризиса 2008 года, однако данную меру нельзя назвать действенной, поскольку впечатляющих результатов она не принесла. Но, тем не менее, рядом экспертов выдвигается мнение, что принятое решение о докапитализации позволило избежать банкротства некоторых кредитных учреждений и избавить вкладчиков от значительных проблем.

Помимо решения вопроса о докапитализации банков, схеме ее проведения, не менее существенным является тот факт, кто же является получателем поддержки от государства. Список банков подбирается и одобряется Агентством по страхованию вкладов. При этом речь идет о системообразующих банках. Системообразующий банк – это банковское учреждение, обязательства которого составляют как минимум 10 % от общего количества обязательств всей банковской системы. То есть, это крупные банки, являющиеся важными кредиторами отдельно взятых государств и всей банковской системы в целом. Они отвечают практически за всю ликвидность банковского сектора, и финансовые кризисы начинаются как раз с таких банков [10]. При этом негативный эффект основан на проявлении «принципа домино» (как уже отмечалось выше, при цепочке неплатежей), а также в результате слишком больших проблем финансового плана значительного числа контрагентов (предприятий, банков, граждан). Для государства обеспечение финансовой устойчивости каждого из системно значимых банков является приоритетной задачей обеспечения устойчивости всей финансовой системы страны в целом.

Для банка приобретение статуса системообразующего является следствием серьезного изменения пруденциальных норм. В качестве основных требований

к банку можно назвать, ужесточение нормативов ликвидности и достаточности капитала, повышение требований к нормативам и их значениям в динамике, необходимость докапитализации банка по решению акционеров и пр.

Критерии надзорных требований нашли отражение в документе ЦБ РФ «Основные подходы к регулированию и надзору за деятельностью системно значимых кредитных организаций». Основными причинами наращивания капитала системного значимого банка является необходимость поддержания минимального уровня достаточности базового капитала (5 %), наличие дополнительного буфера – «за системность» (1 % от активов, взвешенных по уровню риска), буфера поддержания капитала (от 0,625 % до 2,5 % с увеличением во времени). Дополнительными нормами являются норматив краткосрочной ликвидности, показатель финансового рычага, расчет достаточности капитала через подход внутренних рейтингов, а также наличия у банка плана по восстановлению финансовой устойчивости.

В июле 2015 года Центральным банком был опубликован список из десяти системно значимых банков, в который попали «Сбербанк», ВТБ, «Россельхозбанк», «Газпромбанк», «ЮниКредит Банк», «Райффайзенбанк», «Росбанк», «Альфа-банк», ФК «Открытие» и «Промсвязьбанк». Эти организации аккумулируют в себе свыше 60% активов российского банковского сектора.

Советом директоров Агентства по страхованию вкладов (АСВ) утвержден и отправлен на рассмотрение в Правительство Российской Федерации список, в который включены 27 банков, капитал которых планируется увеличить посредством облигаций федерального займа (ОФЗ).

В целом, по оценке специалистов, докапитализация банков в 2015 году может достичь рекордных размеров – 1 триллиона рублей, что в сравнении с совокупным капиталом банковской системы России составляет около 15 %. На данный момент уже распределено 830 миллиардов рублей выделенных средств.

По данным газеты «Ведомости» наибольшие размеры докапитализации могут быть направлены следующим банкам (рисунок 1):

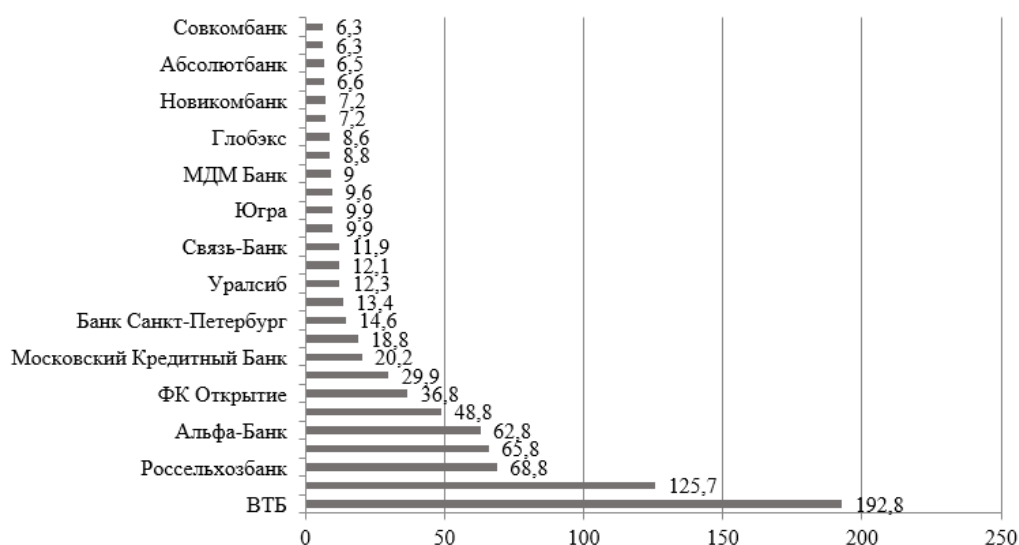


Рисунок 1. Объемы средств, выделенные на докапитализацию в 2015 году, млрд. руб.

Критерием отбора кредитных организаций – получателей государственной поддержки является их готовность увеличивать совокупный объем ипотечного кредитования, объем кредитования субъектов малого и среднего бизнеса или субъектов, осуществляющих деятельность в наиболее важных для развития отраслях экономики. Кроме того, такие банки должны увеличить собственные средства (капитал) на 50 % от размера полученных от АСВ средств за счет своей прибыли и (или) средств своих акционеров (участников); в течение 3 лет не повышать вознаграждение руководства и размер фонда оплаты труда иных работников, а также выполнять ряд других обязательств.

Можно отметить, что докапитализация является одним из мероприятий Правительства РФ по оптимизации банковской системы, мера антикризисного управления в период кризиса с целью повышения эффективности взаимодействия банков и населения, повышения вливания средств в реальный сектор экономики. Однако можно заметить, что результаты докапитализации не имеют количественной оценки, а также не были оговорены последствия для банка в случае несоблюдения условий оказания такой государственной поддержки.

Центральный банк провел исследование, согласно которому был сделан вывод, что 90 % кредитов от банков, зарегистрированных за пределами Москвы и Санкт-Петербурга, были выданным именно в регионы, которые оказывают поддержку малому и среднему бизнесу. Однако при формировании перечня региональных банков, претендующих на докапитализацию, учитывался максимальный прирост кредитов в экономике, обеспечить который могут только крупные региональные банки. Именно их докапитализация, как считает Симановский Л.Я., даст наибольший мультипликационный эффект, как и в случае с федеральными банками, отобранными для участия в программе. Помимо этого, региональные банки можно считать обделенными, потому как для участия в программе докапитализации приняли участие 10 банков, а за бортом остались более 200 местных кредитных организаций, которые тесно работают с населением и организациями, принимая на себя большие риски при осуществлении операций на валютных и денежных рынках.

Как заявил Министр финансов Антон Силуанов, оставшиеся деньги решено не тратить. «Около 170 млрд. руб. оставляем «на потом» в случае возникновения потребности в поддержке того или иного банка», – передал его слова «Интерфакс». Силуанов объяснял, что в 2015 г. наверняка придется «экстренно принимать решение о поддержке системообразующих, в том числе региональных, банков». Регионалы так же, как и уже выбранные 27, могут быть докапитализированы на сумму не более чем 25 % от их капитала.

Таким образом, Правительство РФ и Банк России приняли решение поддержать в основном крупные банки, тем самым поддерживая и без того сильные тенденции концентрации и централизации капиталов в РФ. В этих условиях некоторые авторы делают апокалиптические заявления. Так, А. Хандруев, вице-президент Ассоциации региональных банков, считает, что если региональным банкам не будет оказана поддержка и они начнут сыпаться, то начнется эффект домино: вкладчики будут массово забирать свои деньги. Этот эффект может начаться не с системообразующих, а именно с региональных банков, предостерегает он.

Минэкономразвития заявил о значимости региональных банков и особенности их вклада в развитие реального сектора экономики регионов, поэтому Министерством были выдвинуты предложения по отбору региональных участников банковской системы с учетом специфики их деятельности и уровнем влияния на развития субъектов Российской Федерации в целом.

Счетной палатой были подведены первые итоги докапитализации банков через ОФЗ. К настоящему времени отчет поступил только от одного банка, а именно Совкомбанка, который получил ОФЗ в капитал в общем объеме 6,3 млрд. руб.

В отчете Счетной палаты, Совкомбанк увеличил кредитования приоритетных отраслей в среднем на 12 % прежде всего за счет кредитования строительства и малого и среднего бизнеса. В то же время Счетной палатой было выражено недовольство по поводу увеличения кредитования субъектов Российской Федерации практически на 1000 % или в 11 раз, потому как изначальная задумка программы заключалась в помощи банкам для кредитования ими реального сектора, а не субъектов Российской Федерации [6].

На наш взгляд, система докапитализации банков не начала работать еще в полную силу и не показала того оздоравливающего влияния на экономику, который от нее ожидали. Процесс докапитализации идет достаточно медленно, несмотря на предпринятые меры по ее ускорению. Как показывает мониторинг Счётной палаты по итогам первого полугодия 2015 года, средства, предназначенные для докапитализации в виде облигаций федерального займа на сумму 1 трлн руб., были переданы по номиналу Агентству по страхованию вкладов еще в конце 2014 года. Нормативно-правовая база, регламентирующая процесс докапитализации, была создана менее, чем за месяц, однако до момента заключения первого договора о предоставлении банку докапитализации прошло около 3,5 месяцев, то есть можно говорить о том, что темп процесса докапитализации был потерян.

Таким образом, докапитализация банков – это выбранный инструмент Минфина и Правительства РФ. Но ситуация гораздо сложнее, и фактическая

устойчивость банковского сектора России очень низкая. Поэтому необходимо проводить постоянный мониторинг и анализ финансового состояния банков, выявлять качество активов и сбалансированность кредитной политики, так как при любом кризисе или форс-мажорной ситуации банки просят помощи и становятся финансово уязвимыми.

Список литературы:

1. Докапитализация банков – 2015 [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://global-finances.ru/dokapitalizatsiya-bankov-2015> (дата обращения: 27.11.2015).
2. Докапитализация через ОФЗ увеличит капитал банков РФ на 13 % [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.interfax.ru/business/414171> (дата обращения: 20.12.2015).
3. Паптенкова М. Докапитализация банков [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://www.survey-invest.com/dokapitalizaciya_bankov (дата обращения: 27.11.2015).
4. Путиловский В. Системообразующие банки: наш список [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.banki.ru/news/daytheme/?id=6422906> (дата обращения: 25.11.2015).
5. СП проконтролирует использование средств на докапитализацию банков [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://ria.ru/economy/20141226/1040339955.html> (дата обращения: 26.11.2015).
6. Счетная палата начала подводить итоги докапитализации банков через ОФЗ [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: https://i-news.kz/news/2015/07/31/8083705-schetnaya_palata_nachala_podvodit_itogi.html (дата обращения: 21.11.2015).
7. Центробанк не пустил региональные банки в антикризисную программу [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.audit-it.ru/news/finance/836432.html> (дата обращения: 10.11.2015).
8. Что такое докапитализация банков? Достаточность собственных средств (капитала) банка [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://finstok.ru/vklady/chto-takoe-dokapitalizatsiia-bankov-dostatocnost-sobstvennykh-sredstv-kapitala-banka.html> (дата обращения: 29.11.2015).
9. Что такое докапитализация? Докапитализация кредитных организаций [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://fb.ru/article/177408/chto-takoe-dokapitalizatsiya-dokapitalizatsiya-kreditnyih-organizatsiy> (дата обращения: 24.11.2015).
10. Что такое системообразующий банк? [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://forex-iss.ru/forex-nachinajuwim/241-chto-takoe-sistemoobrazuyuschiy-bank.html> (дата обращения: 26.11.2015).

НАЛОГОВАЯ СТРАТЕГИЯ КОМПАНИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАГНАЦИИ

Власова Алена Дмитриевна

Гусаров Александр Анатольевич

*студенты 3 курса, кафедра налогов и налогообложения,
РФ, г. Москва*

E-mail: alenaavlasova@gmail.com

E-mail: gsrv32@gmail.com

Глубокова Надежда Юрьевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры налогов
и налогообложения РЭУ им. Плеханова,
РФ, г. Москва*

Современный экономический словарь характеризует понятие стратегия, как долговременные и наиболее принципиальные, важные установки, планы, намерения правительства, администрации регионов, руководства предприятий в отношении производства, доходов и расходов, бюджета, налогов, капиталовложений, цен, социальной защиты.

В любой ситуации, где задействовано множество различных организаций и людей, стратегия выступает необходимым компонентом.

Налоговые платежи, как известно, являются обязательными для уплаты и взимаются государством, как с юридических, так и с физических лиц. Более чем на 80 % федеральный бюджет состоит из налогов. В этой связи, в трудные времена экономической стагнации многие организации заинтересованы в минимизации налоговых платежей и задаются вопросом легального снижения налоговой нагрузки или оптимизации.

Оптимизация налогообложения, или налоговое планирование – это совокупность плановых действий, которые увеличивают финансовые ресурсы организации и регулируют величину и структуру налоговой базы в рамках действующего налогового законодательства. Тем самым, налоговое планирование является неременным и непосредственным элементом общей

предпринимательской деятельности хозяйствующего субъекта и должно осуществляться на всех ее уровнях и этапах.

После учредительного документа следующей по важности следует учетная политика организации для целей налогообложения, которая разрабатывается на год. Налоговая политика, в том числе её стратегические аспекты, закрепляются в учётной политике организации, которая утверждается на каждый год, но предусматривает преемственность положений, в связи с чем, она применяется в течение длительного периода времени.

Таким образом, налоговая стратегия является продолжительным по длительности инструментом, также она представляет собой неотъемлемый элемент финансово-хозяйственной деятельности организации. От правильности выбора налоговой стратегии на всех этапах жизненного цикла зависит эффективность функционирования организации в целом.

В условиях экономической стагнации российские предприятия вынуждены пересмотреть сложившиеся подходы к управлению финансами. Среди ключевых мер в наибольшей степени актуальными являются: снижение текущих и капитальных затрат, оптимизация процесса управления оборотным капиталом, усиление роли оперативного планирования денежных потоков. При этом оптимизацию налогообложения организации можно охарактеризовать, как одни из основных факторов в вопросах снижения затрат.

В вопросах оптимизации налогового регулирования государство принимает законопроекты, цель которых – совершенствовать налоговое законодательство страны. В частности, в сентябре 2015 года Госдумой был одобрен законопроект Минфина России о предоставлении регионам РФ права устанавливать налоговые преференции для создаваемых с нуля предприятий. Документ наделяет регионы правом снижать, для участников региональных инвестиционных проектов, налоговую нагрузку в пределах общего объёма их капитальных затрат путём снижения до 10 % ставки налога на прибыль, который поступает в региональный бюджет и до нуля процентов в части налогов, которые поступают в федеральный бюджет.

С января 2016 года запланировано ввести налоговые льготы для промышленных комплексов, технопарков и других субъектов инвестиционной деятельности. Получить поддержку смогут вновь создаваемые предприятия и действующие производства, которым в соответствии с законом о промышленной политике будет присвоен статус промышленного комплекса, а также технопарки и индустриальные парки. Для получения льгот предприятию необходимо соответствовать ряду критериев, среди которых – хорошая заработная плата сотрудников, успешное развитие производства, модернизация оборудования и многое другое. Что касается направлений деятельности, то это могут быть машиностроение, пищевые производства, инновационные технологии, IT технологии, стройматериалы, медтехники и многое другое.

Стоит отметить, что налогообложение в России в своем нынешнем состоянии обладает множеством недостатков. Трудные для понимания и порой просто противоречивые законы, несогласованные действия представителей налоговых органов разного уровня, администрирование налоговых платежей – это лишь верхушка айсберга, стоящего на пути сбалансированной и современной экономики. Несовершенство налоговой системы заставляет бизнес находить различные пути для оптимизации налогов. Оптимальным и менее рискованным является путь законной оптимизации налоговых платежей.

Во-первых, компаниям нужно обратить внимание на привлечение кредитных средств и их перераспределение между компаниями группы по льготной ставке. В настоящее время, для компаний существует возможность привлечения средств кредитных организаций по выгодным для них ставкам. Например, в рамках поддержки инвестиционных проектов. Данная мера позволяет достичь положительного эффекта финансового рычага, так как в условиях кризиса заемные средства можно назвать более выгодным источником финансирования нежели собственными средствами.

Во-вторых, компаниям следует детально проанализировать особенности своей деятельности на соответствие критериям, служащим основанием для получения инвестиционного налогового кредита. Суть данного инструмента заключается в том, что компаниям предоставляется возможность в течение определенного срока и в рамках определенных пределов уменьшать свои платежи по налогам с последующей поэтапной оплатой сумм кредитов и начисленных процентов. При этом, инвестиционный налоговый кредит может быть предоставлен по налогу на прибыль организации, а также по региональным и местным налогам. К примеру, в соответствии со ст. 67 Налогового кодекса, инвестиционный налоговый кредит могут получить компании осуществляющие инновационную деятельность на предприятии, внедряющие в производство новые материалы, сырье, а также создающие или усовершенствующие уже применяемые технологии.

В-третьих, компаниям имеет смысл рассмотреть для себя возможности применения региональных льгот по налогу на прибыль и налогу на имущество организаций. В частности, по налогу на прибыль организации могут не только применять ставку 0%, но использовать льготы, предусмотренные в других формах: выведения из-под налога объекта налогообложения, применения сниженных ставок, налоговых каникул и т. д. Льготы в форме применения нулевой ставки установлены для ряда предприятий, занятых, преимущественно, в социально-обслуживающей сфере. В ст. 284–284.5 Налогового кодекса РФ содержится исчерпывающий перечень категорий лиц, которые могут претендовать на получение льготы. К примеру, в соответствии с п. 1.5 ст. 284 Налогового кодекса РФ компании, участвующие в инвестиционных проектах регионов, имеют право на льготу по перечислению налога на прибыль в федеральный бюджет в виде нулевой ставки. Такая льгота может применяться на протяжении 10 лет с момента получения первого дохода от продаж в рамках регионального инвестиционного проекта.

В настоящее время, значительное число компаний с целью оптимизации налоговой нагрузки осуществляют перевод деятельности в другие регионы, что

в определенных обстоятельствах является весьма эффективной мерой, так как Налоговый кодекс РФ предоставляет возможность субъектам РФ самостоятельно устанавливать величину налоговой ставки в пределах установленного лимита. Здесь же стоит отметить наличие преференций для компаний-участников региональных инвестиционных проектов, которой, в частности, является ставка налога на прибыль организаций в части, зачисляемой в федеральный бюджет, в размере 0 %.

В период экономической стагнации, организации, которые пользуются методами оптимизации и минимизации налогов, получают значительное преимущество на любом конкурентном рынке. Законная оптимизация налогов – это насущная необходимость. В среднесрочной и долгосрочной перспективе снижение налоговых платежей позволяет сохранить предприятию значительные средства, которые можно использовать для расширения бизнеса или открытия нового дела.

Список литературы:

1. Андреев А.Р. Российская государственность в терминах. IX – начало XX века: энциклоп. справочник. М.: Крафт, 2011. – 237 с.
2. Джаарбеков С.М. Методы и схемы оптимизации налогообложения / С.М. Джаарбеков. – 3-е изд.: учеб. пособие – М.: Междунар. центр финансово-экон. развития, 2007. – 814 с.
3. Ларина Л.С., Сергеев С.В., Бюджетная система РФ 2008 год, [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.tamognia.ru/> (дата обращения 10.06.2014).
4. «Налоговый кодекс российской федерации» (Часть 1) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (действующая редакция от 13.07.2015) (дата обращения 21.10.2015).
5. «Налоговый кодекс российской федерации» (Часть 2) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (действующая редакция от 13.07.2015) (дата обращения 21.10.2015).
6. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, 2007., – 479 с.

УДАЛЕНО ПО ЗАПРОСУ ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ

УДАЛЕНО ПО ЗАПРОСУ ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ

УДАЛЕНО ПО ЗАПРОСУ ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ

УДАЛЕНО ПО ЗАПРОСУ ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ

УДАЛЕНО ПО ЗАПРОСУ ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ

УДАЛЕНО ПО ЗАПРОСУ ПРАВООБЛАДАТЕЛЯ

«ЗОЛОТЫЕ» ДОРОГИ НАШЕГО ВРЕМЕНИ

Высоцкая Дарья Александровна

E-mail: dasha060716@mail.ru

Шабалина Екатерина Рудольфовна

*студенты 3 курса, факультета управления, НовГУ им. Ярослава Мудрого,
РФ, г. Великий Новгород*

E-mail: shabalinakaty@rambler.ru

Кудряшова Татьяна Вячеславовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент НовГУ им. Ярослава Мудрого,
РФ, г. Великий Новгород*

Как известно, российские дороги уверенно сохраняют за собой последние места в международных рейтингах. Известно это уже очень давно, но всерьёз проблемой начали заниматься лишь несколько лет назад.

Дорожное хозяйство России является одним из элементов транспортной инфраструктуры, которая обеспечивает конституционные гарантии граждан на свободу передвижения и делает возможным свободное перемещение товаров и услуг. Наличием и состоянием сети автомобильных дорог общего пользования обеспечивается территориальная целостность и единство экономического пространства Российской Федерации.

Поэтому в своей работе мы решили поднять одну из двух извечных тем, а именно – проблему дорог на примере Новгородской области.

Являясь областным центром, Великий Новгород служит и крупным транспортным узлом не только области, но и всего северо-западного региона России. Он расположен на автомагистрали М10, связывающей северную столицу с Москвой. Рядом с городом проходит федеральная автомагистраль А116 на Псков, региональная трасса Р47 на Лугу. Новая объездная дорога была построена еще в 1981 году и связала дороги А116 и Р47.

Состояние городских дорог мало чем отличается от подобных в других населенных пунктах регионального значения. В Великом Новгороде 182 километра улиц, по которым движется 80 тысяч зарегистрированных автомобилей. Если прибавить сюда множество приезжающих машин

с туристами и гостями, можно предположить, что новгородские магистрали зачастую не справляются с возрастающим транспортным потоком [2].

Изучение состояния автомобильных дорог актуально ещё и потому, что это один из показателей, определяющих качество жизни человека.

Решать проблемы российских дорог следует сейчас, ведь чем дальше подобный вопрос отступает на задний план, тем сложнее с ним будет разобраться впоследствии.

Целью нашего доклада является рассмотреть, что собой представляют дороги Новгородской области на сегодняшний день и что необходимо сделать, чтобы улучшить их состояние.

В июне 2015 года прокуратура Новгородской области провела проверку соблюдения законодательства об автомобильных дорогах и дорожной деятельности в сфере организации и проведения работ по ремонту и содержанию автомобильных дорог.

Установлено, что большая часть автомобильных дорог области не соответствует требованиям государственных стандартов, имеет значительные повреждения в виде многочисленных просадок и выбоин.

Возможные причины разрушения дорожных покрытий:

- климат;
- качество дорожных работ (т. е. низкокачественные материалы, нарушение технологий укладки, неточные расчеты толщины покрытия);
- аварии;
- перегруженность дорог;
- небольшая пропускная способность дорог.

Остановимся подробнее на указанных причинах.

Климат.

В Новгородской области климатические условия оказывают особенно большое влияние на эксплуатацию дорог. К ним относятся амплитуда и скорость колебания температуры, количество осадков и испарение, направление и скорость ветров, мощность снегового покрова, глубина

промерзания и т. п. Главный враг дорог вовсе не холод, а частые переходы температуры воздуха через 0 °С. При колебании температуры в районе нуля происходит оттаивание и снова замерзание воды, что является самым неблагоприятным для состояния дороги. Ведь когда замерзает вода, она увеличивает свой объём и с огромной силой давит на окружающий её материал.

Немалую роль в разрушении дороги играют дождевые осадки. Выпавшие осадки просачиваются через слой асфальтобетона и тем самым размягчают дополнительные слои основания. От массы проезжающих автомобилей происходит выбивание асфальта, в результате чего образуются выбоины, или «ямы».

Также на состояние автомобильной дороги влияет ветер. Сейчас происходит вырубка деревьев, растущих около проезжей части, считается, что это ведёт к повышению безопасности на дороге. Но деревья защищают дорогу от ветра, под воздействием которого дорога теряет свои прочностные характеристики.

Качество дорожного покрытия.

Современные дорожные покрытия должны обладать такими качествами, как эксплуатационная долговечность, высокая износостойкость и хорошее сцепление покрытия с колесами транспортных средств.

Среди многочисленных параметров, подлежащих контролю в дорожном строительстве, следует отметить такие, как вид и свойства исходных материалов (грунта, щебня, асфальтобетона), например, влажность грунта, температура смеси. Кроме того, большое значение придается величине достигаемой плотности грунтовых слоёв, щебёночных оснований, подстилающих и других конструктивных элементов дороги. К верхнему слою дорожного полотна, так называемому «коврику» износа, кроме требований по плотности, предъявляются еще и требования по продольной и поперечной ровности, шероховатости. Следствием шероховатости является коэффициент сцепления, обуславливающий безопасность и возможную скорость движения транспорта.

При проектировании дорожной «одежды» размеры каждого слоя выбирают с учетом местных материалов, возможных нагрузок и природно-климатических условий проложения дороги. Все расчеты выполняют для средних условий, поэтому возможны отклонения от расчетных условий, приводящие к потере прочности дорожной «одежды», деформациям и разрушению.

При учете всех вышеназванных стандартов качества можно увеличить стойкость дорог и срок их полезного использования.

Аварии.

ДТП и разлом дорожного покрытия взаимосвязаны. По статистике каждое пятое дорожно-транспортное происшествие в России происходит из-за неудовлетворительного состояния улиц и дорог.

За 2014 год количество ДТП на территории Новгородской области выросло почти на 40 случаев и составило почти полторы тысячи. Такие данные были озвучены на заседании комиссии по безопасности дорожного движения при Правительстве региона. Почти на 10 % увеличилось и число погибших в автомобильных авариях. Происшествия на дорогах в 2014 году унесли жизни порядка 200 человек [1].

Также на дороги в Новгородской области нередко выезжают велосипедисты: этот вид транспорта стал в последнее время чрезвычайно популярным, особенно в тёплое время года. В связи с ощутимой нехваткой велосипедных дорожек, люди вынуждены выезжать на проезжую часть, что создает немало проблем автомобилистам и нередко становится причиной аварий и ДТП [2].

Перегруженность дорог.

Воздействие колес автомобиля на поверхность дорожной «одежды» вызывает напряжение и деформацию, вследствие чего происходит постепенное разрушение и изнашивание. В зависимости от величины нагрузки, повторяемости и продолжительности её действия может наступить предельное состояние дорог, при котором нарушается монолитность. Накопление

деформаций происходит интенсивней в наиболее слабых слоях дорожной одежды и в грунтовом основании. В значительной степени прочность нежёстких «одежд» зависит от влажности грунта основания. Под действием движения автомобилей происходит истирание поверхности покрытия. Помимо этого, возможно раздавливание, разбивание, сдвиг материала «одежды» и вырывание пневматической шины из «одежды» отдельных частиц.

Перегруженный транспорт – одна из проблем дорог Новгородской области, да и многих регионов России. Практически все грузовики ездят с перегрузом. Это делается для того, чтобы заработать деньги быстрее, но перегруженный транспорт быстро разбивает слой щебня в основании дороги, вызывая увеличение затрат, связанных с ремонтом дорог.

Небольшая пропускная способность дорог

Ещё одной проблемой дорог является их маленькая пропускаемость. Дело в том, что количество автомобилей с каждым годом только увеличивается, а количество километража дорог не успевает расти в нужном темпе. По этой причине, в том числе, возникает большое количество пробок. Также проблемой пропускаемости является то, что дорожное покрытие не выдерживает своего срока эксплуатации. Это происходит потому, что дороги такого типа изначально не были рассчитаны на столь большую проходимость, а движение большого количества транспортных средств по одним и тем же участкам дорожного покрытия быстро приводит в негодность даже самые качественные дорожные материалы [4].

Если рассматривать вопрос о том, как строят дороги в других странах, во сколько это обходится и сколько по таким дорогам можно ездить, не опасаясь за сохранность своей машины, то можно выделить несколько стран, опыт которых может быть полезен для России в целом и для Новгородской области, в частности (все данные приведены по курсу доллара на июль 2013 года).

Китай

Как известно, Китай является одной из наиболее быстро развивающихся стран мира. Поэтому к дорожному вопросу власти КНР подходят очень детально и со всей серьёзностью. Никаких простоев, опозданий и увеличения смет. Всё делают точно и в срок, а иногда и быстрее. В год в Китае строят более 30 тысяч километров многополосных автострад. При этом китайские умельцы сначала кладут бетонные плиты, которые покрывают асфальтом.

Средняя стоимость 1 километра дороги в Китае составляет чуть больше 1 млн. долларов (около 35 млн. рублей). Но цифра колеблется, так, например, в пригороде Пекина и в самом городе средняя стоимость 1 километра дороги может достигать и 12 млн. долларов (более 300 млн. рублей). Максимальная же стоимость 1 километра дороги – 71 млн. долларов (более 2 млрд. рублей). Именно во столько обошлось строительство километра скоростной магистрали Чандэ-Джишу. Но высокие цены строительства китайских дорог оправдываются довольно большой прочностью. Эксплуатировать их можно на протяжении 20–25 лет [3].

Германия

В Германии 1 километр дороги обходится около 4 млн. долларов (приблизительно 120 млн. рублей). Но все знают, насколько педантичны немцы. Не зря есть такое понятие, как «немецкое качество». Это можно сказать и о дорогах. В строительстве они придерживаются всех нормативных документов, всё выверено и вымерено несколько раз. При этом немецкие дороги строят так, чтобы по ним было комфортно передвигаться водителям, пешеходам, а также, чтобы проезжающие мимо автомобили не мешали проживающим вблизи дорог людям.

Так, например, во время ремонта одной из городских улиц, длина которой достигает 2,5 тысяч метров, строители использовали специальный звукопоглощающий материал (укладывали его слоем, который в результате достиг 8 сантиметров). Стоимость работы обошлась менее чем в 3 млн. евро, а результат налицо. Довольны остались все. Однако стоимость строительства

сверхскоростных и известных во всём мире немецких автобанов составляет более 30 млн. долларов (более 1 млрд. рублей) за 1 километр. Не любят немцы экономить на дорогах. При этом срок службы дорожного полотна достигает 30 лет [3].

Финляндия

Финляндия интересна, потому что находится недалеко от нас и в схожих климатических условиях, но тем не менее, между качеством дорог наших стран огромная пропасть. Так, например, на дорогах Финляндии выше шанс встретить лося, чем открытый люк, выбоину или яму, которая к тому же ещё и лужей прикрыта. Интересно даже не то из чего финны строят свои дороги, а то, как это контролируется на всех уровнях. Так, например, в Финляндии изначально на ремонт или строительство дороги указывается минимальная цена, в которую подрядчик должен уложиться. И только в экстренных случаях к этому минимуму добавляются дополнительные средства. Средняя стоимость строительства 1 километра дороги составляет чуть больше 1 млн. долларов (около 40,6 млн. рублей). Дорога «живет» 20 лет, а то и больше [3].

Весной в России асфальт сходит вместе со снегом, открывая истинное лицо большинства подрядчиков и чиновников, которые никаким образом не наказывают этих подрядчиков. И вновь начинается ежегодная работа по восстановлению и ремонту дорожного покрытия.

Сравнительный анализ затрат на строительство 1 км дорог по отдельным странам представлен в таблице 1.

Таблица 1.

Сравнение средней стоимости дорог и ее срока службы [3]

Страна	Средняя стоимость 1 км дороги, в долларах	Срок службы дороги, лет
Китай	1 060 600	20–30
Германия	3 635 000	30
Финляндия	1 230 300	20
Россия	575 800 000	13

Сравнив среднюю стоимость одного километра и соотношение срока службы дорог разных стран, можно сделать вывод о том, что наши дорожные службы вкладывают огромные суммы денежных средств, но не достигают такого же результата, как у других стран.

Каким же образом можно решить представленные выше проблемы?

Необходимо, в первую очередь, совершенствование российских законов, регламентирующих строительство и поддержание дорог в нормальном состоянии.

Кроме того, необходимо более серьёзно и грамотно проводить работу по расчету затрат, связанных с ремонтом и содержанием дорог, избегая искусственного завышения смет, зачастую связанного с прогнозируемыми транзакционными издержками. Это позволит улучшить работу по поиску источников финансовых ресурсов, связанных с эксплуатацией дорог.

Снизить влияние коррупционной составляющей на рост стоимости затрат при осуществлении строительства и ремонта дорог может введение более жёсткого независимого контроля со стороны инспекционных органов, осуществляющих проверку данных видов деятельности.

Что касается проблемы автомобильных пробок, которые в Великом Новгороде, как и во многих регионах России, наблюдаются преимущественно утром и вечером, то её можно решить (или снизить остроту данной проблемы), используя опыт Китая. Китайские инженеры разработали проект, суть которого заключается в том, что линию общественного транспорта пускают поверх потока машин, что представляет собой более дешёвую альтернативу двухуровневым автомобильным дорогам [5].

Проблему велосипедистов можно решить путем построения большего количества велосипедных дорожек. Наша страна в данном вопросе серьёзно отстаёт от многих европейских государств. Затраты, связанные с данным направлением, несомненно, не маленькие. Но строительство таких дорожек позволит снизить поток автомобилей хотя бы в летний период, что

положительно скажется не только на состоянии дорог, но и на экологической обстановке в городе.

Проблему перегруженности дорог можно решить путем установления ограничений общего веса и габаритных параметров транспортных средств при осуществлении грузовых перевозок. Для этого необходимо большее количество пунктов весового контроля (на трассе М10 присутствует лишь один весовой контроль, а ведь протяжённость дороги составляет около 700 км).

Подводя итог проведенному исследованию, можно сказать, что перспективы состояния дорог в Новгородской области и в России в целом во многом зависят от комплексности решения вышеназванных проблем. Только совместные усилия всех заинтересованных сторон позволят решить многолетние проблемы российских дорог, тем самым обеспечив качественно новый уровень инфраструктурной составляющей российской экономики.

Список литературы:

1. ГИБДД: Из-за плохого состояния дорог произошло каждое третье ДТП в области [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://velikiynovgorod.ru/news/actions/gibdd_iz_za_plokhogo_sostoyaniya_dorog_proizoshlo_kazhdoe_trete_dtp_v_oblasti/ (дата обращения: 29.10.2015).
2. Главные дороги Великого Новгорода [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://evakuator-sz.ru/news-blog/po-kakim-dorogam-doehat-donovgoroda> (дата обращения: 27.10.2015).
3. Делаем на века: как строят дороги в разных странах [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.avto25.ru/news/articles/2015/04/16/23534.html> (дата обращения: 26.10.2015).
4. Проблема российских дорог [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.autoshcool.ru/2766-problema-rossijskih-dorog.html> (дата обращения: 29.10.2015).
5. «Made in China»: как решают проблему пробок в Китае странах [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://ria.ru/world/20101202/303209802.html> (дата обращения: 9.11.2015).

ОЦЕНКА КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИРМЫ НА РЫНКЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ УСЛУГ: ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Высочан Анастасия Николаевна

*студент 1 курса, кафедра сервиса и организации коммерческой деятельности
НГУЭУ,
РФ, г. Новосибирск
E-mail: staska-93-13@mail.ru*

Климова Эльвира Николаевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, Доцент кафедры сервиса
и организации коммерческой деятельности НГУЭУ,
РФ, г. Новосибирск*

Актуальность темы заключается в том, что сегодня мало вероятно найти организацию любого вида экономической деятельности, которая не занималась бы коммерцией. Объясняется это тем, что коммерческая деятельность занимает одно из значимых мест в деятельности любой современной организации, особенно в настоящее время, когда от ее эффективности зависит конкурентоспособность организации в целом. Соответственно, изучение отечественного и зарубежного опыта в данной области выступает для организации своего рода «наглядным пособием или руководством к действию» [4, с. 31].

Цель исследования: изучить отечественный и зарубежный опыт оценки коммерческой деятельности фирмы на рынке производственных услуг.

Объект исследования: рынок производственных услуг.

Предмет исследования: коммерческая деятельность фирмы на рынке производственных услуг.

Методы исследования: системный подход, наблюдение, анализ Интернет-источников. Данные методы позволяют наиболее полно раскрыть тему статьи.

СФЕРА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ УСЛУГ – КОММЕРЧЕСКИЙ РАСЧЕТ

Предприятия сферы производственных услуг (транспортные, маркетинговые, консультативные, банковские, строительные) сегодня испытывают особенно

большие трудности в своей деятельности, поскольку рынок сегодня практически «замер», экономика переживает тяжелейший «стресс», что требует повышения эффективности коммерческой деятельности предприятий, которая в свою очередь заключается в качестве управления имеющимися на предприятии ресурсами [5, с. 95].

Отечественный и зарубежный опыт позволяет выделить две группы показателей оценки эффективности коммерческой деятельности предприятий применительно к сфере производственных услуг: показатели, характеризующие результаты финансово-хозяйственной деятельности компании; и показатели, характеризующие ассортимент предлагаемых услуг [2, с. 61]. Первая группа показателей предполагает проведение диагностики финансовой отчетности компании. Поэтому показателями, характеризующими финансовые результаты деятельности компании, выступают: выручка; себестоимость; валовая прибыль; прибыль от продаж; прибыль до налогообложения; чистая прибыль. Из наиболее универсальных параметров, характеризующих ассортимент, используются такие показатели как широта (полнота) и глубина (длина) портфеля услуг [2, с. 62].

Все обозначенные показатели, позволяют провести комплексный анализ коммерческой деятельности, сделать соответствующие выводы и определить основные пути устранения существующих в деятельности предприятия недостатков.

Тем не менее, сегодня коммерческая деятельность многих предприятий оценивается, прежде всего, по размеру прибыли, т. к. именно прибыль выступает тем ресурсом, который позволяет не только сохранить свое положение на рынке, но и развиваться. Что особенно показательно сегодня в виду сложившегося экономического положения в стране и в мире. Причем это характерно как для отечественных, так и иностранных организаций.

Например, банковские организации, осуществляющие свою деятельность на территории России, сегодня ведут активную работу над увеличением прибыли за счет оптимизации расходов. Тем не менее, некоторые игроки уже объявили о сокращении своего присутствия в России. Не так давно стало

известно о сворачивании в России бизнеса Bank of Cyprus. В банке подчеркивают, что его потери из-за сворачивания операций за рубежом в прошлом году достигли 303 млн. евро, из них подавляющая часть – 299 млн. евро – приходится на российские операции. По данным СМИ, Bank of Cyprus рассматривает продажу российской «дочки» Юниаструм Банка. Региональную сеть в России может сократить и Nordea. В качестве одной из мер по увеличению эффективности бизнеса в кризисный период банк рассматривает оптимизацию филиальной сети банка. Кроме того, в «Нордеа Банке» намерены полностью сосредоточиться на продуктах и услугах для ключевого клиентского сегмента банка - крупного корпоративного бизнеса, а также скандинавских и международных компаний, работающих в России [1].

Ведут активную работу по корректировке стратегии развития и отечественные организации, функционирующие также и в прочих секторах сферы производственных услуг [5, с. 42]. Например, организации, ведущие свою деятельность в строительной сфере, сегодня столкнулись с падением спроса на свои услуги и как следствие острым дефицитом финансовых ресурсов. Что стимулирует их искать новые инструменты в своей коммерческой деятельности. Так, компания ООО «Алкон», которая оказывает услуги в области строительно-монтажных услуг и гибки профиля уже более 12 лет, сегодня ведет активную работу над усовершенствованием технической базы, парк компании планируется обновить за счет дополнительного приобретения нового оборудования немецкого производителя, которое позволит еще больше снизить себестоимость изготовления несерийные конструкций. Кроме того, организация сегодня делает акцент на переориентации клиентской политики и повышении лояльности клиентов с целью перехода с «заказчиками» на постоянные партнёрские отношения. Тем самым, организация планирует не только сохранить свое положение на рынке, увеличить клиентскую базу, но и повысить коммерческую эффективность бизнеса [3].

Таким образом, экономическая ситуация в стране привела сегодня к замедлению темпов роста многих организаций сферы производственных

услуг, спровоцировала увеличение коммерческих рисков, в результате чего сократилась доходность большинства российских организаций, а также иностранных организаций, ведущих свою деятельность на территории России. Отсюда состояние коммерческой деятельности организаций и в целом бизнеса сегодня можно оценить как крайне напряженное.

Современный деловой мир основан на принципах рыночной экономики. Поэтому с развитием рыночных отношений, а также информационных технологий, технологий маркетинга и ведения коммерческой деятельности перед организациями различных форм собственности открываются новые перспективы, в основе которых, как правило, лежит извлечение прибыли.

Однако сегодня коммерческая деятельность многих отечественных и иностранных организаций подвержена трансформационным процессам. Предприятия вынуждены менять свой «курс» с тем, чтобы остаться на рынке. Текущая ситуация объясняется двумя значительными факторами: замедлением российской экономики и санкциями, введенными против России. Значительная девальвация национальной валюты и ускорившаяся инфляция привели к сокращению реальных доходов населения и, как следствие, падению платежеспособного спроса. Что как нельзя остро ощущают сегодня предприятия сферы производственных услуг.

Сложившееся положение дел стало толчком к новому витку развития коммерческой деятельности организаций, поиску новых нестандартных решений к ведению бизнеса.

Список литературы:

1. Брыткова А., Хасанова С. Приключения иностранных банков в России [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.banki.ru/news/daytheme/?id=7885305>
2. Гумилев П.И. Коммерческая деятельность предприятия общественного питания. – М.: Дело, 2014. – 284 с.
3. Климова Э.Н., Климова Т.В. X-people: новый тип потребителя или новая ценность // Креативная экономика. – 2014. – № 4 (88). – С. 34–41.
4. Официальный сайт ООО «Алкон» [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://alkon54.ru>

5. Оценка качества услуг в системе обеспечения конкурентоспособности предприятия. / Управленческие технологии и модели модернизационных процессов в российской экономике: история и современность Сборник научных статей II Международной научно-практической конференции. под редакцией Кузьминой В.М. – Курск, 2015. – С. 41–46.
6. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. – М.: Инфра-М, 2013. – 240 с.
7. Сироткин В.Б. Финансовый менеджмент фирмы. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 312 с.

ПРОГРАММНЫЙ ПРОДУКТ ОЦЕНКИ РИСКОВ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

Ефремов Петр Александрович

*студент 4 курса, кафедра ИВТ, ЧГПУ им. И.Я. Яковлева,
РФ, г. Чебоксары
E-mail: p0102828@mail.ru*

Софронова Наталия Викторовна

*научный руководитель, д-р техн. наук, профессор кафедры ИВТ,
ЧГПУ им. И.Я. Яковлева,
РФ, г. Чебоксары*

Инвестиционные проекты являются важной составляющей современной экономики. Построение моделей инвестиционного бизнеса – сложный процесс, который охватывает множество неизвестных переменных. Задачи, связанные с привлечением инвесторов всегда были связаны с анализом текущей обстановки в отрасли, поиск возможных конкурентов для проекта, потенциальных покупателей продукта и т. д. Одна из этих составляющих – риск. Анализ всех составляющих представляет собой долгою и кропотливую работу.

Для облегчения вычислений рисков и возможных исходов проекта создан программный продукт СОРИП (система оценки рисков инвестиционных проектов), который представляет собой набор технико-экономических вычислений.

Основная задача, которую решает СОРИП – оценка рисков инвестиционных проектов, оценка наиболее благоприятного и неблагоприятного исхода. Под оценкой рисков понимается процентная вероятность исхода события.

Для работы СОРИП необходимо обладать наборами проектов и их исходом в благоприятном или неблагоприятном случае, оценка текущей ситуации в отрасли инвестиций, если такая имеется.

Программа выдает возможный исход (прибыль или убыль) проекта при заданных параметрах, а также общий отчет по данным проектам.

За основу решения задачи было принято использование дерева решений.

Алгоритм решения задачи:

1. Формулирование задачи. Включает в себя заполнение исходных данных о проектах, возможных исходах в благоприятном или неблагоприятном случае.

2. Построение дерева решений. Происходит на основании исходных данных

3. Оценка вероятностей состояний среды. Определение вероятности возникновения благоприятной или неблагоприятной ситуации. Устанавливается на основе имеющихся данных, либо экспертным путем.

4. Установление возможных исходов для каждого проекта и состояния среды.

5. Решение задачи.

Но прежде чем продемонстрировать процедуру применения дерева решений, введем ряд определений. В зависимости от отношения к риску решение задачи может выполняться с позиции так называемых объективистов и субъективистов [1]. Поясним эти понятия на следующем примере. Проводится лотерея: билет стоит 10 рублей, игрок с равной вероятностью 0,5 может выиграть 100 рублей или ничего. Безусловным денежным эквивалентом (БДЭ) игры называется максимальная сумма денег, которую игрок готов заплатить за участие в игре. Игрок, у которого БДЭ совпадает с ожидаемой денежной оценкой (ОДО) – средним выигрышем в игре называют объективистом, в противном случае – субъективистом. Ожидаемая денежная оценка равна сумме произведений размеров выигрышей на вероятности этих выигрышей.

Программный продукт СОРИП представляет собой вычислительную систему, созданную на базе объектно-ориентированного языка программирования С#. Общий вид программы представлен на рисунке 1.

Наличие исследований	Проект	Ожидаемый выигрыш	Вероятность доленого прогноза	Результат
Не проводится	Аквадром	200000	0,5	10000
		-180000	0,5	
	Гараж	100000	0,5	40000
		-20000	0,5	
Проводится	Аквадром	200000	0,78	116400
		-180000	0,22	
	Гараж	100000	0,78	73600
		-20000	0,22	
Депозит	Депозит	10000	0,78	10000
		10000	0,22	
	Аквадром	200000	0,27	-77400
		-180000	0,73	
Гараж	Гараж	100000	0,27	12400
		-20000	0,73	
	Депозит	10000	0,27	10000
		10000	0,73	

Тип прогноза	Прогноз	Да	Нет	
▶	Благоприятный	0,45	0,78	0,22
	Неблагоприятный	0,55	0,27	0,73

Проект	Результат благ.	Результат неблаг.
Аквадром	200000	-180000
Гараж	100000	-20000
Депозит	10000	10000
▶▶		

Рисунок 1. Экран программы СОРИП

В целом программу можно разделить на три блока:

1. Блок статистической информации о возможных событиях (проектах).

	Проект	Результат благ.	Результат неблаг.
	Аквадром	200000	-180000
	Гараж	100000	-20000
	Депозит	10000	10000
▶*			

Рисунок 2. Экран основной информации СОРИП

Первый блок предназначен для описания возможных проектов компании и их выигрышей. Размер выигрыша (потери) зависит от благоприятного или неблагоприятного состояния рынка. При отсутствии экспертных оценок по состоянию среды инвестирования можно перейти к процедуре принятия решения (блок 3), в противном случае необходимо заполнить вероятности, полученные на основе исследований экспертов.

2. Блок с экспертными оценками, касающимися состояния среды инвестирования.

	Тип прогноза	Прогноз	Да	Нет
	Благоприятный	0,45	0,78	0,22
▶	Неблагоприятный	0,55	0,27	0,73

Рисунок 3. Экран блока с экспертными оценками СОРИП

Второй блок предназначен для уточнения ожидаемой оценки конъюнктуры рынка. Данный прогноз составляет маркетинговая фирма. Возможности этой фирмы в виде условных вероятностей благоприятности и неблагоприятности рынка могут быть оправданы с определенной вероятностью. В примере видно, что когда фирма утверждает, что рынок благоприятный, то с вероятностью 0,78 этот прогноз оправдывается.

3. Вычислительный блок, в котором происходят все вычисления.

Наличие исследований	Проект	Ожидаемый выигрыш	Вероятность удачного прогноза	Результат
Не проводятся	Аквалдром	200000	0,5	10000
		-180000	0,5	
	Гараж	100000	0,5	40000
		-20000	0,5	
	Депозит	10000	0,5	10000
Проводятся	Аквалдром	200000	0,78	116400
		-180000	0,22	
	Гараж	100000	0,78	73600
		-20000	0,22	
	Депозит	10000	0,78	10000
		10000	0,22	
	Аквалдром	200000	0,27	-77400
		-180000	0,73	
	Гараж	100000	0,27	12400
		-20000	0,73	
	Депозит	10000	0,27	10000
	10000	0,73		

Рисунок 4. Экран вычислительного блока СОРИП

Третий блок предназначен для расчета ожидаемых результатов всех проектов на при условиях:

1. маркетинговое исследование не проводилось
2. маркетинговое исследование проводилось

Блок представляет собой табличное представление дерева решений. На основе входных данных происходит расчет результирующих показателей эффективности каждого проекта.

Назначение СОРИП – расчет предварительных прогнозов инвестиционных рисков.

Список литературы:

1. Анфилатов В. С. Системный анализ в управлении: учебное пособие / В.С. Анфилатов, А.А. Емельянов, А.А. Кукушкин. – М.: Финансы и статистика, 2003.

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА КАК ОСОБЫЙ ИНСТИТУТ ОБЩЕСТВА

Жернакова Анастасия Александровна

*студент 3 курса, кафедра финансов и банковского дела
ФГБОУ ВПО «Югорский государственный университет»,
РФ, г. Ханты-Мансийск
E-mail: nasta22.11.95@yandex.ru*

Исламутдинов Вадим Фаруарович

*научный руководитель, д-р экон. наук, доцент ЮГУ,
РФ, г. Ханты-Мансийск*

Теневая (внелегальная) экономика – весьма значительное явление в экономике любой страны, которое можно выделить в самостоятельный институт. Данная экономика является тем феноменом, которому легко можно дать определение, но при этом невозможно точно определить его размеры.

Институализация теневой экономики – закрепление теневого экономического поведения в разнообразные организационно устойчивые формы, признающиеся всеми участниками данного вида деятельности и передающиеся последующим поколениям занятых этой деятельностью субъектов.

Став институтом, теневая экономика претерпевает качественные изменения: из хаотических и случайных, никак не оформленных взаимодействий экономических субъектов, чье поведение не подчиняется никаким правилам, она становится структурированной и самовоспроизводящейся системой, которая скрыта от прямого контроля государства и имеет свою внутреннюю организационную систему.

Теневой институт и теневое поведение существует и во множестве неэкономических сфер: в сферах здравоохранения, правопорядка, образования, правоохранительной, в СМИ и других важных отраслях жизнедеятельности общества.

Понятию «теневая экономика» даются разные определения, но все их связывает то, что теневая экономика – это производство, обмен, распределение и потребление материальных ресурсов, благ и услуг, которые

не контролируются государством и скрываются от него. За счет своей специфики, а именно, деятельности по перераспределению благ в обход органов государства, наносит ущерб экономике страны (города, региона), а так же может способствовать ухудшению криминогенной обстановки, за счет продажи оружия, наркотиков и различных незаконных хозяйственных действий, которые подпитывают уголовные преступления разной степени тяжести.

Внезаконная экономическая деятельность, также как и обычная направлена на удовлетворение потребностей индивида. Следовательно, в теневой экономике, как и в обычной обязательно присутствуют продавец и покупатель, между которыми отношения должны складываться по обоюдному согласию, в противном же случае действие нельзя отнести к экономическому.

Нормативной структуре теневой экономики присущи:

1. простой и ограниченный утилитаризм, норма «воровской» (мафиозной) чести (потеря чести приводит к исключению из социального взаимодействия);
2. завистническое соперничество (постоянное сравнение потенциала насилия, в отличие от рыночного принципа, здесь существует лишь один победитель, остальные – побежденные);
3. секретность, деление на «своих» и «чужих» (полная закрытость в отношениях с внешним миром, особенно с представителями государства, обратной стороной выступает полная открытость и требование говорить членам семьи только правду);
4. круговая порука (ограничивает свободу поведения членов теневых структур, так как благополучие его родных и близких напрямую ставится в зависимость от его поведения);
5. отсутствие нормы легализма, двойные стандарты (презрение членов теневых структур к писанным законам и правилам, часто нарушение закона является одним из способов рекрутирования новых членов, но при этом внутри круга своих нарушения признанных норм жестко пресекаются).

Исходя из выше написанного, можно сделать вывод, что теневая экономика сопровождается большими транзакционными издержками как для остальных субъектов экономической деятельности, так и для самих участников внезаконного рынка. Основными издержками являются:

1. Возникшие институты теневой экономики привели к созданию так называемого бизнеса «для своих», все те, кто не входит в группу «своих», не имеет реальной возможности войти на рынок. Это очень сильно ограничивает конкуренцию, со всеми негативными последствиями.

2. Малый объем инвестиций и сильно ограниченное количество источников их привлечения.

3. Двойная мораль и неопределенность экономических и социальных норм поведения. Это отрицательным образом влияет на существующие моральные устои общества, мораль все дальше отходит от «цивилизованных правил поведения».

При этом теневая экономика максимально фрагментирована и мозаична, она не принимает форму цельной системы и исключает существование единой и обязательной для всех участников рынка конструкции.

Образуется теневая экономика из-за существования условий, которые способствуют выгодному сокрытию своей экономической деятельности от широкого круга лиц. Примерами таких условий может являться сложность бюрократических процедур и высокие налоги, повышенные административные барьеры для выхода на рынок и другие.

Чем сильнее и неотвратимее наказание за ведение теневой экономической деятельности, тем меньше ее размеры. При этом неотвратимость наказания является основополагающим фактором в снижении уровня и объемов развития теневой экономики.

Теневая экономика имеет три крупных блока.

1. Неофициальная экономика – все легально разрешенные виды экономической деятельности, в рамках которых имеет место не учтенное

официальной статистикой, сокрытое от налоговых органов производство товаров и услуг.

2. Фиктивная экономика – это приписки, хищения, спекулятивные сделки, взяточничество и всякого рода мошенничества, которые связаны с получением и передачей денежных средств в обход действующего законодательства.

3. Подпольная экономика – запрещенные законом виды экономической деятельности.

Для «отмывания» денежных средств, полученных в результате внезаконной экономической деятельности, обычно используются страны, кредитно-денежная система которых отвечает следующим параметрам:

- нестабильная правовая база;
- тайна коммерческих и/или банковских операций и неопределенные законы об их регистрации;
- отсутствие налогов или низкий уровень налогообложения доходов иностранных корпораций;
- отсутствие препятствий или минимальные ограничения в отношении обмена иностранной валюты и открытия анонимных (номерных) банковских счетов.

Теневая экономика подразделяется на три сектора по типу связи с официальной экономикой, а также по субъектам и объектам экономической деятельности.

«Вторая» («беловоротничковая») – скрываемая и запрещенная законом деятельность работников «белой» экономики на их рабочих местах, которая приводит к скрытому перераспределению ранее созданного национального дохода. В целом эта экономика не производит никаких новых товаров и услуг. Выгоды, получаемые одними людьми от «второй» экономики получены за счет потерь других людей.

«Серая» («неформальная») – разрешенная законом, но не регистрируемая экономическая деятельность по производству и сбыту обычных товаров и услуг. Производители здесь либо сознательно отклоняются от официального

учета из-за нежелания нести расходы по получению лицензии, выплате налогов и др., либо отчет о данной деятельности вообще не предусмотрен.

«Черная» («подпольная») – запрещенная законом экономическая деятельность, которая связана с производством и сбытом запрещенных товаров и услуг. «Черной» экономикой можно считать все виды экономических взаимодействий, которые исключены из официальной экономики, поскольку считаются несовместимыми с ней и ее разрушающими. Этой деятельностью может быть не только основанное на насилии перераспределение (грабежи, кражи, вымогательство), но и производство товаров и услуг, разрушающих общество (наркобизнес, рэкет).

Между разными формами теневой экономической деятельности нет резкой грани, все теневики сотрудничают друг с другом, это объединяет их в противостоянии официальному миру.

Внезаконная (теневая) экономика, как и легальная, образует системы различных уровней. Одни виды теневых экономических действий (например, рэкет) развиваются в основном на местном уровне. Другие формируют национальные системы (это относится, прежде всего, к коррупции). Третьи развертываются на международном уровне (например, контрабанда).

В отношении незаконной экономики нужно проводить два вида мероприятий. Первое: необходимо с ней бороться при помощи органов охраны правопорядка. Второе – при помощи легализации стандартизировать размеры теневой экономики так, чтобы это пошло на пользу экономике страны. А чтобы теневая экономика не росла необходимо вносить существенные изменения в действующую экономическую политику государства, которые обеспечат оптимальные условия для функционирования отечественных товаропроизводителей.

Список литературы:

1. Исламутдинов В.Ф. Институциональная экономика – 2: учеб. пособие, ЮГУ, 2013.
2. Лагов Ю.В. Теневая экономика: учеб. пособие, Норма, 2006.
3. Мегаэнциклопедия Кирилла и Мефодия [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://megabook.ru/article/Теневая%20экономика>

ЗНАЧЕНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАЗВИТИИ ВЛАДИМИРСКОГО РЕГИОНА

Зайнулина Юлия Андреевна

*студент 5 курса, кафедра "ФПиТД" ВлГУ им АГ иНГ Столетовых,
РФ, г. Владимир
E-mail: stroiteley536@mail.ru*

Сальникова Анастасия Владимировна

*научный руководитель, канд. ист. наук, доц. каф. «ФПиТД» ВлГУ
им АГ и НГ Столетовых,
РФ, г. Владимир*

Экономике Владимирского региона присущи устойчивые темпы развития. Валовой региональный продукт (далее ВРП) за предыдущие пять лет вырос в 1,25 раза и составил 218,7 млрд. рублей. Доля промышленности в ВРП составляет 37,6 %. Объем выпуска промышленной продукции за предыдущие одиннадцать лет вырос в 2 раза. Последние несколько лет Владимирская область является одним из лидеров Центрального федерального округа по объемам привлекаемых иностранных инвестиций. По сравнению с предыдущими периодами их объем вырос в 1,5 раза и составил более 500 млн. долларов США [5].

Лидирующие позиции по темпам роста среди других составляющих экономической активности региона занимает внешняя торговля. Владимирская область обладает мощным экспортным потенциалом. Она входит в число наиболее развитых в индустриальном отношении территорий России. Основную часть экспорта региона составляют продукция машиностроения, а не сырьевые товары. У зарубежных партнеров спросом пользуются путевое оборудование, полимерные материалы, электрооборудование. Главными товарами областного экспорта являются также фанера клееная, прокат цветных металлов, изделия из стекла и пластмассы. В импортных поставках, как и в экспортных, преобладает продукция машиностроения, а именно, технологическое оборудование [5].

В 2013 году внешнеторговый оборот предприятий по сравнению с предыдущими годами вырос на 12 %, экспорт увеличился 1 %; импорт – на 19 %. В 2014 году по сравнению с 2013 годом объемы внешней торговли сократились на 5 %, экспорта – на 8 %, импорта – на 4 % [6].

Наибольший процент импортных товаров приходится на продукцию химической промышленности, продовольственные товары и сырье, топливно-энергетические товары, металлы и изделия из них, экспортных – на продукцию машиностроения, древесину и целлюлозно-бумажные изделия (Рисунок 1) [2].

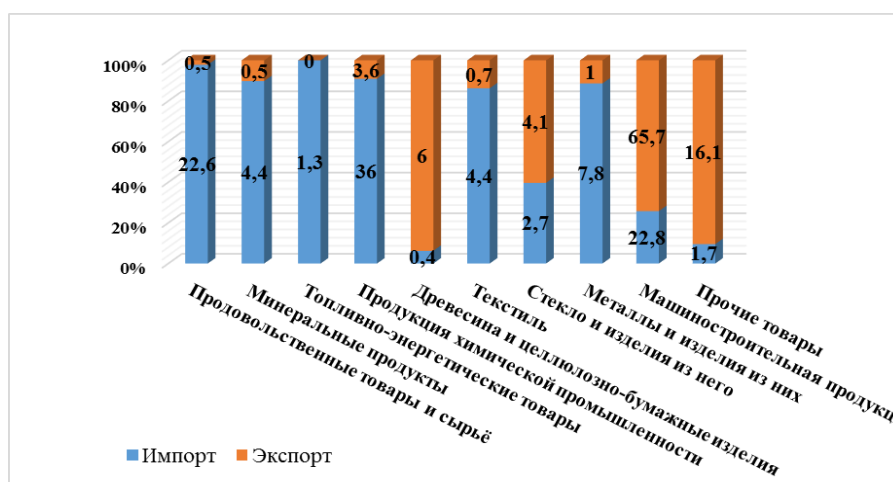


Рисунок 1. Товарная структура импорта и экспорта Владимирской области, %

За период 2013–2014 годов во внешнеэкономической деятельности Владимирского региона на постоянной основе принимали участие 359 участников, из которых 333 – юридические лица.

Основными торговыми партнерами Владимирского региона в 2014 году стали: Германия, Италия, Нидерланды, Азербайджан, Китай, Украина, Польша, Турция, Бельгия, Финляндия, Узбекистан. (Рисунок 2) В число основных торговых партнеров не вошли: Индия, Венесуэла, Чешская республика. Среди новых партнеров-лидеров отметим Италию, Азербайджан, Бельгию, Финляндию, Узбекистан [5].

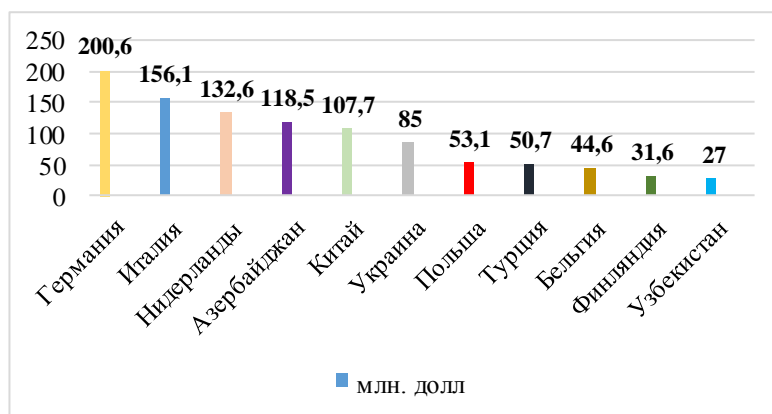


Рисунок 2. Основные страны торговые партнёры Владимирского региона в 2014 году

В страны дальнего зарубежья направляется 68,7 % общего объема экспортируемой продукции. Объем импортных поставок в страны дальнего зарубежья составил 94,4 % [5]. Уменьшение объемов импорта из этих стран обусловлено сокращением ввоза продукции химической промышленности, машин и оборудования, текстильных изделий и обуви. Вместе с тем ввоз продовольственных товаров увеличился на 18,6 %, металлов и изделий из них – 18,9 %. В товарной структуре импорта из стран СНГ наибольший объем занимают продовольственные товары; текстильные изделия и обувь; продукция химической промышленности; машины и оборудование [6].

Во Владимирском регионе наиболее количество предприятий приходится на производство машинного и электрооборудования, фармацевтической продукции, а также текстильное, швейное производство и химическое производство (Рисунок 3).

Поскольку в настоящее время не имеется универсальных методов оценки ВЭД регионов, то вернее всего использовать статистическую систему показателей. На основании имеющихся данных за период 2013–2014 годов можно рассчитать ряд показателей (Таблица 1).



Рисунок 3. Предприятия с иностранными инвестициями во Владимирской области по отраслям производства

Таблица 1.

Основные показатели объёма внешнеторгового оборота Владимирского региона за 2013–2014 годы

Год	Экспорт, млн. долл. США	Изменение (+/-) экспорта, %	Импорт, млн. долл. США	Изменение (+/-) импорта, %	Внешнеторговый оборот, млн. долл. США	Изменение (+/-) внешнеторгового оборота, %
2013	1184,8	+1 %	2285	+ 19 %	3477,3	+12 %
2014	1094,02	-8 %	2197	- 4 %	3292	- 5 %

Таким образом, внешнеторговый оборот Владимирской области в 2014 году уменьшился, что связано с сокращением сфер сотрудничества с такими странами, как Украина, Италия, Польша, Финляндия, США [6].

На территории области разместили свои производства и успешно работают крупные компании мирового уровня в таких сферах, как пищевая промышленность (Крафт Фудс, Ферреро, Хаме Фудс), производство бытовой техники (Вестел, Беко), химическое производство (Лауша Файбер, Грайнер Пэкэджин, Овенс Корнинг) и др. Наибольшее число предприятий с иностранными инвестициями приходится на Турцию, Италию, США [2].

Внешнеэкономическая деятельность имеет для Владимирского региона важное значение: развивается производство во многих отраслях промышленности, иностранные компании инвестируют средства в уже имеющееся производство или открытие транснациональных корпораций на территории региона, увеличивается число рабочих мест вследствие чего повышается уровень жизни населения, за счёт налоговых отчислений предприятий, таможенных платежей пополняется государственный и региональный бюджет. Все это позволяет Владимирской области занимать одну из лидирующих позиций в Центральном федеральном округе.

Список литературы:

1. Закон Владимирской области от 16 февраля 2015 г. № 6-ОЗ «О государственной инвестиционной политике во Владимирской области».
2. Владимирская область территория делового благоприятствования [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://dvs.avo.ru>. (Дата обращения 26. 03. 2015).
3. Департамент инвестиций и внешнеэкономической деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://trade.avo.ru>. (Дата обращения 29. 03. 2015).
4. Консультант плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.consultant.ru>. (Дата обращения 29. 03. 2015).
5. Официальный интернет портал администрации Владимирской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.avo.ru/region/results>. (Дата обращения 01. 04. 2015).
6. Федеральная таможенная служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://customs.ru>. (Дата обращения 01. 04. 2015).

ПРИМЕНЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УПРАВЛЕНИИ ЗАПАСАМИ ОРГАНИЗАЦИИ

Белькова Анастасия Сергеевна

Капинская Наталия Валерьевна

*студенты 4 курса, кафедра финансового менеджмента РЭУ
им. Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

Ронова Галина Николаевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры «Финансовый
менеджмент» РЭУ им. Г.В. Плеханова,
РФ, г. Москва*

В современных условиях управление запасами является наиболее ответственным и труднореализуемым звеном в системе управления различными аспектами финансово-хозяйственной деятельности любого предприятия.

Процесс управления запасами представляет собой приведение к оптимуму запасов производственных товаров, незавершенного производства, сырья и других объектов работы предприятия. Основная цель управления запасами – это уменьшение затрат хранения одновременно с обеспечением бесперебойной деятельности предприятия и тем самым достижение высокого уровня обслуживания клиентов данного предприятия.

Если процесс управления запасами отлажен, и он показывает себя эффективным, то это гарантирует удовлетворение или возможное превышение ожиданий покупателей, что в свою очередь вызывает максимизацию чистой прибыли.

Таким образом, можно сказать, что управление запасами на предприятии является важным и основополагающим пунктом в программе управления деятельностью предприятия для его успешного функционирования и развития.

Так что же такое запасы? Материально-производственные запасы – это материальные активы, которые предназначены для продажи в течение обычного делового цикла, производственного потребления внутри

предприятия, производственного потребления в целях изготовления впоследствии реализуемой продукции [4, с. 46].

Запасы можно разделить на производственные и товарные.

Производственные запасы – это материальные ценности, оборотные средства в виде предметов труда, которые имеют своим предназначением переработку и использование, являются основой для изготовления готовой продукции, для хозяйственных потребностей и для выполнения работ. Производственные в свою очередь делятся на основные запасы (являются базой для изготовления продукта) и вспомогательные (путем воздействия на основные запасы, вспомогательные придают им определенные свойства и находят применение в качестве средств хранения, средств производства или для других хозяйственных нужд).

Товарные – это запасы, представляющие сумму товарной массы в процессе движения ее от производственного цеха до рук потребителя.

Производственные и товарные запасы делятся на текущие, страховые и сезонные. Главной частью являются текущие запасы, которые являются постоянно обновляемыми, создающимися регулярным образом, потребляющиеся равномерно в процессе производства или сбыта потребителям, обеспечивающие непрерывность производственного процесса (или товарного). Сезонные запасы необходимы, так как существуют сезонные особенности производства, потребления, закупки сырья. Запасы целевого назначения присутствуют на предприятии для определенных его целей деятельности, например, при проведении встречной торговли в условиях закупки каких-либо сырьевых ресурсов: шерстяных вещей при закупке шерсти овец, творога при закупке молока и т. д.

Одним из методов определения количества запасов на складе является инвентаризация. При данном методе отсутствует возможность быстрого определения уровня запасов по определенным позициям, к тому же инвентаризация требует скрупулезного внимания и значительных временных затрат. Такие неэффективные условия легко устраняются при

применении информационных технологий: специализированных программных обеспечений, технических средств идентификации (ридеры, сканеры), при использовании радиочастотного кодирования.

Управление запасами эффективно производится программными средствами типа MRP (Material Resource Planning). ERP системы также реализуют управление запасами, чаще всего с помощью технологий SIC (Statistical Inventory Control). Рассмотрим их подробнее [1, с. 59].

Система «Управление пополнением запасов» (PDS – Pond-Draining System, SIC – Statistical Inventory Control)

Основное внимание в данной системе уделяется поддержке необходимого для производства запаса комплектующих и материалов. Большая номенклатура продукции производится с опережением и хранится в специально отведенных местах (складах) для частей, полуфабрикатов и узлов. Если заказы поступили, то оперативно производится заключительная сборка незавершенной продукции со складов и далее следует заказчикам. Данная система подходит, если производитель не владеет достоверной информацией о требуемых сроках производства и о количестве изделий; она применима для вспомогательных материалов или в коротком производственном цикле.

Рассмотрим следующую информационную систему – это MRP (Material Requirement Planning), также ее называют толкающей системой. Здесь основное внимание направляется на использование информации о поставщиках, заказчиках и производственных процессах для управления потоками комплектующих и материалов. То есть в данной системе учитывается полная достоверная информация о сроках производства. Планируются к поступлению на предприятие партии комплектующих и материалов, учитывая сроки (плюс страховое опережение), когда в них возникнет необходимость для изготовления узлов и сборных частей, которые в свою очередь изготавливаются и доставляются к заключительному этапу сборки в регламентируемые сроки. Таким образом, готовая продукция изготавливается и прибывает к заказчикам в соответствии с обговоренными обязательствами.

Почему данная система называется толкающей? Поступающие одна за другой партии сырья и материалов, как бы проталкивают поступившие предыдущие партии по всем стадиям производственного цикла.

Особенности применения MRP-систем:

- применяется первоочередно на производственных предприятиях с достаточно длительным производственным циклом для реализации производственных потребностей и в нее входят функциональность по описанию и планированию загрузки производственных мощностей (Capacity Resources Planning, CRP) и функциональность MRP. Основная цель – обеспечение нормальных условий для реализации плана выпуска продукции.

- применяются при процессном производстве компании, если также производственный цикл достаточно длительный;

- небольшая частота применения на предприятиях, занимающихся торговлей, сервисом, реализующие транспортные услуги, т.е. компаниях не производственного профиля.

«В нужное время и в нужном количестве» – основная идея данной системы, которая означает, что все сырье, все комплектующие, все материалы должны находиться четко в том месте, где они должны потребоваться, причем в определенном количестве.

Элементами MRP-систем являются: элемент, который выполняет функцию программной исполнительности алгоритмической основы, элементы, назначение которых в предоставлении информации, элементы, необходимые для предоставления результата деятельности программы MRP.

Среди элементов, предоставляющих информацию можно выделить:

1. MPS (Master Production Schedule) – основной производственный план-график. Его разработку можно представить в виде петли. Этапы: разработка «черновика», чтобы оценить возможности обеспечения выпуска по мощностям и ресурсам; далее производится уточнение и детализация системой плана-графика касаясь материальных ресурсов, если необходимого ресурса нет, или нет необходимого количества этого ресурса, или если поставки ресурсов

слишком длительные, то MPS изменяется в соответствии с текущими условиями; после внесения необходимых изменений MPS утверждается, и, базируясь на данном плане-графике, начинается реализация производственных заказов.

2. Состав изделия, ведомость материалов. Ведомость материалов – это номенклатурный перечень материалов и их количества для производства определенного изделия или узла. Обеспечивается формирование всеобъемлющего списка готовой продукции, описание состава изделия, количества ресурсов для производства каждого изделия. Данный источник информации представляет собой базы данных, отражающие полную информацию об изделиях, которая должна своевременно и точно изменяться при физическом изменении в изделиях.

3. Состояние запасов. В базах данных предприятия приводится текущее состояние запасов с учетом определенных характеристик. У каждой учетной единицы запасов может быть только одна идентифицирующая ее запись с характерным кодом (указываются общие данные, данные запаса, код, тип, вес, и т.д., единицы запаса и хранения, заказанный запас, признак серии, оптимальный размер, данные по закупкам и продажам, сведения о себестоимости, цена, основной поставщик, единицы закупки и продажи, производственные данные и пр.). Записи о запасах должны обновляться постоянно.

После получения информации MRP реализует следующие действия:

- основываясь на MPS, определяется количество изделий для каждого времени планирования;
- затем к ним прибавляется определенное число запасных частей;
- для основных изделий и для запасных частей рассчитывается общая потребность в ресурсах, при этом учитывая состав изделия с распределением по периодам времени планирования и ведомость материалов;

- происходит корректировка общей потребности в материалах в соответствии с данными о состоянии запасов на каждом периоде планирования;

- производятся заказы на доведения запасов до необходимого количества (учитывая время опережения).

После обработки MRP мы получаем выходные данные – план-график снабжения материальными ресурсами производства. Чтобы он реализовался, также появляется график заказов поставщикам ресурсов. После работы MRP могут просто вноситься корректировки в ранее оформленный план-график снабжения производства, а также разрабатываются отчеты, которые могут понадобиться при управлении процессом снабжения производства.

Основное преимущество таких систем – это выстраивание определенной последовательности действий с ресурсами, которая обеспечивает изготовление полуфабрикатов в срок для успешной реализации плана выпуска готовой продукции.

Продолжением MRP-системы является система MRP II (Manufacturing Resource Planning). Она подразумевает под собой планирование по MRP с добавлением функции управления складами, снабжением, производством, финансами и продажами. Данная система подстраивается под внешние изменения, моделирует различные ситуации. По всем перечисленным выше разделам работы системы производится анализ всей системы в целом (Performance Measurement), что обеспечивает гибкость по отношению к внешним факторам.

Также мы хотели бы разобрать распространенную систему – это ERP-система (Enterprise Resource Planning). Она базируется на постулатах системы MRP II, но при этом добавляется модуль финансового планирования, что делает ее более универсальной, т.к. может быть применима как к производственным организациям, так и к организациям, предоставляющим услуги.

Данная система может быть рекомендована предприятиям, отличающимся следующими признаками: сложный тип производства, большой размер,

разветвленная филиальная сеть, значительный объем складских операций, разнообразный ассортимент продукции.

Главной идеей ERP-системы является объединение различных подразделений и функций организации в единой компьютерной системе, которая способна удовлетворять потребность каждого объединенного ею подразделения. Посредством такого объединения и с единой базой данных подразделения могут легко обмениваться информацией и эффективно взаимодействовать друг с другом. Основные подсистемы, входящие в данную систему: управление персоналом, управление проектами, управление материальными потоками, управление производством, управление качеством, управление сервисным обслуживанием, управление финансами.

Рассмотрим, как выглядит идеальный вариант работы ERP-системы. Менеджер отдела продаж, взаимодействуя с покупателями, имеет необходимую информацию для составления заказа, что включает в себя историю заказов, историю платежей, наличие товара на складе, ожидаемое поступление из производства и пр. После этого составленный заказ взаимодействует с допустимым кредитом покупателя, наличием товара на складе в настоящий период времени. В процессе выполнения заказа каждое подразделение предприятия может зайти в ERP-систему и посмотреть статус заказа, достаточно просто набрав номер заказа. После окончания обработки заказа одним отделом, например, оценка времени производства, заказ автоматически пересылается в следующий отдел, например в «планирование» или сразу в «производство». При таком идеальном процессе работы ERP-системы обработка заказа на предприятии происходит значительно быстрее, без задержек на дополнительное согласование и пр. Таким образом, покупатели получают свои заказы в ускоренном темпе.

Таким образом, можно сделать вывод, что использование информационных технологий при управлении запасами позволяет существенно уменьшить уровень запасов, следовательно, высвободить дополнительные финансовые средства, а также повысить качество обслуживания клиентов.

Внедрение таких технологий иногда может проходить болезненно для предприятия, так как необходимо менять внутренний его уклад, но такие негативные особенности, в последствие восполняются полученными выгодами от использования информационных систем.

Список литературы:

1. Васюхин О.В., Варзунов А.В. Информационный менеджмент: учебное пособие.: СПбГУ ИТМО, 2011 – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://textb.net/101/index.html> (дата обращения 23.11.2015).
2. ИТ-курс на оптимизацию бизнеса. Юлия Граванова. Интернет-издание о высоких технологиях – № 12. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://biz.cnews.ru/reviews/free/trade2006/articles/itopt> (дата обращения 23.11.2015).
3. Кириченко Т.В. Финансовый менеджмент: учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2013 – с. 484.
4. Ронова Г.Н., Ронова Л.А. Финансовый менеджмент: учебно-методический комплекс. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2008 – с. 170.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ АДАПТАЦИЯ ДЕТЕЙ-СИРОТ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Карасева Алёна Сергеевна

*студент 2 курса, кафедра социальной работы МГУ им Н.П. Огарева,
РФ, г. Саранск
E-mail: karaseva.alena@inbox.ru*

Мышкина Наталья Петровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент МГУ им Н. П. Огарева,
РФ, г. Саранск*

Дети-сироты – это лица, оставшиеся без попечения родителей, в возрасте до 18 лет, которые остались без попечения единственного родителя или обоих родителей в связи с лишением их родительских прав, ограничением их в родительских правах, признанием родителей безвестно отсутствующими, недееспособными (ограниченно дееспособными), объявлением их умершими, установлением судом факта утраты лицом попечения родителей, отбыванием родителями наказания в учреждениях, исполняющих наказание в виде лишения свободы, в иных случаях признания детей оставшимися без попечения родителей в установленном законом [5].

На сегодняшний день численность детей, нуждающихся в поиске семьи составляет 118 тысяч, чем в 2014 г. их число сократилось на 9 тыс., составив 621 774 чел. Это те дети, которые находятся во всероссийском банке данных, также 44 тыс. из этих сирот – это дети, у которых есть живые родители, лишённые родительских прав; 6,5 тыс. детей из этого числа усыновлены. Хотя за 5 лет (с 2010–2014 гг.) в Республике Мордовия количество детей, воспитывающихся в детских домах и школах-интернатах, уменьшилось в 2,5 раза [4].

Данные дети помещаются в специализированные учреждения, к примеру, детские дома, дома-интернаты, дома ребенка, приюты. Основными причинами этого выступают социальные, педагогические и психологические нарушения. На сегодняшний день в России количество детей-сирот составляет более 270 тыс. чел.

Социально-экономическая адаптация включает в себя не только вопросы общественного приспособления детей к трудовому рынку, но и детализирует аспекты, относящиеся к хозяйственной сфере. В современном мире данный процесс акцентирует свое внимание на экономической ситуации, способствующей изменению и развитию индивида при воспроизведении экономической культуры, экономических норм, мышления. Это, в конечном результате, приводит к самосовершенствованию личности и формированию у него значимых качеств в данной области, его приспособлению к социуму. Основным и отличительным показателем эффективности социально-экономической адаптации является проявление феномена адаптации и за пределами личностных отношений и связей. При этом активизируется экономическая культура в иной сфере – личностной, обусловленной эмоциональными проявлениями и требующими знаний о мотивах поведения и многом другом.

Разнообразные педагогические измерения социально-экономической адаптации неразрывны наряду с качественными характеристиками включают и количественные. Исходя из этого, выделим высокую и низкую социально-экономическую адаптацию данной общественно незащищенной категории детей.

Анализируя первый вариант, следует отметить возрастающий экономический статус личности, способность к удовлетворенности субъектами системы ее элементов. При взаимодействии с личностью социальных организаций, происходит образование определенного рода отношений и формирование совокупности взглядов на хозяйственный рынок, в том числе, рынок труда и профессии, наиболее значимые экономические особенности и иные аспекты. Например, по данным официальной статистики, в Республике Мордовия за 2012–2014 гг. Центром занятости было временно трудоустроено 244 подростка (аналогичный период 2012 года – 115 чел.). Кроме того, некоторые дети-сироты трудоустроивались самостоятельно.

При втором варианте наблюдается уменьшение показателей адаптации. Наиболее значительными предпосылками для этого служат девиантное и делинквентное поведение, отражающееся в возникновении конфликта или маргинальности. К примеру, в России количество детей-сирот, обучавшихся на ступени основного общего образования в специальных учебно-воспитательных учреждениях закрытого типа составляло в 2010 г. – 55 %, а в 2011 г. – 52 %. Соответственно в специальных учебно-воспитательных учреждениях открытого типа составляло на 2009 и 2010 гг. – 75 %, в 2011 году – 81 %. Следует подчеркнуть, что из общего числа воспитанников учреждений открытого типа 240 человек (9,9 %) составляли дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей (2009 г. – 300 чел. (10 %); 2010 г. – 232 чел. (9,4 %)).

Таким образом, условием для наступления совершенной адаптации детей-сирот являются лишь изменения в экономической культуре в том числе, в поведении.

Многочисленные асоциальные явления и ситуации, проявляющиеся в данной системе, не всегда имеют положительный результат. Представленный вариант является основой для появления в рядах данной категории ребят маргинализированных слоев. Американский социолог Р.Э. Парк отмечает, что это «индивид, находящийся на границе двух различных культур [3, с. 117–118]. Позиция другого ученого-исследователя Э. Стоунквиста характеризует статус рассматриваемого человека как участника культурного конфликта, который не относится ни к одной из культур [2, с. 256–257]. Он выделяет ряд особенностей, относительно классификации, анализируемой категории: во-первых, статусная неопределенность поиска работы, трудности ее освоения. Во-вторых, дополнительные проблемы, возникающие в психологическом плане [1, с. 39]. В итоге процесс адаптации ребенка приводит к нарастанию негативной тенденции в обществе посредством выхода детей из специализированных учреждений и их дезадаптация к современным социально-экономическим отношениям.

Таким образом, анализ исследований в области приспособления детей-сирот к указанным раннее условиям позволяет сделать вывод, что их успешная адаптация связана с формированием у них экономической культуры, экономического статуса субъекта, в том числе его экономического поведения.

Экономическое мышление предполагает знания в области экономики (базовые понятия, категории, законы, а также трудовое законодательство), ценности и качества, присущие индивиду.

Заметим, что социально-экономическая жизнедеятельность в пределах интерната или приюта не способна в полной мере гарантировать нормальные условия для повышения уровня адаптации. Неспособность правильно планировать свой бюджет, создавать свой быт являются одной из причин для формирования у ребенка определенных ценностных и целевых установок, особенно экономических.

Формированию у детей-сирот навыков адаптации способствует определенное количество качеств: во-первых, выражающих отношение к работе (трудолюбие, внимательность, ответственность, творческий подход); во-вторых, характеризующие общий стиль поведения и деятельности (исполнительность, самостоятельность, активность и энергичность, гибкость); в-третьих, характеризующие отношение к себе (требовательность, уверенность, стремление к самосовершенствованию) [6, с. 84].

Такой критерий как самочувствие принадлежит к мотивам, поведению и потребностям человека, проявляющихся системно в экономической области. Такой показатель как экономическое действие включает в себя трудовые навыки (умение пользоваться справочной литературой и специализированной техникой), поведение (воспроизводство и поддержание определенного уровня отношения в конкретной сфере), опыт в изучаемой области знания (принимать различного рода экономические решения и прогнозировать конечные результаты).

Одним из важнейших условий для возникновения деятельностного процесса является наличие знаний, навыков. Навыки, приобретаемые детьми-

сиротами, могут превратиться в мертвый капитал, если их не совершенствовать и не развивать.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что социально-экономическая адаптация детей-сирот является процессом совмещения определенных ценностей, выступающих основой для принятия новых условий или же противостояние.

Список литературы:

1. Абакумова И.В. Ценностно-смысловые установки как фактор формирования антитеррористического сознания в поликультурной среде вуза // Российский психологический журнал. – 2013. – № 5. – С. 39–54.
2. Баньковская С.П. Парк Р.Э. Современная западная социология: словарь. – М.: Политиздат, 1990. – 432 с.
3. Кунуркульжаева Г.Т. Актуальные проблемы формирования экономической культуры студентов ВУЗа на современном этапе // Вестник Национальной академии наук Республики Казахстан. – 2008. – № 2. – С. 117–119.
4. Официальный сайт Государственного Собрания Республики Мордовия [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: [www. gsrn.ru](http://www.gsrn.ru) (дата обращения: 23. 09. 2015)/
5. О дополнительных гарантиях по социальной поддержке детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей: Федеральный закон от 21.12.1996 № 159-ФЗ (ред. от 31.12.2014) [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.consultant.ru>
6. Фитерман Р.А. Критерии социально-экономической адаптированности детей-сирот // Воспитание и дополнительное образование. – 2009. – № 9. – С. 82–85.

ЗАНЯТОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ РОССИИ

Кислова Алина Вячеславовна
студент 2 курса Оренбургского ГАУ,
РФ, г. Оренбург
E-mail: kislova-av@mail.ru

Зубкова Сюзанна Александровна
научный руководитель: старший преподаватель Оренбургского ГАУ,
РФ, г. Оренбург

Занятость населения составляет необходимое условие для его воспроизводства, так как от нее зависят уровень жизни людей, издержки общества на подбор, подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров, на их трудоустройство, на материальную поддержку людей, которые лишились работы.

В соответствии с действующим в России законодательством, под занятостью понимается – деятельность граждан, связанная с удовлетворением личных и общественных потребностей, не противоречащая законодательству и приносящая, как правило, им заработок, трудовой доход [2].

Обеспечение занятости населения в сельской местности остается острой проблемой для миллионов россиян, проживающих вдали от городов и мегаполисов. Адаптация сельскохозяйственного сектора к рыночным условиям привела к существенному сокращению занятости в 2000-х годах вследствие недееспособности многих сельхозпредприятий.

В результате в сельской местности регистрируется более высокий уровень безработицы, чем в целом по стране. Сравнительный анализ занятости на сельском и городском рынках труда России за период с 2003 по 2013 гг. показывает, что село значительно проигрывает городу (рис. 1).

На протяжении всего анализируемого периода, кроме 2003 г., уровень занятости экономически активного населения в городе был значительно выше, чем на селе, особенно в 2009–2010 гг., а уровень безработицы соответственно ниже.

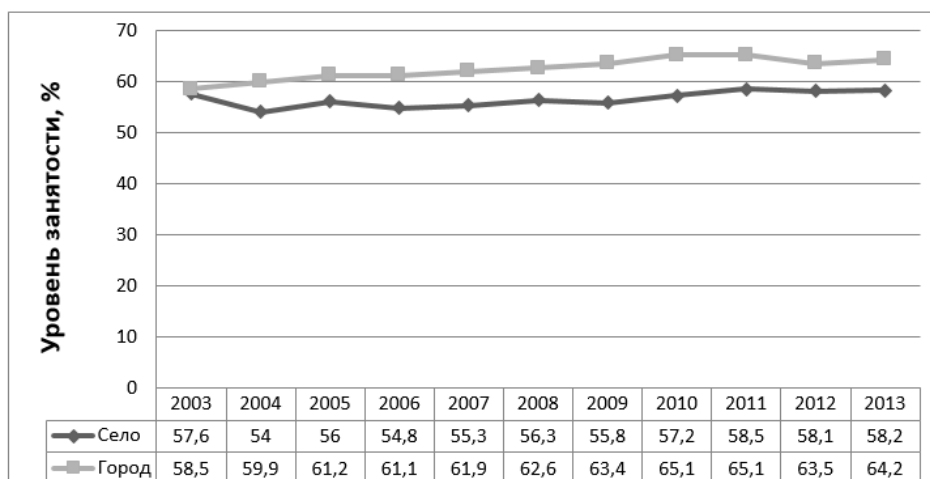


Рисунок 1. Уровень занятости сельского и городского населения в возрасте 15–72 лет, % [3]

Перспективы занятости на селе далеко не радужные. Численность работников сельскохозяйственных организаций уменьшается. Только за последние 10 лет она сократилась на 3 млн. чел., или 64 % [5]. Это обусловлено в первую очередь сокращением объема производства, неудовлетворительным финансовым положением, банкротством многих хозяйств. В 2013 г. насчитывалось 29 % убыточных сельскохозяйственных предприятий против 27,9 % в 2012 г.

Современная ситуация с кадровым обеспечением сельского хозяйства нестабильна. В условиях сильной безработицы на селе многие хозяйства нуждаются в рабочей силе. Кадровый дефицит, безусловно, связан с региональной несбалансированностью рынка труда, а также нехваткой профессиональной квалифицированной рабочей силы. Рабочих кадров не хватает, а рабочие места остаются вакантны из года в год.

В Оренбургской области на сельскую местность приходится 40,2 % от числа оренбуржцев, занятых в экономике – это 406 тысяч человек. За пять месяцев текущего года в службу занятости в поиске работы обратилось более 21 тысячи человек, из которых 9,5 тысяч – сельчане [4].

Предприятия нашей области испытывают потребность во многих специальностях. Так, из необходимых 990 овощеводов, имеется всего один; из 437 трактористов только 198, из 232 механизаторов – 63. Кроме того,

наблюдается дефицит агрономов, животноводов, зоотехников, ветеринарных врачей и пр. [4].

Напряженная ситуация на сельском рынке труда влечет за собой массовые опасения потери работы, что дестабилизирует социальную ситуацию на селе. Но государство старается улучшить положение и разрабатывает различные программы поддержки села.

Так, с 2009 г. государство в рамках мероприятий по снижению напряженности на рынке труда оказывает материальную поддержку каждому безработному, желающему организовать собственное дело, в размере 58,8 тыс. руб. А начиная с 2009 г. – столько же на каждое дополнительно создаваемое рабочее место. Это повлекло за собой значительное увеличение обращаемости сельских безработных в службы занятости за содействием в организации собственного дела.

Еще в качестве примера можно сказать о государственной программе поддержки молодых специалистов на селе. Им выплачивается ежемесячная доплата на срок до двух лет в размере от 2000 до 2500 рублей и единовременное пособие в размере до 100 тысяч рублей, при условии заключения трудового договора на срок не менее 5 лет. Это привело к увеличению заинтересованности молодых людей в работе на селе.

В Оренбургской области разработан план совместных мероприятий по профессиональной ориентации учащихся образовательных организаций, министерств труда и занятости населения и министерства образования Оренбургской области. В школах и профессиональных учебных заведениях проводятся лекции и беседы о состоянии рынка труда, проблемах выбора профессии, тематические классные часы, родительские собрания и конференции, заседания круглых столов; анкетирование и тестирование выпускников школ с целью выявления их профнаправленности и оказания необходимой помощи.

Ежегодно в области проводятся профориентационные акции «Выбор», «День юного предпринимателя», «Формула успеха», «Полезные каникулы»,

«Начинающий фермер», конкурсы творческих работ «Я б в рабочие пошел...», «Трудовая династия», «Моя профессиональная карьера» «Достойный труд земляков».

С 2010 года в области действуют аграрные классы. За это время обучение в них прошли свыше одной тысячи ребят. В 2013–2014 учебном году агроклассы действовали в 24 школах 13 районов области. Занятия организовывались с использованием видеоматериалов, подготовленных преподавателями Оренбургского государственного аграрного университета. Практические занятия проходили на базе ведущих сельскохозяйственных предприятий.

В 2014 году министерством труда и занятости населения подписано соглашение о сотрудничестве с Оренбургской государственной медицинской академией, в котором стороны обязуются совместно действовать в области профессиональной ориентацией учащихся старших классов с целью их привлечения к профессиям медицинского профиля.

Таким образом, можно сказать, что состояние рынка труда в сельском хозяйстве является нестабильным, многие предприятия нуждаются в рабочей силе, а специалисты в достойной заработной плате. Чтобы сохранить село как подсистему общества, выполняющую не только производственную, но множество других важных общенациональных функций, государство принимает всевозможные меры для стабилизации положения в сельском хозяйстве и его дальнейшего развития.

Список литературы:

1. Занятость на селе и диверсификация сельской экономики // Экономика сельского хозяйства России. – 2011. – № 1.
2. Концепция устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30.11.2010 г. № 2136-р.
3. Минсельхоз России. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: www.mcsx.ru
4. Министерство сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей промышленности Оренбургской области. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://mex/orb.ru/>

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСИРОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Колотухина Ирина Игоревна

*студент 1 курса, кафедра финансы кредит и страховое дело СтГАУ,
РФ, г. Ставрополь*

E-mail: KolotuhinaIrina@yandex.ru

Клишина Юлия Евгеньевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент СтГАУ
РФ, г. Ставрополь*

Некоммерческая организация, сокращенно НКО – организация, не имеющая в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющая полученную прибыль между участниками. Бюджетные учреждения являются главными представителями НКО. В соответствии со статьей 9.2 Федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» бюджетные учреждения созданы для оказания услуг и выполнения работ в целях реализации полномочий органов власти и местного самоуправления в сферах образования, медицины, культуры, социальной поддержки и т. п. [1].

Финансирование вышеуказанных отраслей производится путем предоставления в безвозвратном порядке денежного обеспечения, ассигнования денежных средств из государственного и местного бюджетов на выполнение государственных заказов, программ и содержание государственных организаций.

Приоритетную и основополагающую роль в организации и осуществлении бюджетного финансирования играют принципы БФ. К ним относят [2]:

1. Получение максимального эффекта при минимуме затрат. Выделение средств из бюджета государства должно гарантироваться максимальным эффектом от их использования.

2. Целевой характер использования. Данный принцип базируется на конкретном получателе денежных средств. Цель использования дотаций должна быть заранее обусловлена и спроектирована.

3. Предоставление бюджетных средств только в меру использования ранее выделенных ассигнований.

4. Принцип безвозвратности и безвозмездности. Предоставление государственных средств осуществляется на условии невозвратности в бюджет.

Начиная с 2012 года, в соответствии с постановлением Правительства РФ № 671 «О порядке формирования государственного задания в отношении федеральных государственных учреждений и финансового обеспечения выполнения государственного задания» все бюджетные учреждения финансируются в соответствии с государственными заданиями (госзадания). Этот способ помог конкретизировать механизм предоставления дотаций из государственного бюджета всем видам бюджетных учреждений.

Существует определенный порядок и условия финансового обеспечения госзадания, причем для каждого вида учреждения он свой. Так, к примеру, процесс финансирования казенных учреждений происходит за счет бюджетных средств, которое предполагает составление отчетов и смет доходов и расходов, для автономных учреждений предусмотрены субсидии [2]:

- субсидии на приобретение капитальных вложений (ст. 78.2 БК РФ);
- субсидии на иные цели (абзац второй п. 1 ст. 78.1 БК РФ).

Размер субсидии определяется учредителем на основе нижеприведенных факторов:

- расходы бюджетного учреждения на содержание особо ценного движимого и недвижимого имущества;
- расходы на уплату налогов, объектом налогообложения, которого выступает соответствующее имущество, в том числе земельные участки, за исключением сдающихся в аренду;
- расходы на содержание имущества;
- учет нормативных затрат на оказание бюджетным учреждением услуг физическим и юридическим лицам.

Существует еще один вид субсидий – на цели, не связанные с выполнением государственного или муниципального задания. Вопрос

о предоставлении такого рода субсидий решается непосредственно учредителем, а объем и условия устанавливаются Правительством РФ на уровне государства, местной администрацией – на уровне муниципалитета.

Приоритетным элементом данной субсидии выступает цель использования денежных средств. Область применения довольно широка [3]:

- приобретение основных средств, в том числе недвижимого имущества;
- проведение капитального ремонта и реконструкций;
- мероприятия по ресурсосбережению;
- повышение квалификации и обучение сотрудников;
- ликвидация последствий стихийных бедствий;
- погашение кредиторской задолженности;
- реализация грантовых проектов.

Определение объема таких субсидий регулируются нормативно-правовыми актами государства, региона и муниципалитета. На практике применяют два способа учета размера данных выплат. Первый способ – определение учредителем на основе планируемой стоимости необходимых товаров, услуг с учетом ограничений бюджетных ассигнований согласно территориальному бюджету. Второй способ – заявка на субсидию, предоставляемая бюджетной организацией учредителю, в которой указывается целевое направление, наименование расходов, сумма и необходимые основания.

Для осуществления такого рода субсидирования руководствуются вторым принципом бюджетного финансирования – целевой характер использования. На практике происходит заключение соглашения между учредителем и бюджетной организацией. Данное соглашение предусматривает обязанность учреждения использовать субсидию исключительно в целях, указанных в заявке, в противном случае, к данной организации будут приняты санкции и штрафные взыскания. Немало важным в этом соглашении является предоставление полного отчета об использовании средств субсидии в полной мере.

Обобщая вышеприведенные факты, систематизируем данные в следующей таблице [4].

Таблица 1.

Расходы бюджетов бюджетной системе РФ по разделам классификации расходов бюджетов

Показатель	2014		2015		2016	
	млрд. рублей	в % к итогу	млрд. рублей	в % к итогу	млрд. рублей	в % к итогу
Расходы, всего	27 057,2	100	29 577	100	31 282,3	100
Общегосударственные вопросы	1 545,8	5,7	1 655,1	5,6	1 702,1	5,4
Национальная оборона	2 472,4	9,1	3 033,3	10,3	3 341,9	10,7
Национальная безопасность	2 172,8	8,0	2 251,6	7,6	2 236,7	7,1
Национальная экономика	3 749,3	13,9	3 767,6	12,7	3 621,2	11,6
ЖКХ	1 014,4	3,7	1 022,9	3,5	994,2	3,2
Охрана окружающей среды	77,5	0,3	71,7	0,2	73,8	0,2
Образование	3 085,9	11,4	3 282,4	11,1	3 503,9	11,2
Культура и кинематография	430,4	1,6	478,8	1,6	541,2	1,7
Здравоохранение	2 547,6	9,4	2 718,6	9,2	3 082,9	9,9
Социальная политика	9 081,5	33,6	10 379,6	35,1	10 800,6	34,5
Физическая культура и спорт	242,8	0,9	268,0	0,9	272,0	0,9
СМИ	113,2	0,4	94,6	0,3	89,3	0,3

В общем, доля расходов, направленных на социальную защиту и оказание социально-приоритетных услуг, а именно социальная политика, образование, культура, спорт и физическая культура в сумме составляет более 58 % суммарных расходов бюджетов бюджетной системы Российской Федерации.

На втором месте по объему расходов в статье затрат находится раздел «Национальная экономика», включающая в себя расходы на развитие инфраструктуры, поддержание экономического роста и диверсификация структуры экономики.

В связи с политической ситуацией государства в мире возросшая доля затрат раздела «Национальная оборона» полностью оправдана, а именно это укрепление обороноспособности и модернизация Вооруженных Сил Российской Федерации.

При формировании структуры и объема расходов консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации с 2014–2016 гг. учитывались следующие факторы:

- реализация указов Президента РФ в части повышения оплаты труда работников отдельных категорий организаций (образование, здравоохранения, культуры и тп.);
- сохранение в 2016 расходов на оплату услуг по содержанию имущества прошлых лет;
- учет изменения динамики роста/падения страховых взносов на ОМС неработающего населения.

Список литературы:

1. Библиотека правовых документов [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.pravo.vuzlib.su/> (дата обращения 15.11.2015).
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://bk-rf.ru/> (дата обращения 15.11.2015).
3. Интеркомп. Центр бухгалтерского учета [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://intercomp-cbu.ru/> (дата обращения 15.11.2015).
4. Официальный сайт Министерства финансов РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.minfin.ru/> (дата обращения 15.11.2015).

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДАТЧИКОВ ДВИЖЕНИЯ И ОСВЕЩЕННОСТИ КАК СПОСОБ ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ В ЖИЛОМ ДОМЕ

Крошкин Валерий Андреевич

*студент 4 курса филиала горного университета
«Хибинский технический колледж»,
РФ, Мурманская обл. г. Кировск*

Анисимова Татьяна Робертовна

*научный руководитель, преподаватель филиала горного университета
«Хибинский технический колледж»,
РФ, Мурманская обл. г. Кировск
E-mail: t.r.anisimova@mail.ru*

В современных условиях необходимым условием развития экономики стало обеспечение достаточным количеством энергии и топлива. В современных непростых геополитических событиях проблема ограниченных запасов природных топливно-энергетических ресурсов вызвала необходимость разработки разносторонних программ по их сбережению. Энергосбережение, как самый эффективный способ развития энергетики страны, выходит на первый план и становится задачей государственного уровня [9], [10].

Энергосберегающие технологии в настоящее время являются одним из ключевых направлений развития энергетической политики России, причем во всех отраслях народного хозяйства – от гигантских промышленных предприятий до сферы ЖКХ [8].

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что с каждым годом стоимость коммунальных услуг неуклонно растет, что, естественно, сказывается на бюджете каждой семьи. Не так давно в счетах за услуги ЖКХ появилась еще одна статья – общедомовые расходы, куда входят и расходы на освещение лестничных маршей, чердачных помещений, тамбурных помещений. И если в своей квартире мы сами контролируем освещение и тщательно следим за экономией электроэнергии, то в местах общего пользования, по укоренившемуся с советских времен отношению к общей собственности, контролировать освещение и электроэнергию мы не считаем нужным. Часто мы видим, как на лестничных маршах свет горит круглосуточно,

даже в солнечный день. А ведь эти помещения используются незначительное время в течение суток. Поскольку теперь общедомовые расходы электроэнергии распределяются на всех живущих в доме и жильцов и включаются в расходы каждой семьи, само собой, возникает вопрос: разве нельзя сделать так, чтобы свет включался только тогда, когда человек проходит по лестнице?

Таким образом, целью моей работы является выявление ресурсов энергосбережения в сфере ЖКХ на примере электропотребления жилого дома.

Коммунально-бытовое хозяйство является на сегодня одним из самых крупных потребителей топлива и энергии: на его долю приходится около 20 % топливно-энергетических ресурсов. Потребление электроэнергии в жилом секторе достигает 8% всей электроэнергии страны: из них около 12 % расходуется на приготовление пищи, порядка 40 % приходится на электробытовые приборы и почти 30 % электроэнергии расходуется на освещение.

В жилых домах ежегодно расходуется в среднем 400 кВт*ч на человека, из которых примерно 280 кВт*ч потребляется внутри квартиры на освещение и бытовые приборы и 120 кВт*ч – в установках инженерного оборудования и освещения общедомовых территорий. Внутриквартирное потребление электроэнергии составляет примерно 900 кВт*ч в год в расчёте на «усредненную» городскую квартиру с газовой плитой и 2000 кВт*ч – с электрической плитой [1].

Общедомовые расходы электроэнергии распределяются на освещение вестибюлей, лестничных клеток, подвальных и чердачных помещений, козырьков подъездов. Это как раз те места в доме, которые используются не постоянно, а время от времени, а освещены они, как правило, круглосуточно [1], [3, с. 65].

В последнее время все большую актуальность приобретает использование системы «умный дом» с применением различных датчиков движения и освещения [2, с. 10].

Датчики движения предназначены для автоматического включения или отключения нагрузки при появлении в зоне чувствительности датчика движущихся объектов.

Если в схеме освещения использовать датчики движения, электроэнергии достигается тем, что осветительные приборы включаются лишь на время нахождения людей на лестничных клетках [4].

Датчики могут быть также оснащены регулятором уровня освещенности, который при определенном уровне внешнего освещения, заставляет срабатывать инфракрасный сенсор [5, с. 35]. В большинстве случаев датчик настраивается таким образом, чтобы освещение включалось только с наступлением сумерек. Я живу в Мурманской области, за Полярным кругом. В условиях Крайнего Севера применение таких приборов мне кажется наиболее рациональным, так как из общего времени использования светильников исключается период полярного дня, когда световой день составляет 24 часа и длится почти четыре месяца!

Кировск, в котором я живу, совсем маленький город по российским меркам. Жилой фонд в основном представлен пятиэтажными домами. Поэтому я попытаюсь произвести расчеты именно для такого дома.

Посмотрим, как изменится энергопотребление с применением различных ламп освещения на примере расчета освещения пятиподъездного, пятиэтажного дома.

Для большей наглядности и сравнения в данном расчете не учитывается, сколько часов в течение года лампы не горят по причине достаточного естественного освещения, либо при установлении различных датчиков движения.

Таблица 1.

Расчет энергоэффективности при применении различных видов светильников

Параметры для расчета	Лампы накаливания	КЛЛ (компактные люминесцентные лампы)	Светодиодные лампы
Мощность ламп (с учетом эквивалентности), Вт	60	16	10
Количество ламп в подъездах дома, шт.	25		
Суммарная мощность, Вт	1500	400	250
Количество часов в году	8760		
Мощность за год, кВт	13140	3504	2190
Стоимость 1 кВт, руб	1,708		
Стоимость за год, руб	22443,12	5984,83	3740,52

В итоге, как видно из расчета, при установке компактных люминесцентных ламп их энергоэффективность в 3,75 раза выше, чем у ламп накаливания, а у светодиодных – в 6 раз!

Попробуем продолжить наш расчет, учитывая установку датчиков движения и освещенности для такого же стандартного пятиэтажного пятиподъездного дома.

Конечно, надо учитывать, что установка датчиков потребует единовременных и достаточно внушительных вложений денежных средств. Посмотрим, насколько быстро окупятся такие вложения.

Есть исследования, что при применении датчиков движения и освещенности время использования светильников сокращается почти в пять раз, следовательно, наш расчет примет следующий вид:

Таблица 2.

Расчет энергоэффективности при установке различных датчиков

Параметры для расчета	Лампы накаливания	КЛЛ (компактные люминесцентные лампы)	Светодиодные лампы
Мощность ламп (с учетом эквивалентности), Вт	60	16	10
Количество ламп в подъездах дома, шт.	25		
Суммарная мощность, Вт	1500	400	250
Количество часов в году	8760	8760	1752
Мощность за год, кВт	13140	3504	438
Стоимость 1 кВт, руб	1,708		
Стоимость за год, руб	22443,12	5984,83	748,10
Стоимость единицы светильника	45,00	180,00	200,00
Количество замен в год	5	1	нет
Суммарная стоимость обслуживания светильников за год, руб.	5625,00	4500,00	5000,00
Возможность установки датчиков движения и датчиков освещенности	нет	не рекомендуется	да
Стоимость утилизации за год, руб.	нет	500,00	нет
Стоимость установки датчиков, руб.	нет	нет	25000
Итого стоимость всех затрат с обслуживанием и установкой датчиков в первый год, руб.	28068,12	10984,83	30748,10
Итого стоимость всех затрат с обслуживанием и установкой датчиков в последующие годы, руб.	28068,12	10984,83	748,10

Как видим, даже при очень приблизительных расчетах, можно сделать вывод, что использование светодиодных ламп и установка датчиков движения и освещения окупится по сравнению с лампами накаливания уже в первый же год, а по сравнению с люминесцентными лампами – к концу третьего года.

Таким образом, проведя несложные расчеты, мы можем сделать вывод, что в сфере ЖКХ имеются огромные ресурсы для проведения мероприятий по повышению энергоэффективности.

Наши расчеты были проведены для одного жилого дома. Конечно, это очень упрощенные расчеты, необходимо более глубокое изучение данной темы. Но даже сейчас можно представить, какие цифры будут в масштабах города, области, страны!

Сдерживающим фактором являются единовременные вложения для переоборудования жилых домов вследствие относительно высокой в настоящее время стоимости светодиодов. Однако за последние три – четыре года цена на светодиодные светильники значительно снизилась, а с ростом производства, скорее всего, снизится еще больше. Таким образом, эти вложения окупятся достаточно быстро.

На мой взгляд, система «умный дом» является наиболее перспективным направлением энергосберегающих технологий в сфере ЖКХ. Такие энергосберегающие системы освещения имеют большое будущее, так как позволяют снизить потребление электроэнергии в несколько раз и, со временем, из предмета роскоши, которым является в настоящее время, превратятся в такую же привычную и обычную вещь как телевидение и сотовая связь.

Список литературы:

1. Аванесов В.М., Макаров В.С., Экономия электроэнергии при освещении подъездов, подвалов, чердачных и технических помещений жилых домов / Науч.-техн., инф.-ан. и уч.-мет. жур.; Энергобезопасность и энергосбережение № 1, 2011. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: – URL: http://endf.ru/37_1.php (дата обращения: 10.11.2015).
2. Атаманенко С.А., Мотивация населения к энергосбережению / Периодическое издание: Журнал Управление многоквартирным домом. – 2012. – № 1. – С. 10

3. Атаманенко С.А., Социальная норма на электроэнергию: дорога в светлое будущее или темное прошлое? / Периодическое издание: Журнал Управление многоквартирным домом. – 2014. – № 1. – С. 60–65.
4. Банк рефератов / Энергосбережение в быту – [Электронный ресурс] – Режим доступа: – URL: <http://topreferat.ru/s4343/i34166.html> (дата обращения: 12.11.2015).
5. Безверхний И.А., Стоит ли приобретать энергосберегающие устройства? / Периодическое издание: Журнал «Радиоаматор». – 2012. – № 12. – С. 35–37.
6. Достижения современной науки в области энергосбережения: материалы первой международной научно-практической конференции, 4–7 декабря 2013 г., Чебоксары / [Рос. гос. аграр. ун-т – МСХА им. К.А. Тимирязева, Чуваш. гос. с.-х. академия, Чуваш. регион. отд-ние «Рос. союза молодых ученых» ; под ред. М.А. Ершова и др.]. – Чебоксары: Пегас, 2013. – 306 с.
7. Колесников А.И. Энергосбережение в промышленных и коммунальных предприятиях: учебное пособие / А.И. Колесников, М.Н. Федоров, Ю.М. Варфоломеев. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 122 с.
8. Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (с изм. и доп., вступ. в силу с 10 января 2014 г.): закон Российской Федерации от 23 ноября 2009 г. № 261 ФЗ (ред. от 28 декабря 2013 г.) / Собрание законодательства Российской Федерации. – 2009. – № 48. – Ст. 5711.
9. Об основных направлениях государственной политики в сфере повышения энергетической эффективности электроэнергетики на основе использования возобновляемых источников энергии на период до 2020 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 8 января 2009 г. № 1-р (ред. от 28 мая 2013 г.) / Собрание законодательства Российской Федерации. – 2009. – № 4. – Ст. 515. 12.
10. Об утверждении государственной программы «Энергоэффективность и развитие энергетики»: распоряжение правительства Российской Федерации от 3 апреля 2013 г. № 512-р / Собрание законодательства Российской Федерации. – 2013. – № 14. – Ст. 1739.

БЕДНОСТЬ КАК ОДНА ИЗ ГЛОБАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Лебедева Анна Владимировна

*студент 2 курса, кафедра социальной работы МГУ им Н.П. Огарева,
РФ, г. Саранск
E-mail: ltbt1997@mail.ru*

Мышкина Наталья Петровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент МГУ им Н.П. Огарева,
РФ, г. Саранск*

На сегодняшний день проблема бедности является наиболее актуальной. Бедность предполагает состояние, вызванное недостатком ресурсов материального характера для ведения нормального образа жизни, привычного и характерного для значительной части населения.

Кроме того, бедность ограничивает доступ населения к ресурсам развития: достойной работе, качественным услугам здравоохранения и образования, возможности социализации детей и молодежи и реализации их творческого начала. Низкий уровень доходов совместно с их поляризацией приводит к социальной напряженности в обществе, препятствует его успешному развитию, вызывает кризисные явления, как в обществе, так и в целом государстве.

Бедность – экономическое положение, при котором индивид не может удовлетворить свои минимальные потребности, необходимые для жизни. Она является следствием социально-экономического неравенства в обществе. Сегодня в России почти 40 % населения проживает за чертой бедности. Главными причинами этого являются низкое качество жизни из-за доходов малого размера, недостаточная имущественная обеспеченность населения (прежде всего жилищная). Низкий уровень доходов связывают с такими характеристиками личности: плохое здоровье, низкая конкурентоспособность на рынке труда, недостаточное образование, ограничения в трудоспособности, низкое качество семейной жизни и многое другое.

Существует три концепции относительно определения бедности. Первая – концепция абсолютной бедности. По ней определяют доход, необходимый для обеспечения минимальных потребностей семьи. Вторая – концепция относительной бедности, основным критерием которой являются минимальные потребности человека. Для третьей концепции решение проблемы бедности связано с субъективным определением средств, необходимых для общественно приемлемого уровня жизни. Основным является принцип расчета прожиточного минимума для человека, т. е. минимальный уровень дохода, который считается необходимым для обеспечения определенного уровня жизни в определенной стране.

В России, в качестве порога бедности, как правило, принимается прожиточный минимум, т. е. минимальный уровень дохода, который считается необходимым для обеспечения определённого уровня жизни в определённой стране. По сравнению с первым кварталом 2014 г. доля населения с доходами ниже прожиточного минимума в первом квартале 2015 г. увеличилась на 3,1 миллиона человек. Официально можно назвать бедными 22,9 миллиона человек. Напомним, что прожиточный минимум во втором квартале 2015 года вырос до 10 тысяч 017 руб. на человека в месяц по сравнению с 7 тысячами 688 руб. в первом квартале 2014 года. В итоге получается, что уровень бедности в России в первые три месяца 2015 года вырос сразу до 15,9 % против 13,8 % за тот же период 2014 г. [7, с. 11].

Выделяют два понятия бедности: социальную и экономическую. Социальная бедность касается традиционно малоимущих и слабо защищенных слоев населения, а экономическая относится к трудоспособным гражданам. Именно такое членение помогает специалистам искать эффективные пути решения трудностей, ведь для каждой из указанных групп вопрос бедности связан с ее специфическими особенностями, характеристиками, а также требованиями [6].

Главным фактором, определяющим высокий уровень бедности в России, является низкий уровень заработной платы, не обеспечивающий реализацию

воспроизводственной и стимулирующей функций оплаты труда. Сегодня даже средняя заработная плата не обеспечивает нормальные условия воспроизводства работников и членов их семей и скорее выполняет роль социального пособия. Например, самая низкая заработная плата среди регионов в России в 2015 году зарегистрирована в субъектах Северо-Кавказского федерального округа. По данным Росстата, меньше, чем во всех других субъектах России, получают жители Дагестана, где средняя зарплата составляет всего 18819 руб. [3]. Низкая заработная плата большинства наемных работников сочетается с экономически и социально неоправданной дифференциацией в оплате труда высших менеджеров.

Экономические реформы, происходящие в нашей стране в течение последних лет, серьезно изменили социальную структуру общества. Это связано, в первую очередь, со стремительным социальным расслоением на богатых и бедных. Подавляющее большинство людей лишились социальной защиты государства, и оказались перед необходимостью приспосабливаться к жизни в условиях рыночной нестабильности, так как приоритет уделялся именно состоятельной категории населения. Одной из форм дифференциации, при которой отдельные индивиды, социальные группы имеют неравный доступ к удовлетворению своих потребностей является социальное неравенство. Как считал, Эмиль Дюркгейм причина неравенства – это необходимость поощрять самых лучших. Например, в современном обществе важной профессией считается профессия банкира или инженера, нежели воспитателя детского сада. Именно поэтому, тот человек, который выполняет главную функцию в обществе, имеет максимальное количество престижа и материальных благ [4, с. 98].

В уменьшении количества бедного населения, играет такой фактор, как экономическое развитие страны, которое определяется не только экономическим ростом, но и различными экономическими сдвигами в экономике страны, а так же уровнем и качеством жизни населения [1, с. 22].

Среднестатистический доход населения в России показывает, что она является не самой бедной страной (на февраль 2015 г. средняя зарплата в России составляет – 31325 руб.). Это свидетельствует, что бедными являются не только те, кто оказался в экстремальных условиях (безработные, беженцы, многодетные, одинокие малообеспеченные родители, инвалиды, недееспособные пенсионеры и др.), но и те трудоспособные работники кризисных отраслей и дефицитных сфер оборонной промышленности, машиностроения, сельского хозяйства, бюджетных учреждений.

Например, в одном из субъектов РФ – В Республике Мордовия доля лиц, живущих за порогом бедности, в 2014 году составила 22 %, что на 2 % больше, чем в 2013 г. Следовательно, увеличилось и число жителей республики, имеющих доход ниже величины прожиточного минимума, т. е. каждый пятый житель республики, имеет доход ниже прожиточного минимума. Прожиточный минимум в третьем квартале 2015 г. составляет 7985 руб. В итоге получается, что практически пятая доля жителей республики не могут позволить себе даже нормально питаться, не говоря уже о достойном проведении досуга [2].

Несмотря на то, что бедность является неизменным спутником сложных обществ, ее конечного преодоления достичь невозможно. Это связано с исторической особенностью развития каждой страны так как данное явление зародилось еще с самых ранних времен. Но с каждым веком его положение ухудшается, так как слой богатых в большом количестве преобладает над бедными. Поэтому, для улучшения положения бедных в стране необходимо:

- обеспечение на государственном уровне порядка в сфере экономической деятельности;
- эффективная борьба с коррупцией и монополизмом в сфере экономики;
- ужесточение юридической ответственности для «казнокрадов»;
- разработка эффективной социальной политики, отвечающей интересам беднейших слоев населения;
- обеспечение экономического роста за счет развития всех секторов экономики, рационального использования природных ресурсов.

Заметим, что увеличение бедного населения в России на современном этапе создает серьезную угрозу стабильности и успешного развития общества.

Список литературы:

1. Лебедева В.Д. Влияние факторов на экономический рост и развитие государства [Текст] / В.Д. Лебедева // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы II междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, июнь, 2013 г.). – СПб. : Реноме, 2013. – С. 22–24.
2. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики (Мордовиястат) [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <http://mrd.gks.ru> (Дата обращения 19.11. 2015 г.).
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <http://www.gks.ru/> (Дата обращения 23.11. 2015 г.).
4. Пиглицева Е.А. Анализ и прогнозирование дифференциации доходов населения Республики Мордовия // Экономика. – 2014. – № 4. – С. 98–110.
5. Федеральное собрание Российской Федерации официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://iam.duma.gov.ru/node/8/4508/15095> (Дата обращения 19. 11. 2015).
6. Фомченков Т. Число бедных в России достигло 23 миллионов человек / Тарас Фомченков // Российская газета. – 2015. – 11 июня. – С. 11.

АДРЕСНАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРОГРАММА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Лебедева Людмила Юрьевна
магистрант II курса СПбГЭУ У,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: lyuda.lebedeva@gmail.com

Лудинова Юлия Вячеславовна
научный руководитель, д-р экон. наук, профессор СПбГЭУ,
РФ, г. Санкт-Петербург

Процесс реализации Адресной инвестиционной программы в Санкт-Петербурге осложняется рядом выявленных в ходе анализа процесса бюджетного инвестирования проблем. Одной из основных является наличие неэффективно расходуемых средств: так в 2010 году объем неисполненных обязательств составил 20,2 млрд. рублей, в 2011 году – 27,9 млрд. рублей, в 2012 – 44,2 млрд. рублей, а в 2013 на 24,5 % меньше – 33,2 млрд. рублей [3].

Наличие неисполненных обязательств обусловлено рядом факторов, основными из которых являются длительность процедуры размещения государственного заказа, нарушение сроков, закрепленных в государственных контрактах и договорах, отсутствие утвержденной проектно-сметной документации Адресной инвестиционной программы.

По сравнению с 2009 годом, освоение бюджетных ассигнований в рамках Адресной инвестиционной программы Санкт-Петербурга сократилось в 2014 году на 16,9 % (в 2009 году показатель достигал 96,9 %, в 2014 – 80 %) [4]. При проведении анализа результатов бюджетных инвестиций в 2014 году отмечалось, что в структуре заказчиков есть несколько Комитетов, доля предусмотренных бюджетных средств для которых составляет около 70 % от общего объема. В 2013 году государственных заказчиков по показателю процента освоения средств можно разделить на 3 группы:

1. АИП исполнена более чем на 90 % – такие показатели были выявлены у 13 субъектов: в их числе Комитет по здравоохранению, Комитет

по управлению городским имуществом, Комитет по развитию предпринимательства, Комитет по культуре;

2. АИП исполнена менее чем на 75 % – Комитет по строительству (58,7 %), Комитет по промышленной политике и инновациям (37,2 %), Комитет по природопользованию (24,4 %);

3. АИП не исполнена вообще – администрации Выборгского и Невского районов [4].

Связанной проблемой является взаимоувязка освоений бюджетных средств между Комитетами: Комитет по строительству не реализовал ассигнования, из-за чего произошел сбой срока ввода в эксплуатацию нескольких объектов. Поскольку средства, которые предусмотрены Адресной инвестиционной программой являются зарезервированными, они не могли быть направлены на осуществление других социально важных проектов.

Отдельной проблемой является нарушение требований к объектам и срокам, установленным законодательными актами. По результатам проверки проекта Адресной инвестиционной программы Санкт-Петербурга на 2015 год, Счетная Палата выявила ряд нарушений:

1. включение объектов, по которым отсутствует соответствующее решение высшего исполнительного органа государственной власти (в 2014 году таких объектов было 5, общая стоимость финансирования которых составила 2,3 млн. рублей, в 2015 – 7 млн. рублей (необходимый объем средств 901 тыс. рублей);

2. в ряде заявок не указан вид работ;

3. в итоговом варианте закона изменены названия объектов;

4. включение в проект Адресной инвестиционной программы затрат на консервацию и охрану объектов незавершенного строительства (является нарушением, поскольку данный вид затрат не относится к затратам, увеличивающим стоимости государственного имущества);

5. по ряду объектов отсутствует утвержденная проектная документация (что возможно исключительно в случаях необходимости аварийного ремонта, сведения о котором по данным объектам отсутствуют), в 2014 году таких

объектов было 47 (сумма предусмотренных бюджетных средств 30 млн. рублей, в 2015 – 15 (потребность в бюджетных ассигнованиях на эти объекты составила 2,7 млн. рублей);

б. нарушаются требования к оформлению заявок, сметной документации и отчетов, предусмотренных методическими указаниями [3].

В совокупности эти факторы ведут к несоблюдению сроков строительства, а, следовательно, к увеличению сметной стоимости, и повышению рисков не освоения бюджетных средств, что в свою очередь приведет к неисполнению обязательств власти перед жителями города.

Наличие неиспользованных обязательств, пересечение объектов при реализации бюджетных инвестиций, а также недостатки нормативно-правового обеспечения осложняют процесс реализации Адресной инвестиционной программы. Сокращение нереализованных ассигнований необходимо для повышения качества выполнения социальных функций прежде всего. Совершенствование нормативно-правовой базы необходимо для обеспечения прозрачности процесса бюджетного инвестирования, повышения контроля за реализацией предусмотренных мероприятий, а также более подробной оценки результатов и итогов Адресной инвестиционной программы.

В целях оптимизации процесса исполнения бюджетных обязательств необходимо сократить долю пересекающихся объектов бюджетного инвестирования, т. е. свести к минимуму случаи, при которых реализация объектов Адресной инвестиционной программы будет зависеть от двух или более субъектов одновременно. В связи с необходимостью решения этой проблемы, предлагается перевести часть заказов на субъекты государственно-частного партнерства. Таким образом, с одной стороны, снизится потребность в средствах бюджета, выделяемых на осуществление инвестиционных мероприятий, с другой стороны, появится возможность повысить интерес частных инвесторов к социально значимым проектам. Возможность привлечения частных инвестиций путем вовлечения их в процесс государственного заказа, либо предоставление государственных гарантий

снизит объем необходимых бюджетных ассигнований. Взамен на предоставление гарантий может быть разработан механизм, при котором будет увеличиваться доля государства в уставном капитале юридических лиц. Подобный механизм существует сейчас при распределении субсидий на объекты капитального строительства. Доля юридических лиц, которые занимаются софинансированием капитальных объектов увеличивается: в 2013 году 73 акционерным обществам, а в 2014 году 85 акционерным обществам были предоставлены средства в обмен на увеличение доли федеральной собственности в уставном капитале.

Необходимы и дополнения к имеющимся нормативно-правовым актам, регулирующим порядок формирования и реализации Адресной инвестиционной программы в Санкт-Петербурге. На сегодняшний день отсутствуют пункты об ответственности за нарушение сроков и форм предоставления субъектами информации по объектам инвестирования. Необходимо разработать систему штрафных санкций, которые позволят дисциплинировать ответственных распорядителей бюджетных средств.

Стоит отметить, что меры по корректировке законодательства в отношении бюджетных ассигнований применяются каждый год. В 2014 году была принята «Региональная программа повышения эффективности управления государственными финансами Санкт-Петербурга на период до 2018 года», в которой содержатся пункты, касающиеся Адресной инвестиционной программы. В частности, говорится о соблюдении регламента формирования программы, о недопустимости включения объектов, по которым отсутствует утвержденная в установленном порядке проектная документация, а также необходимость соблюдения сроков исполнения государственных контрактов, поскольку их нарушение ведет к увеличению стоимости строительства. Недостатком данной программы я считаю отсутствие конкретных мер по обеспечению вышеперечисленных мероприятий. Возможным механизмом реализации было бы исключение права на бюджетные ассигнования на следующий год, в случае несоблюдения заказчиками вышеизложенных

пунктов. Однако данная мера противоречива: безусловно, радикальные меры дисциплинировали бы ответственные субъекты, но сложность заключается в том, что от объектов, включенных в Адресную инвестиционную программу зависит качество выполнения социальных функций государства.

Факт недостаточно эффективного использования бюджетных средств является причиной выпуска Правительством Санкт-Петербурга ежегодных постановлений и распоряжений по корректировке и перераспределению объемов работ между объектами и авансированию затрат. Несмотря на то, что предполагалось, что данные меры будут приводить к улучшению ситуации с освоением средств инвестиционного характера, предусмотренных в Адресной инвестиционной программе, цели и результаты, закрепленные в законе о бюджете Санкт-Петербурга не достигаются в полной мере.

Таким образом, данные меры по совершенствованию механизма формирования и реализации Адресной инвестиционной программы позволят снизить риски увеличения стоимости запланированных работ, оптимизировать структуру бюджетных ассигнований и повысить контроль в области бюджетного инвестирования.

Список литературы:

1. О бюджете Санкт-Петербурга на 2014 год и плановый период 2016 и 2017 годов: Закон Санкт-Петербурга от 20.11.2013 г. № 654-102.
2. О бюджете Санкт-Петербурга на 2015 год и плановый период 2016 и 2017 годов: Закон Санкт-Петербурга от 28.11.2014 г. № 655-116.
3. Официальный сайт Контрольно-счетной палаты Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]: – Режим доступа. – URL: <http://www.ksp.org.ru/>
4. Официальный сайт Управления Федерального казначейства по Санкт-Петербургу [Электронный ресурс]: – Режим доступа. – URL: <http://piter.roskazna.ru/>

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ РИСКИ ПРОЕКТОВ, РЕАЛИЗУЕМЫХ В УСЛОВИЯХ КРАЙНЕГО СЕВЕРА РОССИИ

Мельник Алла Викторовна

магистрант 2 курса, направления «Финансы и кредит»
Программа «Корпоративные финансы», СПбГЭУ,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: a.v.miller1992@gmail.com

Панфилова Ольга Вячеславовна

научный руководитель, доцент, СПбГЭУ,
РФ, г. Санкт-Петербург

Термин «риск» появился на рубеже Средних веков и Нового времени. В общем случае под риском понимают возможность наступления некоторого неблагоприятного события, влекущего за собой возникновение различного рода потерь или другими словами возможная опасность потерь, вытекающая из специфики тех или иных явлений природы и видов деятельности человека.

При осуществлении инвестиционной деятельности участники подвергаются общим и специфическим рискам проекта, которые в совокупности составляют комплекс, так называемых, «проектных рисков».

Наиболее типичные риски инвестиционных проектов представлены в таблице 1 [1, с. 216].

Таблица 1.

Типичные риски инвестиционных проектов

1.	Риск участников проекта	Сознательное или вынужденное невыполнение участником своих обязательств в рамках проектной деятельности
2.	Риск несвоевременного завершения строительства	Возможное нарушение обязательств подрядчиком либо изменение внешних условий
3.	Конструкционный	Риск технической неосуществимости проекта еще на инвестиционной (строительной) фазе
4.	Технологический	Риск отклонения в режиме эксплуатации объекта от заданных технико-экономических параметров в результате использования неапробированных в промышленных масштабах производственных технологий.
5.	Производственный	Риск возникновения сбоев в производственном процессе
6.	Управленческий	Риск, связанный с ошибками и низким уровнем менеджмента на всех фазах и стадиях проектной деятельности

7.	Сбытовой	Риск снижения объемов реализации проектного продукта (товара, услуги) и цен на этот продукт.
8.	Финансовый	Кредитный, валютный, процентный и др.
9.	Административные	Риски, связанные с получением участниками инвестиционной деятельности различных лицензий, разрешений и согласований от государственных регулирующих и надзорных ведомств
10.	Юридические	Риски, затрудняющие реализацию инвестиционного проекта вследствие несовершенства законодательства и норм права, частой сменяемости законов и т.д.
11.	Форс-мажор	Риск, включающий различные стихийные и социально-политические бедствия

Однако не только конкретные риски проектов оказывают влияние. Не мало важную роль играет инвестиционная привлекательность региона.

Для исследования был выбран Ямало-Ненецкий автономный округ. Регион является одним из наиболее значительных газоносных районов Российской Федерации. Ежегодно здесь добывается 91 % (23,7 % мировой добычи) всего природного газа страны и более 14 % российской нефти и газового конденсата [3]. Именно этот факт определяет основу инвестиционного потенциала региона.

Основными рисками ЯНАО являются экологический и экономический [5]. Суровая природа Крайнего Севера очень хрупкая, поэтому любая авария наносит непоправимый вред и требует восстановления в течение долгих десятилетий.

Высокий экономический риск объясняется тем, что система однонаправлена и ориентирована исключительно на нефтегазовую отрасль (рис. 1).



Рисунок 1. Инвестиционный риск ЯНАО в 2014 году

Подобные особенности инвестиционного и природного климата требуют применения инновационных технических решений, что значительно увеличивает затраты на реализацию промышленных проектов.

Уже более полувека Ямал является плацдармом для внедрения подобных высокоэффективных и безопасных технологий, успешно реализованных на Бованенковском месторождении.

Бованенковское месторождение – это гигантское нефтегазоконденсатное месторождение (3-е в России по объему газа), расположенное в сорока километрах от побережья Карского моря.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод о том, что для проекта по разработке и освоению Бованенковского месторождения наиболее значимыми оказались политический, технологический и экологический риски.

В первом случае, развитие проекта дважды откладывалось. Сначала, из-за распада СССР, позднее – дефолта 1998 года и падения цен. Только после того, как правление ОАО «Газпром» определило полуостров Ямал территорией своих стратегических интересов в 2002 году, было решено приступить к разработке программы комплексного освоения месторождений полуострова [4].

Технологический риск, связан, прежде всего, с климатическими условиями, в которых функционирует объект. Перепады температур (зимой до – 60, летом до +30), вечная мерзлота, высокая влажность – потребовали серьезных усовершенствований и новейших разработок в строительной, металлургической, машиностроительной и других областях.

Экологический риск играет особую роль в подобных проектах. Несмотря на суровость, природа Севера очень хрупка. Восстановление ландшафта, травяного и древесного покрова происходит несколько десятилетий. Поэтому экологическая безопасность занимает особое место при реализации инвестиционных проектов.

Основным способом оценки влияния рисков на результат финансово-хозяйственной деятельности является весовой коэффициент. Он базируется на вероятности возникновения события и степени его влияния.

Каждому проектному риску на основе экспертных оценок присваивается определенная вероятность возникновения. Далее устанавливается степень конкретного риска, т. е. вероятность наступления случая потерь, а также размер возможного ущерба от него.

В результате перемножения показателей формируется весовой коэффициент (Кв):

$$K_v = K_{рп} * U_{рп} * K_{ртех.} * U_{ртех.} * K_{рэко} * U_{рэко} * \dots * K_{рп} * U_{рп},$$

где: Кв – весовой коэффициент риска;

$K_{рп}$ – вероятность возникновения конкретного вида риска;

$U_{рп}$ – степень влияния конкретного риска на результат деятельности.

Далее полученный весовой коэффициент используется для корректировки предполагаемых денежных потоков от инвестиционного проекта.

Таким образом, можно учесть как общие, так и специфические риски, воздействующие на разных этапах инвестиционного проекта.

Ямал и Крайний Север – это кладовая России. Только разведанных запасов здесь достаточно для интенсивной добычи на протяжении 60–70 лет. Аналогичный объем ресурсов еще предстоит оценить. Поэтому грамотное инвестирование, учитывающее особенные риски, позволит эффективно развивать регион, а также обеспечит экономическую и энергетическую безопасность всей страны.

Список литературы:

1. Лукасевич И.Я., Инвестиции: Учебник. – М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. – 413 с.
2. Официальный сайт территориального органа федеральной статистики Ямало-Ненецкого автономного округа. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: www.yamalstat.gks.ru (дата обращения: 26.02.2015).
3. Официальный сайт органов власти Ямало-Ненецкого автономного округа. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: www.правительство.янао.рф (дата обращения: 10.02.2015)
4. Официальный сайт ПАО «Газпром». [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: www.gazprom.ru (дата обращения: 3.03.2015).
5. Официальный сайт рейтингового агентства Эксперт РА. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://www.raexpert.ru/rankings/#r_1108 (дата обращения: 26.02.2015).

АНАЛИЗ СТОИМОСТИ СТРОИТЕЛЬСТВА 1 КМ ДОРОГИ В РОССИИ И В ДРУГИХ СТРАНАХ

Невядомская Алена Игоревна

*студент 3 курса, кафедра экономики, финансов филиала ЮУрГУ,
РФ, г. Озерск*

E-mail: millionerca.2008@mail.ru

Дериглазов Александр Анатольевич

*старший преподаватель, кафедра экономики, финансов филиала ЮУрГУ,
РФ, г. Озерск*

E-mail: a.deriglazov63@mail.ru

Опыт европейских стран показывает, что развитие экономики страны напрямую определяется интенсивностью экономических связей, что в свою очередь обеспечивается развитой дорожной сетью и соответствующей транспортной инфраструктурой. Стремительный рост экономики государства может быть остановлен инфраструктурными ограничениями, в основе которых лежит низкая пропускная способность инфраструктурных объектов дорожной сети (мостов, тоннелей, транспортных развязок) и низкое качество дорог.

В настоящее время дорожная отрасль в России переживает довольно сложный период. В результате экономического кризиса 2008–2009 гг. произошло сокращение доходной части бюджетов всех уровней, увеличение социальной нагрузки на администрации городов и регионов, сокращение инфраструктурных расходов. В то же время по оценкам экспертов, в России в 2011 году только 40 % автомобильных дорог федерального значения соответствовало нормативным требованиям к транспортно-эксплуатационным показателям [1].

В большинстве развитых стран, в том числе в Японии, Германии, США, формирование сети автомобильных дорог осуществлялось в рамках долгосрочных государственных программ, а также устанавливаются показатели развития дорожной сети и соответствующие этим показателям объемы финансирования. Первостепенные проекты развития дорожной сети финансируются за счет государства или при участии государства, в том числе

в рамках проектов государственно-частного партнерства. На строительство и содержание дорожной сети затрачивается огромное количество денег. На рисунке 1 представлена средняя структура затрат на строительство дорог в Западной Европе.



Рисунок 1. Средняя структура затрат на строительство дорог в Западной Европе

Учитывая общую нехватку, а также состояние существующих дорог в России, необходимы дополнительные потребности дорожной отрасли в строительных материалах, а именно сотни миллионов тонн цемента, битума, инновационных материалов. Например, перспективным направлением в строительстве дорог может стать применение полимерно-модифицированных битумов (ПМБ). Сегодня в России доля потребления ПМБ в общем объеме битумов мала и составляет лишь 1,4 %, в то время как в Германии – 23 %, Польше – 21 % [2]. В подтверждение этого дорожники акцентировали, что в России проектируемый срок службы цементобетонных покрытий составляет 20–25 лет, асфальтобетонных – 16–20 лет. Для цементобетонных покрытий фактический срок службы соответствует расчётным цифрам или превышает их. В то же время, фактический срок службы асфальтобетонных покрытий автомобильных дорог в России составляет, по данным ФГБУ РосдорНИИ – 5–8 лет, по данным Росавтодора – ещё меньше. А в Германии, США средний срок службы дорог составляет 30 лет, в Китае – 25 лет, (рис. 2) [3].

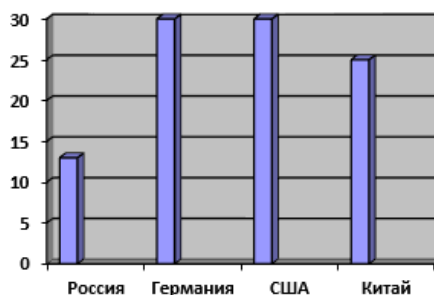


Рисунок 2. Средний срок службы дороги

Средняя стоимость километра однополосной дороги в России составляет 59 млн. руб. Для сравнения: в прошлом году в США она составила 127 млн. руб., в Канаде – 163 млн. руб., в Германии – 81 млн. руб., в Китае – 29 млн. руб., в Польше – 25,8 млн. руб. Но это усредненный показатель и разброс цен может быть довольно внушительным. Стоимость строительства складывается из многочисленных факторов: класс дороги и количество полос движения, климатические условия, рельеф местности, количество искусственных сооружений и прочее. Отечественные «дорожные» цены вполне сопоставимы с такими странами как Испания, Финляндия, Китай. На рисунке 3 представлен график стоимости строительства 1 км дороги и затрат на подготовку территории (данные МАДИ) [1].

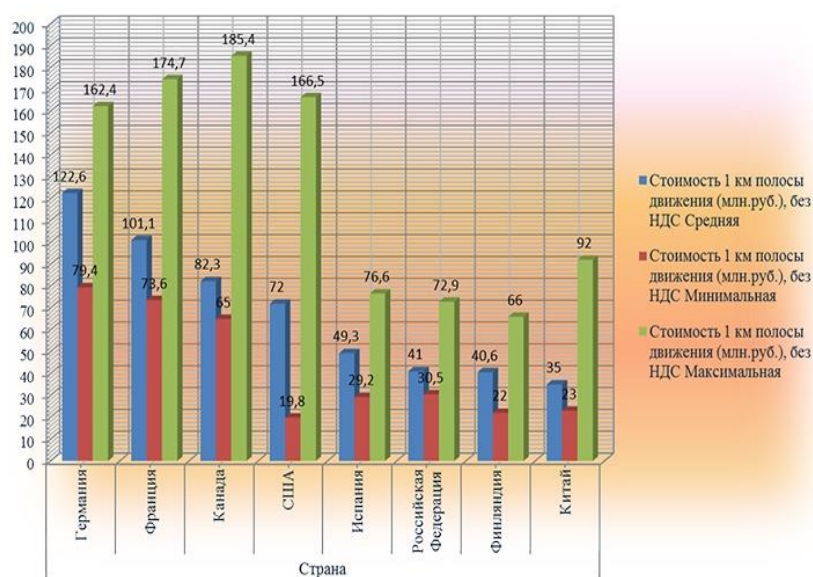


Рисунок 3. Стоимость строительства 1 км дороги и затрат на подготовку территории

Из выше приведенных данных сравним объем затрачиваемых средств, приходящихся на 1 год эксплуатации 1-го км дорог в разных странах путем сопоставления *коэффициента эксплуатационных затрат* ($K_{ЭКЗ}$) (отношение суммы затрат к сроку эксплуатации) (рис. 4).

Россия: $K_{ЭКЗ} = 59/13 = 4,54$ млн. руб./год;

Германия: $K_{ЭКЗ} = 81/30 = 2,7$ млн. руб./год;

США: $K_{ЭКЗ} = 127/30 = 4,23$ млн. руб./год;

Китай: $K_{ЭКЗ} = 29/25 = 1,16$ млн. руб./год.

Для более наглядности показано на рисунке 4.



Рисунок 4. Затраты на 1 км дороги в год, млн. руб.

Из представленной диаграммы наглядно видно, что годовые затраты на 1 км дорог в России сопоставимы с затратами в США, почти на 70 % выше чем в Германии и почти в 4 дороже чем в Китае. При этом, качество российских дорог не идет ни в какое сравнение с качеством дорог в этих странах.

Еще примеры. Изначально проект моста через Керченский пролив протяженностью 19 км от компании «Автодор» оценивался в 200 миллиардов рублей (10,526 млрд руб. за 1 км); вантовый мост во Владивостоке через пролив Босфор Восточный, соединивший полуостров Назимова с мысом Новосильского на острове Русском 1,9 км, составляет 34 миллиардов рублей (17,9 млрд руб. за 1 км); вантовый мост в заливе Ханчжоу у восточного побережья Китая, соединяющий города Шанхай и Нинбо (провинция Чжэцзян), который является самым длинным трансокеанским мостом в мире – 36 км, составляет всего 1,4 миллиардов рублей (38,889 миллионов руб. за 1 км) [2].

Эти примеры демонстрируют неприличную дороговизну отечественных дорог в сочетании с неприемлемо низким качеством. Нам есть чему поучиться у других стран, и в дорожном строительстве тоже. Возникает риторический вопрос – может быть целесообразнее заключать дорожные контракты с китайцами – многократно дешевле, и надежнее.

Список литературы:

1. Аргументы и факты – М., 2014 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа. URL: http://www.aif.ru/dontknows/eternal/kto_i_za_skolko_postroit_most_cherez_kerchenskiy_proliv (дата обращения 10.11.2015 г).
2. Министерство транспорта Российской Федерации. Федеральное дорожное агентство. Сколько стоят автомобильные дороги – М., 2015 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://rosavtodor.ru/activity/world-experience/1519.html> (дата обращения 25.09.2015 г).
3. Министерство транспорта Российской Федерации. Федеральное дорожное агентство– М., 2015 г. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://rosavtodor.ru/activity/157/387/14518.html> (дата обращения 20.09.2015 г).

ПЕРСПЕКТИВЫ И ПРОБЛЕМЫ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ

Никишкина Анжелика Александровна
студент ИЭФ, кафедры «Экономика», СГАСУ,
РФ, г. Самара
E-mail: top4er95@mail.ru

Чиркунова Екатерина Константиновна
научный руководитель, канд. экон. наук, профессор кафедры «Экономика»,
СГАСУ,
РФ, г. Самара

На современном этапе развития рынка недвижимости наиболее развивающимся сегментом является жилищное строительство. Его приоритет перед другими отраслями определяется высокой социальной значимостью. Обеспеченность граждан жильем, а также его доступность оказывают сильное влияние на многие социально-экономические показатели: качество жизни, уровень рождаемости, темп прироста населения, экономическую культуру. При этом учитывается фактор времени, так как для приобретения в собственность жилья необходим длительный период, чтобы накопить необходимую сумму денежных средств. Именно поэтому, на наш взгляд, для решения социально-экономических проблем, а также для развития экономики в целом, необходим массовый рынок жилья.

При переходе к рыночной экономике, в России постепенно создавались институты, которые обеспечивали работу рынка недвижимости, в том числе – строительство жилья. Изменение экономического строя оказало большое влияние на формирование сферы оборота недвижимости, но в меньшей мере затронуло сектор строительства жилой недвижимости – и на современном этапе развития он требует устранения существенных недостатков и эффективного регулирования. Жилье на рынке недвижимости на сегодняшний день не является доступным, поскольку оно не соответствует запросам российской экономики и возможностям граждан страны [7].

На наш взгляд, повышению уровня доступности жилья для населения будут способствовать следующие созданные условия:

- жилье должно соответствовать потребностям современного населения (комфортность жилья характеризуется наличием спален для взрослого человека и ребенка, отдельным санузлом, гостиной и др.);

- для приобретения жилья период накопления денежных средств должен составлять 3–5 лет – этот период соответствует 20 % от стажа работы, который необходим для выхода на пенсию);

- цены на жилье приводятся в соответствии с ежемесячной заработной платой населения;

- обеспечение контроля при формировании стоимости жилья;

- развитие производства строительных материалов на отечественном рынке, а также в регионе, что повысит их конкурентоспособность и снизит себестоимость строительства.

Исходя из вышеперечисленных условий, можно выделить ряд проблем, которые оказывают влияние на жилищное строительство в Самарской области.

1. Несовершенство законодательной и нормативной базы, а также возникающие проблемы при их применении. Для решения этой проблемы необходимо разработать новые Правила по пользованию землей и по застройке Самарского региона [3]. Необходимо утвердить их как документ, который мог бы регулировать современную градостроительную деятельность и придать ему статус института, который будет осуществлять урегулирование потребностей и запросов населения городского округа Самара, а также предприятий и органов власти всех уровней, основанием которого должны служить механизмы по обеспечению стабильности и, в то же время, по осуществлению непрерывного обновления в соответствии с изменяющимися внешними обстоятельствами. Следует обратить особое внимание на разработку процедур по внесению изменений в Правила, также оптимизировать процедуру по проведению публичных слушаний, утвердить положения, которые будут направлены на решение проблем, связанных с применением Правил

и разработать строительные регламенты по модульному принципу, при обновлении и дополнении которых не будет возникать проблем.

Реализация данных мероприятий позволит в большей мере преодолеть административные барьеры, повысить инвестиционный климат в строительной отрасли, а также снизить коррупциогенные факторы при принятии решений в области землепользования и застройки. Это даст возможность для разработки большого объема проектов планировки и проектов межевания территорий [1].

В Генеральный план и Правила землепользования и застройки Самарского региона нужно внести необходимые изменения для того, чтобы привести их в соответствие с Концепцией жилищной политики Самарской области до 2020 года.

2. Проблема переселения граждан и сноса аварийного и ветхого жилья.

По положению Концепции жилищной политики Самарской области до 2020 года: «Самарская область должна взять на себя организацию подготовки и освоения площадок под жилищное строительство в объеме, необходимом для удовлетворения спроса населения и реализации поставленных Президентом Российской Федерации и Правительством Российской Федерации задач в области жилищного строительства. Организация бесплатного предоставления земельных участков под строительство жилья экономического класса при условии ограничения продажной цены на такое жилье является одной из мер, предусмотренных Указом Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 600 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг», направленных на снижение стоимости 1 кв.метра жилья к 2018 году на 20 % от уровня 2012 года с учетом изменения уровня цен в строительстве и индексов роста потребительских цен» [5].

Согласно Концепции, должны быть реализованы следующие мероприятия:

- обеспечить подготовку предоставляемых застройщикам площадок, которые включены в региональный фонд площадок под строительство жилья;

- переселение граждан из ветхого и аварийного жилья и его снос;
- создание инфраструктуры, которое необходимо осуществлять с помощью специализированных областных некоммерческих организаций с бюджетным субсидированием.

3. Обеспечение строительства жилья инженерной инфраструктурой. По нашему мнению, для того, чтобы решить данную проблему, необходимо осуществлять координацию в системе программного и комплексного решения, которое будет находиться под руководством отраслевого министерства ЖКХ и энергетики Самарской области при межведомственном взаимодействии профильных министерств Самарской области, муниципалитетов, организаций коммунального комплекса, с увязкой всех бюджетных целевых программ (которые предусматривают строительство, реконструкцию инженерной инфраструктуры и субсидирование компенсации затрат застройщикам по инженерной инфраструктуре), а также инвестиционных программ, осуществляемых с помощью внебюджетных источников [2]. Целью органов власти при этом является аккумуляция всех ресурсов для уменьшения нагрузки по созданию инфраструктуры с застройщиков и граждан, покупающих жилье.

4. Незрелость сферы производства строительных материалов в Самарской области. На рынке строительства Самарского региона развитие получили лишь отдельные направления (производство окон, бетонных и железобетонных изделий). Крупнопанельное домостроение практически не освоено. Соответственно, для повышения объемов строительства необходимо развивать производство отечественных строительных материалов (в том числе крупнопанельное домостроение), чтобы избежать больших затрат на приобретение импортной продукции или продукции другого региона, поскольку это приводит к удорожанию объекта строительства, что в последующем влияет на спрос [4].

5. Долевое строительство. Это наиболее острая и актуальная проблема в Самарской области, которая подразумевает наличие большого количества «обманутых дольщиков». В этом случае возникает потребность в осущест-

влении мероприятий, направленных на повышение уровня осведомленности по теме обязательного страхования инвестиционных рисков при участии в долевом строительстве.

б. Дефицит доступного арендного жилья. Арендное жилье на рынке жилья является дефицитным не только в Самарской области, но и по всей России. Необходимо формировать данный сегмент рынка недвижимости, поскольку у большинства населения нет возможности приобрести в собственность жилье, а также это позволит развивать экономику Самарской области [6].

Осуществление строительства доходных домов с адекватной платой за аренду с участие инвестиций из бюджета будет способствовать:

- решению проблемы обеспечения жильем малообеспеченных категорий граждан за сжатые сроки;

- легализации и упорядочиванию рынка арендного жилья,

- повышению сборов налога от аренды,

- сокращению расходов у малообеспеченной категории граждан на оплату арендованного жилья, которое будет способствовать росту среднего класса населения по доходам;

- повышению общей мобильности трудовых ресурсов, привлечению миграционных трудовых ресурсов на реализацию работ, связанных с благоустройством города.

Развитие рынка доступного арендного жилья в конечном итоге благотворно скажется на экономике города и региона в целом.

Таким образом, несмотря на выявленные проблемы на рынке недвижимости в Самарском регионе имеются все предпосылки для реализации направлений повышения уровня доступности жилья для населения.

Список литературы:

1. Беланова Н.Н. Государство и экономика: приоритеты взаимодействия// Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2010. – № 4 (66). – С. 9–12.

2. Киреева Е.Е. Эффективное управление земельными ресурсами города на основе теории внешних эффектов// Вестник Самарского муниципального института управления. – № 2. – 2011. – С. 86–91.
3. Концепция жилищной политики Самарской области до 2020 года: утверждена постановлением Правительства Самарской области от 27 ноября 2013 № 685. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/464006635> (дата обращения 10.11.2015).
4. Корнилова А.Д. Современное состояние и перспективы развития материально-технической базы регионального жилищного строительства/ А.Д. Корнилова// Экономика и управление: прошлое, настоящее, будущее: материалы Международной заочной научно-практической конференции. Часть II. (15 мая 2012 г.) – Новосибирск: Сибирская ассоциация консультантов, 2012. – С. 86–90.
5. Об утверждении Правил землепользования и застройки городского округа Самара. Дума городского округа Самара. Решение от 15 июля 2010 г. № 951. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.mosoblreg.ru/> (дата обращения 1.11.2015).
6. Тюкавкин Н.М. Новая концепция развития региональной экономики: кластерная основа/под общей редакцией (коллективная монография). – Самара: Издательство «Самарский университет», 2014. – С. 124–133.
7. Чиркунова Е.К. Инновационные тенденции комплексного развития территорий для повышения качества жизни населения / Е.К. Чиркунова// Экономические аспекты управления строительным комплексом в современных условиях: сборник материалов Международной (очной) научно-практической конференции. – Самара: СГАСУ, 2014. – С. 113–117.

ПРОЖИТОЧНЫЙ МИНИМУМ В ЗЕРКАЛЕ СТАТИСТИКИ

Макарова Ульяна Владимировна

Обухова Мария Викторовна

*студенты 4 курса, кафедра экономики и маркетинга КГУ,
РФ, г. Курган*

E-mail: obuhowa.marya@yandex.ru

Прожиточный минимум – минимальный уровень дохода, который является необходимым для обеспечения определённого уровня жизни в отдельно взятой стране [2].

Согласно Росстату, в соответствии с Федеральным законом от 24 октября 1997 года № 134-ФЗ «О прожиточном минимуме в Российской Федерации» его величина представляет собой стоимостную оценку потребительской корзины, которая включает минимальные наборы продуктов питания, а также непродовольственных товаров, услуг и установленные государством обязательные платежи и сборы [1].

Целью данной работы является проведение анализа и выявление динамики прожиточного минимума по Курганской области за 2011–2013 годы.

Для начала, исходя из статистических данных, узнаем численность и состав населения Курганской области за 2011–2013 годы [3]. Для того, чтобы наиболее наглядно это представить, построим круговую диаграмму по основным социальным группам населения.

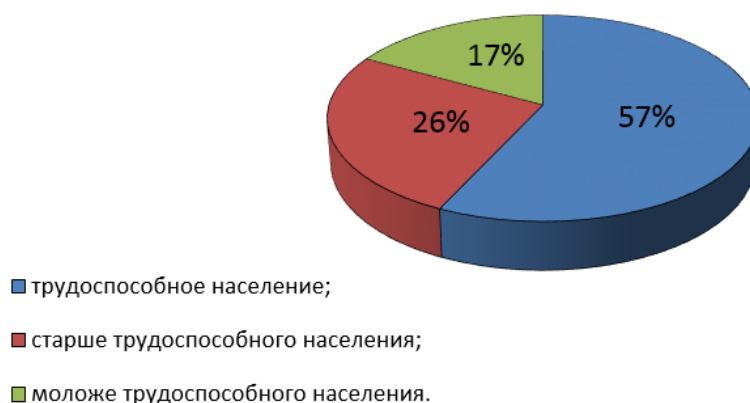


Рисунок 1. Численность населения Курганской области за 2013 год по основным социальным группам населения

Из данной диаграммы видим, что большую часть населения Курганской области (57 %) составляет трудоспособное население, численность пенсионеров (26 %) и детей (17 %) значительно меньше.

В 2012 и 2011 годах наблюдается та же ситуация. Можно сказать, что население области находится в процессе демографического старения. Согласно международным критериям население считается старым, если доля людей в возрасте 65 лет и более превышает 7 %. В настоящее время почти 26 % жителей области от общего числа проживающих находится данным возрастном промежутке. Численность трудоспособного населения в 2013 году снизилась более, чем на 1 % по сравнению с 2011 годом.

В среднем по Курганской области за 2011 год прожиточный минимум составлял 5717 руб., в 2012 году – 5846 руб., а в 2013 году – 6634 руб. [3].

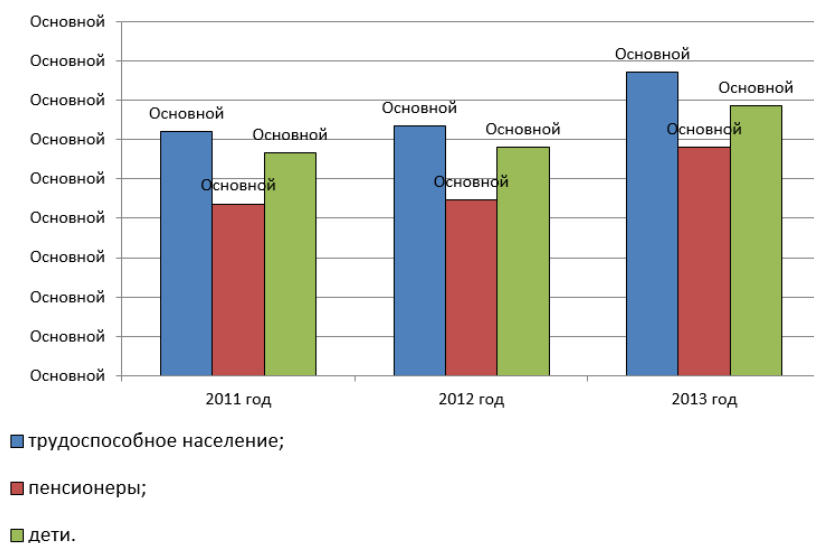


Рисунок 2. Динамика прожиточного минимума в Курганской области по основным группам населения за 2011–2013 годы

Из данной диаграммы видим, что величина прожиточного минимума по всем трем социальным группам населения растет, в наибольшей степени в категории трудоспособное население, в наименьшей – в категории пенсионеры. Динамика прожиточного минимума в целом за 2011–2013 годы

положительна, наблюдается его рост, что способствует улучшению жизни населения и материального благополучия.

По Российской Федерации в целом и в субъектах Российской Федерации величина прожиточного минимума определяется ежеквартально на основании потребительской корзины.

Если сравнить состав продуктовых потребительских корзин по Курганской области и РФ в целом, то можно отметить, что они имеют небольшие отличия. Так, население Курганской области употребляет большее количество хлебных изделий, овощей, рыбопродуктов и масла по сравнению с РФ, а картофеля и молокопродуктов меньше.

Уровень среднедушевого дохода населения в Курганской области в период 2011–2013 годов изменялся незначительно. Так, в 2011 году среднедушевой доход составил 14353 рубля, в 2012 году – 16019,5 рублей, то есть за год среднедушевой доход изменился на 1666,5. В 2013 среднедушевой доход населения составил 17282,99 рублей, в сравнении с предыдущим годом изменился на 1263,49 рублей, а с 2011 годом – на 2929,9 руб.

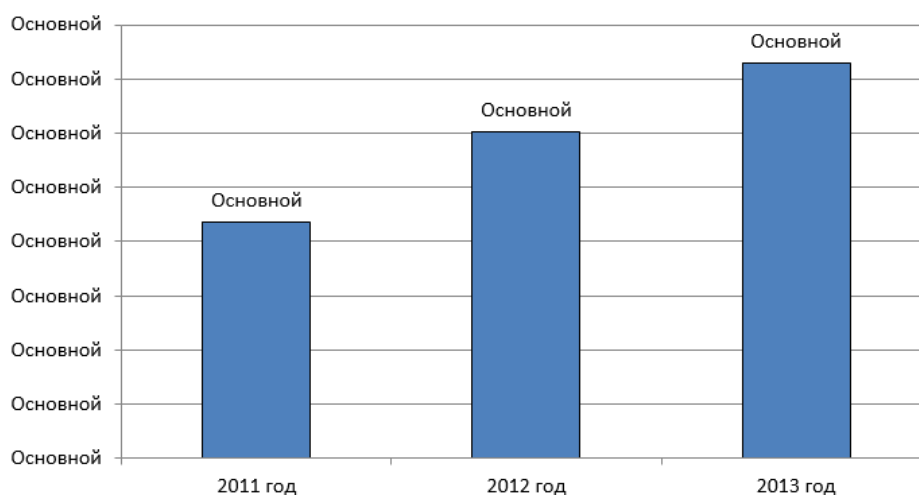


Рисунок 3. Уровень среднедушевого дохода населения по Курганской области за 2011–2013 годы

Таким образом, проведя данную работу, была достигнута поставленная цель – выявили динамику прожиточного минимума по Курганской области

за 2011–2013 годы. Динамика положительна, величина прожиточного минимума в Курганской области увеличилась с 5717 руб. в 2011 году до 6634 руб. в 2013 году, что значительно меньше, чем по России в целом – 7429 руб.

Величина прожиточного минимума формируется из объема потребительской корзины и является денежным эквивалентом ее стоимости. Величина прожиточного минимума меняется ежеквартально и определяется исходя из действующих цен на продукты питания, товары и услуги, а также расходов по обязательным платежам и сборам, а корзина пересматривается один раз в пять лет. В целом по России этот минимум утверждается правительством, а на уровне регионов - местной властью.

Было выявлено, что состав продуктовой потребительской корзины в Курганской области и в по России в целом отличается незначительно. В 2013 году ее стоимость по Курганской области составляет 2543 руб., а по России – 2657 руб.

Уровень среднедушевого дохода населения в Курганской области в период 2011–2013 годов изменялся незначительно с 14353 руб. в 2011 году до 17282,99 руб. в 2013 году.

Список литературы:

1. Борисов В.Б. Социальная статистика (Часть 1): учебно-методическое пособие для вузов. Воронеж, 2008. – 245 стр.
2. Стародубова В.И., Суханова Л.П. – Репродуктивные проблемы демографического развития России// [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://mednet.ru> (дата обращения 12.11.2015).
3. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения 12.11.2015).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДОХОДНОЙ ЧАСТИ БЮДЖЕТОВ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА И РЕСПУБЛИКИ АЛТАЙ

Ондар Долчун Сергеевна

*магистрант 1 курса, кафедра финансы и учет НИ ТГУ,
РФ, г. Томск*

E-mail: dol4un@mail.ru

Сагайдачная Надежда Константиновна

*научный руководитель, ст. преподаватель НИ ТГУ,
РФ, г. Томск*

Сохранение и укрепление территориальной целостности страны, федеративных основ российского государства предполагает формирование и осуществление со стороны федерального центра активной финансовой политики по отношению к регионам.

Для организации равного доступа жителей разных регионов к основным бюджетным услугам и социальным гарантиям, а также сглаживания различий между регионами, федеральными органами власти используется система межбюджетных трансфертов, которая предусматривает возможность оказания финансовой помощи бюджетам субъектов Российской Федерации из средств федерального бюджета. В основе системы финансовой помощи бюджетам других уровней лежит необходимость выравнивания уровня минимальной бюджетной обеспеченности регионов и муниципалитетов при одновременном стимулировании проведения на региональном и местном уровне рациональной бюджетно-налоговой политики, развития и эффективного использования налогового потенциала, повышения эффективности расходов.

Оказание финансовой помощи может осуществляться в формах:

1. дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности субъектов Российской Федерации;
2. субсидий бюджетам субъектов Российской Федерации;
3. субвенций бюджетам субъектов Российской Федерации;
4. иных межбюджетных трансфертов бюджетам субъектов Российской Федерации;

5. межбюджетных трансфертов бюджетам государственных внебюджетных фондов [1, ст. 129].

Главной проблемой бюджетов субъектов Российской Федерации является нехватка собственных денежных средств. У большинства субъектов Российской Федерации наибольшую долю доходов занимают безвозмездные перечисления.

По данным Министерства Финансов РФ в среднем доля всех безвозмездных поступлений из федерального бюджета в доходах бюджетов субъектов РФ в 2012 году составляла 20,8 %, в 2013 году – 19,3 %, а в 2014 году – 22,3 %.

В 2012–2014 гг. в перечень регионов у которых высокая доля безвозмездных поступлений в бюджете (свыше 60 %) входили республики Алтай, Дагестан, Ингушетия, Тыва, Карачаево-Черкессия и Чечня, Камчатский край.

Для сравнительного анализа консолидированного бюджета мы выбрали республику Тыва и республику Алтай, которые относятся к наиболее высокодотационным регионам Сибирского федерального округа. Доля безвозмездных поступлений в доходах данных республик колеблется от 69 % до 79 %, за рассматриваемый период. Это регионы, находящиеся в труднодоступной горной местности с суровыми природно-климатическими условиями. Они являются одними из не многочисленных регионов России, не имеющих на своей территории железнодорожного сообщения, что затрудняет, как освоение природных ресурсов и развитие их экономик в целом, так и повышение жизненного уровня населения [2, с. 12].

В структуре доходов консолидированного бюджета республики Тыва и республики Алтай наибольший удельный вес занимают безвозмездные поступления. В республике Тыва в 2012 году они составили 79 %, в 2013 году – 78 %, в 2014 году – 75 %. В республике Алтай в 2012 году – 69 %, в 2013 году – 72 %, в 2014 году – 77 %. В свою очередь налоговые и неналоговые доходы составили в республике Тыва: 21 %, 22 %, 25 %, в республике Алтай – 31 %,

28 %, 23 %. Приведенные показатели ярко отражают сохраняющуюся в динамике зависимость рассматриваемых республик от финансовых поступлений в форме межбюджетных трансфертов из федерального бюджета (рис. 1).



Рисунок 1. Структура доходов консолидированного бюджета республики Тыва и республики Алтай за 2012–2014 гг., %

Для сравнительного анализа были рассмотрены основные показатели консолидированного бюджета Республики Тыва и Алтай за 2012–2014 гг. (табл. 1).

Таблица 1.

Динамика основных показателей консолидированного бюджета Республики Тыва и Алтай в 2012–2014 гг., млн. руб.

Показатель	Республика Тыва				Республика Алтай			
	2012 г	2013 г	2014 г	Темп роста, % (2014/2012)	2012 г	2013 г	2014 г	Темп роста, % (2014/2012)
Доходы, всего	21 225	20 722	22 634	107	13 957	15 758	19 965	143
Налоговые и неналоговые доходы	4 375	4 561	5 045	115	3 958	4 180	4 437	112
Безвозмездные поступления	16 817	16 233	17 053	101	9 703	11 375	15 389	160
В том числе:								
- Дотации	10 028	12 025	12 633	126	6 312	7 540	8 225	130
- Субсидии	3 200	2 865	2 237	70	2 270	3 028	1 062	47
- Субвенции	873	810	1 576	180	840	753	1 084	129

- Иные межбюджетные трансферты	2 716	534	607	22	281	54	5 018	1785
Собственные доходы	20 319	19 985	21 058	104	12 821	14 802	18 742	146
Расходы	19 487	21 555	23 638	121	13 800	14 857	19 735	143
Дефицит и профицит	1 739	-834	-1 004		157	901	230	

Всего за анализируемый период доходность консолидированного бюджета республики Тыва увеличилась на 7 %, при этом налоговые и неналоговые доходы росли более быстрыми темпами, чем безвозмездные поступления. В 2014 году налоговые и неналоговые доходы увеличились на 15 % по сравнению с 2012 годом, а безвозмездные поступления возросли всего на 1 %. Это привело к уменьшению удельного веса безвозмездных поступлений в доходах, и в 2014 году он составил 75 % (2012 г – 79 %). Доходы республики Алтай увеличились на 43 %, в данной республике наблюдается противоположная ситуация, рост доходов произошел за счет роста безвозмездных поступлений. Безвозмездные поступления увеличились на 60 %, а налоговые и неналоговые доходы на 12 %. Это привело к увеличению удельного веса безвозмездных поступлений в доходах с 69 % в 2012 году до 77 % в 2014 году.

Составляющей консолидированных бюджетов республик является объем собственных доходов, которые также имеют тенденцию к увеличению в республике Тыва: с 20 319 млн. руб. в 2012 г. до 21 058 млн. руб. в 2014 г. В республике Алтай: с 12 821 млн. руб. до 18 742 млн. руб. в 2014 году. При этом важно отметить, что собственные доходы бюджета региона включают в себя все межбюджетные трансферты за исключением субвенций из федерального фонда.

Вместе с тем регулирование процесса формирования доходов региональных бюджетов с помощью межбюджетных трансфертов не обеспечивает роста заинтересованности субъектов РФ в самостоятельном изыскании

финансовых ресурсов и приводит к снижению бюджетной активности органов государственной власти субъектов РФ [4, с. 40].

В 2012–2014 гг. наблюдается тенденция увеличения расходов консолидированного бюджета обеих республик, в республике Тыва с 16 429 до 23 638 млн. руб., в республике Алтай с 13 800 до 19 735 млн. руб. Однако при увеличении расходов консолидированного бюджета необходимо принять во внимание уровень исполнения расходов, а также эффективность их использования. Как известно, одним из принципов бюджетной системы РФ является принцип сбалансированности бюджета, в соответствии с которым объем предусмотренных бюджетом расходов должен соответствовать суммарному объему доходов бюджета и поступлений источников финансирования его дефицита. На практике возникает ситуация, при которой расходы превышают доходы, образуя дефицит бюджета, либо доходы превышают расходы.

За анализируемый период в республике Тыва возникали обе ситуации. В 2012 г. бюджет был исполнен с профицитом на 1 739 млн. руб., в остальные периоды наблюдается дефицит бюджета на 834 млн. руб. в 2013 году и 1 004 млн. руб. в 2014 году. Дефицит привел к росту государственного долга на 1 136,44 млн. руб. и на 371,58 млн. руб., это негативно сказывается на развитии экономики, поскольку происходит отвлечение бюджетных средств на обслуживание долговых обязательств. В республике Алтай за рассматриваемый период бюджет был исполнен с небольшим профицитом, дефицита бюджета не возникло.

Налоговые доходы являются стабильным источником дохода республиканского бюджета. В таблице 2 и 3 представлена структура налоговых доходов консолидированных бюджетов республики Тыва и республики Алтай за 2012–2014 гг.

Таблица 2.

**Структура налоговых доходов консолидированного бюджета
республики Тыва за 2012–2014 гг.**

Показатели	2012 г		2013 г		2014 г	
	Сумма млн. руб.	Уд. вес, %	Сумма млн. руб.	Уд. вес, %	Сумма млн. руб.	Уд. вес, %
Налог на прибыль организаций	223,35	6 %	240,32	5 %	287,15	6 %
Налог на доходы физических лиц	2 447,28	60 %	2 802,18	62 %	2 880,89	62 %
Акцизы по подакцизным товарам	683,67	17 %	695,84	15 %	611,88	13 %
НДПИ	103,57	3 %	100,77	2 %	134,94	3 %
Налог на имущество организаций	197,94	5 %	224,99	5 %	237,05	5 %
Транспортный налог	31	1 %	44,9	1 %	47,3	1 %
Прочие налоги	298,38	9 %	343,18	9 %	423,2	9 %
Всего налоговые доходы	4 057,83	100 %	4 523,63	100 %	4622,41	100 %

Таблица 3.

**Структура налоговых доходов консолидированного бюджета
республики Алтай за 2012–2014 гг.**

Показатели	2012г		2013г		2014г	
	Сумма млн. руб.	Уд. вес, %	Сумма млн. руб.	Уд. вес, %	Сумма млн. руб.	Уд. вес, %
Налог на прибыль организаций	483,84	13 %	436,93	11 %	516,07	13 %
Налог на доходы физических лиц	1 755,47	49 %	2 008,28	52 %	2 129,19	53 %
Акцизы по подакцизным товарам	572,84	16 %	565,54	15 %	499,78	12 %
НДПИ	33,61	1 %	23,53	1 %	25,45	1 %
Налог на имущество организаций	224,69	6 %	233,83	6 %	228,98	6 %
Транспортный налог	85	2 %	87	2 %	90	2 %
Прочие налоги	430,89	12 %	474,3	12 %	514,77	13 %
Всего налоговые доходы	3 586,37	100 %	3 829,37	100	4 004,24	100 %

Из таблиц видно, что общий объем налоговых доходов бюджетов республик имеют тенденцию к росту. В республике Тыва в 2012 году сумма

налоговых поступлений составляет 4 057,83 млн. руб., а к 2014 г. – 4 523,63 млн. руб. В республике Алтай в 2012 году – 3 586,37 млн. руб., а в 2014 г. – 4 004,24 млн. руб. При этом основными источниками формирования бюджета являются: налог на доходы физических лиц, акцизы, налог на прибыль организаций, то есть наблюдается преобладание федеральных налогов.

Так, в структуре налоговых доходов на долю налога на доходы физических лиц приходится больше половины поступлений в республике Тыва: 2012 г – 60 %, 2013 г – 62 %, 2014 г – 62 %. В республике Алтай около половины поступлений: 2012 г – 49 %, 2013 г – 52 % и 2014 г – 53 %. Поступления НДФЛ находятся в прямой зависимости от уровня экономической активности в конкретном регионе, так же зависят от роста средней заработной платы.

Доля непосредственно региональных налогов в структуре бюджетов обеих республик не значительна и составляет меньше 10 %. Поэтому региональное налогообложение требует дальнейшего совершенствования. Это подразумевает, во-первых, наращивание экономического потенциала, приводящего в том числе и к росту промышленного производства, во-вторых, стимулирование инвестиционной активности, в-третьих, усиление контроля за уплатой региональных налогов. Одна из основных задач налогообложения заключается в том, чтобы способствовать росту заинтересованности органов власти данного уровня в экономическом развитии своей территории, в формировании благоприятного инвестиционного и предпринимательского климата [3, с. 452].

Таким образом, несмотря на многие общие моменты в местоположении, транспортном обеспечении, экономике, бюджет республики Тыва и Алтай имеют и существенные различия, которые в конечном счете отражаются в разной степени зависимости от федерального центра: зависимость республики Алтай увеличивается, а республики Тыва – уменьшается.

Субъекты РФ должны стремиться к наращиванию своего налогового потенциала. Поэтому все более актуальной для большинства регионов

становится задача развития налогового потенциала и объективной возможности использования собственных внутренних ресурсов [5, с. 32].

Таким образом, необходим механизм, обеспечивающий экономический и бюджетный интерес регионов к наращиванию доходов на своей территории. Необходимо законодательное регулирование, направленное на развитие инвестиционного климата; принятие социальных мер по решению проблем в обществе и ослаблению социальной напряженности, а также экономических – с целью развития приоритетных направлений республики с использованием конкурентных преимуществ региона.

Список литературы:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998 года № 145-ФЗ.
2. Климанов В.В., Михайлова А.А. Совершенствование регулирования бюджетов высокодотационных регионов // Финансы. – 2015. – № 7. – С. 11–17.
3. Сугарова И.В. Налоговая составляющая формирования регионального бюджета // Налоги и налогообложение. – 2015. – № 6. – С. 449–455.
4. Сугарова И.В. О дотационности регионального бюджета // Финансы и кредит. – 2015. – № 17. – С. 37–45.
5. Шавалеева Ч.М. К вопросу о дотациях субъектам РФ // Финансы и кредит. – 2015. – № 14. – С. 31–41.

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Оразбай Кумисай Азаматовна

Кайролы Лаура Амандыковна

*студенты 4 курса, высшей школы «Финансы и Учет»,
кафедра «Бухгалтерский учет, аудит и оценка», НЭУ им. Т. Рыскулова,
Республика Казахстан, г. Алматы
E-mail: kumissay_95@mail.ru
E-mail: laura.kayroly.94@mail.ru*

Альжанова Нуржан Шариповна

*научный руководитель, канд. физ.-мат. наук, и.о. профессора
НЭУ им. Т. Рыскулова
Республика Казахстан, г. Алматы*

Управление проектами имеет традиционные ценности, что характеризуются ресурсами, сроками, качественными характеристиками продуктов. Успешное выполнение любого проекта определяется не только правильным управлением ресурсами, но и пониманием и управлением проектным риском.

Классическим понятием механизма управления проектом считается исполнение четырех шагов:

1. Выявление и определение риска (на этом этапе стоит рассмотреть мнение и разногласия исполнителей и заказчиков проекта, относительно оценок сложности работы над проектом, выбора участников исполнения и прочих разногласий);

2. Разработки шагов для снижения выявленных рисков: назначается ответственное лицо, представитель заказчика, который имеет полномочия по определению сроков и качества работы, по формированию организационных структур, которые будут управлять проектом и обеспечивать полноценно и правильно представленные интересы сторон;

3. Внедрения разработанного плана в проект (на этом этапе определяется регламент взаимодействия с описанием условий устранения рисков, среди

которых права, свободы и обязанности участников обеих сторон с целью минимизации рисков);

4. Проведение анализа внедрений с наблюдением за исполнением проекта.

Все четыре этапа являются циклическими и продолжаются до момента завершения проекта. Анализ рисков инвестиционного проекта в процессе управления в условиях рискованного предпринимательства осуществляется на основе использования качественных и количественных параметров. Все факторы и виды рисков выявляет процесс качественного анализа, в процессе количественного анализа оцениваются величины отдельных рисков и риск существования всего инвестиционного проекта.

В последние годы в Казахстане наметился спрос на жилье, которое находится в состоянии планирования и благодаря этому факту стоимость приобретения такого жилья гораздо ниже. Проведенный анализ в отрасли позволяет выявить тенденцию, при которой различие в цене построенного многоквартирного дома, и дома, находящегося на нулевом цикле, варьируется в пределах 30–35 %. Это все зависит от определенных факторов и такие предложения могут быть выгодными как для обычных потребителей, так и для инвесторов.

В процессе выявления и диагностики рисков инвестиционного проекта строительства многоквартирного дома необходимо учитывать следующие особенности жилищного строительства:

1. Необходимость вовлечения в инвестиционный проект множества различных организаций: одновременно к процессу строительства привлекаются подрядные организации, поставщики материально-технических ресурсов, организации, создающие отдельные элементы объекта.

2. Непостоянный характер строительных работ по уровню сложности и видам в течение конкретного периода (месяца, квартала, года), вызывающий сложности при уточнения численности и профессионального уровня персонала.

3. Не стационарность, ограниченный по времени характер производства, поскольку после объекта в эксплуатацию все строительные-монтажные работы

прекращаются. В отличие от промышленного производства в строительстве происходит постоянное движение механизмов, оборудования, рабочих мест, в то время как производимая продукция остается неподвижной.

4. Технология жилищного строительства требует строгой последовательности в процессе выполнения отдельных операций, при этом могут создаваться лишь материальные запасы, невозможно накапливать продукцию на промежуточных складах. Существует технологическая взаимосвязь процессов строительного цикла. До начала строительных работ в процессе проекта строительства многоквартирного дома проводятся подготовительные работы, осуществляется прокладка коммуникаций, дорог и т. д.

5. Влияние климатических и административных условий на ход выполнения строительных работ.

При строительстве риск-анализ целесообразно проводить на основе следующих методов:

1. Метод аналогий. Информация, полученная на основе реализации отдельных объектов, может быть использована в дальнейшем, особенно если проект является типовым. В частности, данные, накопленные при строительстве каждой жилой очереди, применяются при планировании работ и поставок материально-технических ресурсов объектов следующей очереди.

2. Методы статистического анализа могут использоваться совместно с другими методами, прежде всего, с методом аналогий. Применяются для проверки гипотез влияния риска при наличии необходимого объема информации, отражающей частоту возникновения события и величину полученного при этом ущерба.

3. Анализ чувствительности позволяет оценить влияние различных факторов на ключевые показатели реализации проекта. Для жилищного строительства такими факторами являются изменения закупочных цен, стабильность работы технических средств, непрерывность обеспечения строительных участков материалами, качество исполнения обязательств подрядчиками. В ходе анализа чувствительности можно оцениваются

предельные значения факторов риска. В целом анализ чувствительности помогает выявить факторы, оказывающие максимальное влияние на результаты проекта, и выбрать наиболее устойчивый к рискам вариант реализации проекта.

4. Экспертный метод основан на использовании мнений экспертов для оценки параметров рисков.

5. Метод диаграмм предполагает построение диаграмм, отражающих причинно-следственные связи, позволяя выявить предпосылки рисков. Системные или процессные диаграммы показывают, как взаимосвязаны различные элементы и механизм причинности.

6. Нормативный метод предполагает сопоставление реальных параметров риска с установленными нормативами. Так, лимиты использования техники на строительных участках являются нормативами, превышение которых означает возникновение потерь вследствие неэффективного использования технических средств.

7. Одной из основных причин не достижения целей инициаторов инвестиционных проекта является переоценка рыночного спроса. В действительности, если до августа 2007 года компании активно привлекали инвестиции, брали кредиты, в 2008–2009 годах активно осваивали, и при вводе в эксплуатацию не находили спрос, запланированный до поражения экономики финансовым кризисом. В некоторых случаях было отмечено неэффективное использование кредитных средств, что привело к не достижению поставленных целей.

8. Одним из главных ключевых механизмов в процессе активизации социально-экономической жизни общества является сфера предпринимательства. В сложных условиях развития мировой экономики именно сфера предпринимательства повышает конкурентоспособность и диверсифицированность экономики. При этом, на примере успешного опыта развитых стран, бизнес в мировой экономике развивается быстрыми темпами при всесторонней государственной поддержке. Следует при этом отметить, что именно с развитием малого и среднего бизнеса связан экономический рывок бывших

развивающихся стран, таких как Корея, Япония, Тайвань, Сингапур, Индонезия.

Изменение различных статей затрат оказывает неодинаковое влияние на совокупную величину расходов, однако непрогнозируемый рост расходов может привести к изменению как величины себестоимости строительной продукции, так и ее структуры. Тем не менее 60% затрат составляют производственные, административные и проектные расходы, изменение именно этих составляющих затрат может привести к существенному повышению себестоимости. Следует также учитывать, что качество определенного вида выполняемых работ может оказать влияние на изменение затрат по другим видам работ. В частности, доля расходов на благоустройство составляет 5 % себестоимости строительной продукции и включает в себя расходы, связанные с необходимостью сдачи объекта в эксплуатацию, а также расходы по организации рабочих условий на строительных участках (организацию подъездных путей, очистку территории от снега, обеспечение возможностей размещения материалов на площадке и т. п.).

Вследствие некачественно выполненных работ по расчистке дорожного полотна повышается вероятность риска своевременной доставки материалов на конкретные строительные участки, а также вероятность риска порчи материалов. Так, повреждение 75 % железобетонных плит во время доставки вследствие невозможности транспортного средства осуществить разворот на въезде к участкам привело к разовым потерям в размере стоимости плит, простоя техники и расходов на доставку дополнительного количества материала взамен отбракованного.

При разработке и реализации инвестиционных проектов все меры и действия менеджеров направлены на повышение инвестиционной привлекательности и минимизации рисков, что впоследствии приводит к успешности проекта. Поэтому эти аспекты очень важны для изучения, ниже приведены некоторые инструменты, использование и применение которых

может в какой-то мере минимизировать риски и повысить инвестиционную привлекательность проектов:

- Применение проверенного опыта, передовых технологий, ведение бизнеса на основе франчайзинга;
- Привлечение успешных зарубежных консультантов и менеджеров;
- Закрученные государственной поддержкой проекта, получение правительственных гарантий;
- Участие авторитетных акционеров в проекте;
- Наличие авторитетных партнеров компании;
- Наличие клиентской базы, наличие заключенных договоров на поставку будущей продукции / услуг;
- Наличие компетентной управленческой команды проекта;
- Наличие прозрачной системы закупок товаров / услуг;
- Наличие предварительного согласованного проекта, архитектурно-планировочного задания;

В случае строительства наличия предварительных технических условий на подключение к инженерно-коммуникационным сетям;

Наличие высококвалифицированных работников и другие.

В Казахстане необходимо введение института обязательного диагностирования предприятий, нуждающихся в финансовой или технической помощи, либо в реструктуризации при ограниченности ресурсов, при массовых обращениях за финансовой помощью и при частых случаях невозвращения выделяемых кредитов. Это будет стимулировать процесс сбережения средств и целевое их использование, а так же повышение ответственности предпринимателей.

Замедленный процесс преобразований на уровне предпринимательства становится главным препятствием экономического развития. Причиной такого процесса являются низкий уровень управления на предприятиях, и как следствие, неготовность предприятий к освоению инвестиций. В числе недостатков управления на казахстанских предприятиях является чрезмерная замкнутость структурных подразделений на первых руководителей и отсутствие достаточной информационной поддержки.

Многие инвесторы не желают вкладывать свой капитал в не реформированные предприятия из-за высоких рисков и неспособностью дать оценку таким рискам. Такие проблемы зачастую принимают неразрешимый характер и становятся угрозой для существования предприятия. Для преодоления негативных тенденций в развитии экономики, в настоящий момент необходимо все усилия сконцентрировать на таких внутренних преобразованиях предприятий, таких как разработка комплексной системы управления инвестиционными проектами в условиях рискованного предпринимательства.

В практической деятельности достаточно сложно постоянно держать в зоне внимания все источники рисков. Поэтому необходимым условием эффективного управления рисками является создание информационной системы с выделением подсистемы мониторинга рискованных факторов. Такая подсистема обеспечит непрерывное поступление в систему актуальной и достоверной информации, ее оперативную обработку, позволяющую своевременно реагировать на изменения различного характера и уровня. Другим методом, составляющим базу для принятия решений, является выделение ряда источников, которые инициируют возникновение критических рисков. Например, локальные действия перманентно провоцируют возникновение рисков, в первую очередь это относится к контрагентам, функционирующим в цепях поставок. К примеру, исследования в сфере управления строительными проектами выявили, что в управлении рисками первостепенная роль следует отводить работе с контрактами, поскольку условия договора могут повысить затраты на 8–20 %. В целом каждая компания должна определить круг источников, которые необходимо постоянно держать в поле зрения.

Список литературы:

1. Бухтиярова Т.И. Модель оценки финансового состояния предприятия // Финансы. – 1992. – № 7.
2. Грабовый П.Г., Петрова С.Н., Полтавцев С.И. и др. Риски в современном бизнесе. М.: Алане, 1994.
3. Гранатуров В.М. Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения. – М.: ДИС, 1999.

СРАВНЕНИЕ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОХОДОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РОССИИ И КИТАЕ

Пономарев Дмитрий Константинович

Сидоров Павел Александрович

Яковлева Татьяна Юрьевна

студенты 4 курса кафедры технологий и управления продажами

РЭУ им. Плеханова,

РФ, г. Москва

E-mail: ponomary.dmitrij@gmail.com

Трушина Юлия Васильевна

научный руководитель, старший преподаватель кафедры налогов

и налогообложения РЭУ им. Плеханова,

РФ, г. Москва

Китайская Народная Республика на сегодняшний день – это самая быстроразвивающаяся страна в мире. В 2014 году ВВП Китая обогнал ВВП США. Тем самым Китай стал государством с крупнейшей экономикой в мире. Как было сказано в докладе МВФ [1], в декабре 2014 года ВВП Китая превышал 17,6 триллионов долларов, а население страны достигло более 1,3 миллиарда человек.

Налогообложение является неотъемлемой частью экономики. От того как государство ведет налоговую политику зависит и развитие страны в целом. Реформа экономической системы Китая привела к успехам, привлекающим внимание всего мира. В данной статье рассмотрен налог на доходы физических лиц, который играет значительную роль в формировании бюджета как России, так и Китая. Будут рассмотрены особенности данного налога в этих странах, дана сравнительная характеристика и поставлен вопрос: приведет ли к такому же экономическому росту внедрение китайской модели НДФЛ в России.

НДФЛ в России

Налог на доходы физического лица (НДФЛ) – это основной вид прямых налогов, исчисляемый из учета совокупного дохода физического лица. Он взимается с лиц, выступающих в качестве резидентов РФ, а также

с физических лиц, не являющихся таковыми, но в то же время получающих определенную прибыль в Российской Федерации.

Налоговыми резидентами признаются физические лица, фактически находящиеся в РФ не менее 183 календарных дней в течение 12 следующих подряд месяцев.

Ставка НДФЛ в РФ является фиксированной для основных видов доходов (13 %). Налог удерживается налоговым агентом, который обязан перечислить суммы не позднее дня фактического получения в банке наличных средств. Совокупная сумма уплачивается в бюджет по месту учета налогового агента в налоговом органе. При самостоятельном получении дохода например: продажа квартиры, дома, земли, машины, паев ПИФов, налогоплательщик должен самостоятельно рассчитать и уплатить свой НДФЛ по итогам года (налогового периода). В таком случае заполняется 3-НДФЛ. Это документ, с помощью которого физическое лицо отчитывается перед налоговым органом о полученных доходах и соответствующих расходах.

Таблица 1.

Ставки НДФЛ

Ставка налога	Вид дохода
13 %	Заработная плата, вознаграждения, доходы от продажи имущества, доход от сдачи имущества. С 01.01.2015 дивиденды также облагаются по ставке 13%.
15 %	Облагаются дивиденды, полученные физическими лицами от организаций
30 %	Доходы физических лиц, которые не являются налоговыми резидентами РФ
35 %	Стоимость выигрышей, призов, процентные доходы по вкладам, сумма экономии на процентах

Расчет налоговой базы в 2015 году определяется отдельно по каждому виду доходов. Но необходимо учитывать, что не оказывает влияния на размер налогообложения различного рода удержания и штрафы, которые были взысканы за административные правонарушения или решением суда, а также других органов, которые вправе осуществлять такие действия.

НДФЛ рассчитывается по следующей формуле:

$$\text{НДФЛ} = \text{НБ} \times \text{РНС} / 100, (1)$$

где НБ – налоговая база,

РНС – размер налоговой ставки, определенной для каждого конкретного налогоплательщика.

В соответствии со статьей 217 НК РФ не все доходы облагаются НДФЛ

Таблица 2.

Облагаемые НДФЛ	Не облагаемые НДФЛ
Доход в виде денежной, натуральной, материальной выгоды	Доход от продажи имущества, которое в собственности более 3-х лет
Доход от продажи имущества	Доход полученный наследством
Доход от аренды недвижимого имущества	Доход полученный от члена семьи или близкого родственника по договору дарения
Доход от продажи ценных бумаг (акций, облигаций, векселей, паев)	Государственные пособия (пособия по беременности и родам, по безработице)

Облагаемые и не облагаемые НДФЛ в России

Налог с доходов в Китае

А теперь посмотрим, как дела обстоят с НДФЛ в Китайской Народной Республике. Государственными органами, обладающими полномочиями разрабатывать налоговое законодательство и определять налоговую политику в КНР, являются:

- Всекитайское собрание народных представителей;
- Государственный совет;
- Министерство финансов;
- Государственное налоговое управление;
- Комитет тарификации и классификации при государственном совете [2];

Эти органы разрабатывают и принимают нормативные документы в области налогообложения. Департамент налоговой политики Министерства финансов отвечает за формирование налоговой политики, а Государственное налоговое управление осуществляет налоговое администрирование.

В КНР плательщики налога являются физические лица, которые:

- постоянно проживают на территории Китая;

- не постоянно проживают на территории Китая;
- проживают на территории КНР хотя бы год и более;
- проживают на территории КНР менее одного года.

В КНР НДФЛ с физических лиц начисляется на зарплату и другие виды доходов такие как: дивиденды, работы по договорам, продажи имущества, сдачи внаем квартир, и другие виды доходов [3].

Таблица 3.

Расчетная формула

Сумма налога к уплате	=	Месячный облагаемый доход	x	Применимая ставка– разовый вычет
Месячный облагаемый доход	=	Валовая сумма месячного дохода	-	800 юаней

Таблица 4.

Прогрессивная шкала ставок подоходного налога

Доход, подлежащий налогообложению	Ставка налога	Вычитаемая сумма
1,5 тыс. юаней и менее	3 %	–
1,5 тыс. – 4,5 тыс.	10 %	105
4,5 тыс. – 9 тыс.	20 %	555
9 тыс. – 35 тыс.	25 %	1005
35 тыс. – 55 тыс.	30 %	2755
55 тыс. – 80 тыс.	35 %	5505
80 тыс. юаней и более	45 %	13505

Данная таблица отображает налоговые ставки в зависимости от заработной платы физического лица [4]

В случае, если налогоплательщики не имеют постоянного места жительства в КНР, но получают зарплату, а также вознаграждение из источников в КНР, или налогоплательщики, которые проживают в Китае постоянно и получают зарплату из источников за территорией КНР, могут воспользоваться дополнительным вычетом в размере 3200 юаней в месяц (дополнительно к 800 юаням).

Объектом налогообложения являются доходы, полученные физическими лицами. В зависимости от вида дохода применяются различные ставки налога

и способы определения налоговой базы. Доходы, возникающие у физического лица в связи с работой по найму (заработная плата, оклад, премии, бонусы, участие в прибыли предприятия, субсидии и компенсации и др.), облагаются налогом по прогрессивной ставке в размере от 3 % до 45 %. Налоговой базой является сумма дохода за вычетом 3 500 юаней ежемесячно.

Доходы индивидуальных торгово-промышленных хозяйств и доходы от ведения деятельности по договору подряда облагаются налогом по прогрессивной ставке в размере от 5 % до 35 %. Налоговой базой является сумма дохода за вычетом расходов на ведение деятельности, убытков и необлагаемого минимума в размере 42 000 китайских юаней ежегодно.

Доходы от независимой трудовой деятельности облагаются налогом по ставке 20 %; при достаточно большой сумме дохода от разового оказания услуг часть дохода, превышающая 20 000 китайских юаней, облагается налогом по ставке в размере 30 %; часть, превышающая 50 000 китайских юаней, облагается налогом по ставке в размере 40 %. Налоговой базой является сумма полученного дохода, уменьшенная на 20 %.

Доходы в виде процентов, дивидендов, роялти, доходы от сдачи имущества в аренду облагаются по ставке налога в размере 20 %. Налоговой базой по процентам, дивидендом, роялти является вся сумма полученного дохода; налоговой базой по доходу от сдачи имущества в аренду – сумма полученного дохода, уменьшенная на 20 %.

Налог на доходы физических лиц с доходов, возникающих в связи с работой по найму, удерживается работодателем. При выплате процентов, дивидендов, роялти физическим лицам-нерезидентам сумма налога удерживается лицом, на которое возложены обязанности налогового агента. В остальных случаях налог уплачивается физическим лицом самостоятельно.

В отношении следующих видов доходов НДФЛ не взимается:

- Премии за достижения в сфере науки, образования, техники, культуры, здравоохранения, спорта, охраны окружающей среды, присужденные народными правительствами не ниже провинциального уровня,

министерствами (ведомствами) Государственного Совета КНР, подразделением Народно-освободительной армии КНР не ниже уровня дивизии, а также иностранными и международными организациями.

- Доход от процентов по ценным бумагам государственного займа и другим ценным бумагам, выпущенным государством.

- Субсидии и компенсации, выплачиваемые государством в едином порядке.

- Пособия по социальному обеспечению, пособия по потере кормильца, материальная помощь пострадавшим от бедствий.

- Страховые возмещения.

- Подъемные пособия, пособия при уходе в отставку или демобилизации кадровых служащих и рядовых военнослужащих вооруженных сил.

- Пособия на переезд, пенсии, материальная помощь, выплачиваемые государством в едином порядке кадровым работникам, рабочим и служащим.

- Доходы дипломатических представителей, консульских работников и других сотрудников иностранных посольств и консульских служб в Китае, на которых в соответствии с законодательством КНР распространяется льготный налоговый режим.

- Доходы, освобождаемые от налогообложения согласно международным соглашениям, одним из участников которых является правительство КНР, и в соответствии с подписанными им соглашениями [5].

Налоговый агент, ежемесячно удерживающий сумму налога, или налогоплательщик, осуществляющий самостоятельное декларирование и ежемесячно перечисляющий сумму налога, должны внести налог в государственную казну в течение 7 дней следующего месяца, а также подать в налоговые органы декларацию об уплате налога.

Сумма налога на доходы от заработной платы или жалования рассчитывается и взимается ежемесячно. Налоговый агент или налогоплательщик должны внести налог в государственную казну в течение 7 дней следующего месяца, а также подать в налоговые органы декларацию об уплате

налога. Суммы налога на доходы от заработной платы или жалования в отдельно установленных отраслях допускается рассчитывать на ежегодной основе и предварительно ежемесячно уплачивать; конкретные меры устанавливаются Государственным советом КНР [6].

Сравним НДФЛ в России и Китае на основе базовых понятий:

Таблица 5.

Сравнительный анализ НДФЛ В России и Китае

Наименование	Россия	КНР
Налогоплательщики	1. Резиденты и не резиденты получающие прибыль в РФ	1. Лица проживающие на территории КНР менее одного года и более 2. Постоянно или не постоянно проживающие на территории КНР
Объект налогообложения	Доход, полученный налогоплательщиками как от резидентов, так и не резидентов от источников в РФ и от источников за пределами РФ	Доход, полученный налогоплательщиками: заработная плата, продажа имущества, доход от предпринимательской деятельности, дивиденды
Налоговая база	Она учитываются все доходы налогоплательщика, полученные им как в денежной или натуральной форме, а также доходы в виде материальной выгоды	Аналогичная с РФ
Ставки налога	13% Основные доходы (работа по найму, сдача в аренду жилья) 35% - Процентные доходы по вкладам в банках в части превышения суммы, исходя из действующей ставки рефинансирования	Прогрессивная шкала налогообложения: От 5% до 45% в зависимости от дохода
Порядок исчисления и уплаты налога	НДФЛ удерживается налоговым агентом, который обязан перечислить суммы исчисленного и удержанного налога не позднее дня фактического получения наличных средств.	Аналогичная с РФ

Отчасти НДФЛ в России и Китае имеют схожие моменты, но все-таки в КНР действует прогрессивная шкала налогообложения. Все доходы населения облагаются налогом в зависимости от их заработка, но также есть минимум, который не подлежит обложению.

В Китае решена ситуация «социальной несправедливости». Внедрение данной системы в России так же может привести к уравниванию социальных слоев. А также увеличение бюджета страны в скором времени может благоприятно отразиться на ее положении на мировом рынке. Однако, с другой стороны, прогрессивный налог в России может привести уходу экономики в тень и к оттоку высококвалифицированных специалистов.

Как представляется, необходим всесторонний анализ внедрения прогрессивного налога аналогичного с НДФЛ в КНР с тем, чтобы иметь возможность оперативного внесения поправок в действующее законодательство с целью снижения уровня дефицита госбюджета и повышения социальной справедливости.

Список литературы:

1. Антонова О.В.: «Налоговые системы зарубежных стран»// ИА REGNUM. 2015. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://regnum.ru/news/1966327.html> (дата обращения: 13.09.2015).
2. «Закон КНР»//«О налоге на доходы физических лиц» [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://chinalawinfo.ru/economic_law (дата обращения: 23.09.2015).
3. Китай – рекордсмен мира по ВВП// Китайские Пространства [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.http://sinospaces.ru/articles/177> (дата обращения: 18.09.2015).
4. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2. от 27.07.2006 № 137-ФЗ, (в ред. Федерального закона от 30.09.2013 № 268-ФЗ) ст. 207 п. 2 // Справочно-правовая система «Консультант Плюс» / [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 23.09.2015).
5. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2. Статья 217// Справочно-правовая система «Консультант Плюс» / [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 23.09.2015).
6. Налог на доходы физических лиц в Китае// Asiainspector [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://asiainspector.ru/blog/ndfl-v-kitae> (дата обращения: 27.09.2015).

БИЗНЕС-ИДЕЯ СОЗДАНИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Русанова Дарья Андреевна
студент 2 курса, филиал ДВФУ
РФ, г. Дальнегорск
E-mail: lyubov.shillo@mail.ru

Каменецкая Ольга Альбертовна
научный руководитель, преподаватель высшей категории, филиал ДВФУ
РФ, г. Дальнегорск

Шилло Любовь Александровна
научный руководитель, старший преподаватель, филиал ДВФУ
РФ, г. Дальнегорск

«Забота о будущих поколениях – это самые надежные, умные и благородные инвестиции» [2]. Общество, в котором на деле защищают права ребенка и уважают его личное достоинство, не только добрее и человечнее, это общество быстрее и лучше развивается, имеет благоприятную, предсказуемую перспективу.

На сегодняшний день у многих родителей не совпадает время начала рабочего дня с началом школьных занятий, вследствие чего детям приходится идти в школу самостоятельно, что вызывает беспокойство родителей. Обратная дорога и пребывание ребенка дома без присмотра в ожидании возвращения родителей с работы также создает проблемы. То же можно сказать и о детских дошкольных учреждениях. Родителям часто приходится задерживаться на работе. Мысль «Кто же заберет сегодня дочь (сына) из сада?» становится привычной. Родитель вынужден раньше покинуть рабочее место, чтобы забрать любимое чадо из детского сада, что создает немалые неудобства. Некоторые дети отказываются от посещения любимых секций и различных кружков из-за отсутствия у родителей возможности отвозить и забирать детей оттуда.

Ни для кого не секрет, что в наши дни отпускать ребенка самостоятельно добраться до какого-либо пункта назначения очень опасно. Взрослым приходится немало понервничать, прежде чем они услышат в трубке: «Мама, я добралась».

Любому родителю всегда спокойнее, когда его любимое чадо под присмотром. Но в настоящее время в Дальнегорском городском округе нет учреждения, которое занималось бы сопровождением детей до места назначения.

Для того, чтобы проанализировать спрос на услуги сопровождения, было проведено социологическое исследование в г. Дальнегорске. Всего участвовало в исследовании 338 человек, из них 243 заполнили предлагаемые анкеты, остальные участвовали в устном опросе, который проводился на территории детских площадок, садов, около детских магазинов «Алиса» и «Сказка». 81 % опрошенных были за открытие агентства, 3 % затруднились ответить и 16 % – против открытия агентства.

В связи с вышесказанным становится актуальным создание агентства в городе Дальнегорске. Агентство «Радуга» будет предлагать свои услуги по следующим направлениям: сопровождение детей в школу и из школы; сопровождение детей в детский сад и из детского сада; двух или трех часовая прогулка с ребенком; доставка и сопровождение детей до спортивных секций кружков и т. д. и обратно; доставка детей автомобилями, специально оборудованными детскими удерживающими устройствами, как с сопровождающим, так и без него. Товарный знак создаваемого агентства представлен на рисунке 1.



Рисунок 1. Товарный знак агентства

Агентство возьмет на себя полную юридическую ответственность за детей, с которыми будет работать. Родители могут спокойно заниматься своими делами и не переживать за ребенка. Когда сопровождающий заберёт ребенка, то отдаст родителям чек, в котором указаны реквизиты фирмы, ФИО человека, который забрал ребенка, сумма оплаты за услугу, печать и подпись ответственного за ребенка. По прибытию до пункта назначения сопровождающий будет брать подпись с расшифровкой от лица, которому передал ребенка и звонить родителям, сообщать о доставке малыша. Уверенность, в том, что с ребенком все хорошо – залог спокойствия и хорошего настроения для любой матери.

Схема работы агентства



1 – родители передают детей сопровождающему (рисунок 1);

2 – сопровождающий забирает детей;

3 – сопровождающий выдает родителям акт об оказании услуг (рисунок 2);

4 – сопровождающий доставляет детей в пункт назначения;

5 – сопровождающий передает детей указанному в акте лицу;

6 – сопровождающий берет расписку от человека под ответственность которого передал ребенка.

Реализация товаров и услуг 0000-000009 от 12.05.2015 0:00:00

Печать Копий: 1 Сохранить... Отправить...

Акт № 9 от 12 мая 2015 г.

Исполнитель: ИП Русанова Д. А., ИНН 888888888888, р/с 40756666666666666666, в банке Примсоцбанк, БИК 0465665656

Заказчик: Михайлова Алена Павловна

№	Наименование работ, услуг	Кол-во	Ед.	Цена	Сумма
1	Доставка на авто с автотоней	1	шт	200,00	200,00
				Итого:	200,00
				Без налога (НДС)	-

Всего оказано услуг 1, на сумму 200,00 руб.
Двести рублей 00 копеек

Я, Боровик Галина Васильевна забрал(а) Чкалова Ивана Петровича (ФИО Ребенка) Пионерская 1-64 В (17.40) (адрес, время), обязуюсь доставить его Луговую 15-22 (адрес) в целости и сохранности.
~~Передать ребенка Никифоровой Александре Юрьевне.~~

ИСПОЛНИТЕЛЬ
 ИП Русанова Д. А. Боровик Галина Васильевна
 подпись (расшифровка)

ЗАКАЗЧИК
Михайлова Алена Павловна
 подп.

Рисунок 2. Акт об оказании услуг

В таблице 1 представлены услуги агентства и их стоимость.

Таблица 1.

Стоимость услуг

Наименование	Стоимость (руб.)
Сопровождение ребенка без использования авто (школа, сад, секция, кружок) и т. д.	100
Доставка ребенка на авто без автотоней	100
Доставка ребенка автотранспортом в сопровождении автотоней	200
Прогулка с ребенком 1 час	100

Для организации деятельности необходимы основные и оборотные средства, их потребность представлена в таблицах 2 и 3.

Таблица 2.

Потребность во внеоборотных активах

Основные фонды	Общая потребность, (руб.)
Использование личного имущества в служебных целях: автомобиль «Toyota Sienta»	10 000

Таблица 3.

Потребность в оборотных активах

	Единица измерения	Цена ед. ресурса в руб.	Количество	Стоимость ресурса, руб.
Сотовый телефон «Nokia»	шт.	1 000	1	1 000
Принтер «Epson»	шт.	5 990	1	5 990
Бумага для принтера	пачка	200	3	600
Ручки шариковые	шт.	15	25	375
Стол письменный	шт.	1 500	1	1 500
Ноутбук	шт.	10 000	1	10 000
Автокресло	шт.	1 500	2	3 000
Автолюлька	шт.	1 000	1	1 000
Итого				23 465

Рассчитаем затраты на персонал из расчета того, что в день планируется выполнять 19 заявок в день, 21 день в месяц:

- 9 заявок. Сопровождение ребенка без использования авто.
- 4 заявки. Доставка ребенка автотранспортом с услугой «автоняня».
- 4 заявки. Доставка ребенка на авто без услуги «автоняня».
- 2 заявки. Прогулка 2 часа.

Таблица 4.

Штатное расписание

Наименование должности	Число работников	% от продаж услуг	Фонд зарплаты (день)	Фонд зарплаты (год)
Индивидуальный предприниматель (водитель)	1	50	400	100 800
Сопровождающий	3	50	750	189 000
Итого			1 150	289 800

Таблица 5.

Расчет себестоимости

Наименование статей расхода	Себестоимость на 2016 год (руб.)	
	На услуги в день (руб.)	На весь объем производства
Материалы	2,77	975
Электроэнергия	3,4	1 200
Связь (сотовая)	20,4	7 200
Зарплата	1150	289 800
Социальный налог	345	86 940

Содержание автомобиля	341,2	120 000
Коммерческие расходы (реклама, консультационные услуги)	71,1	25 000
Полная себестоимость	1 510,6	531 115

Таблица 6.

Калькуляция затрат на единицу продукции

Наименование статей расхода	Себестоимость на 2016 год (руб.)	
	На единицу услуги (руб.)	На весь объем производства
Материалы	0,1	975
Электроэнергия	0,2	1 200
Связь (сотовая)	1	7 200
Зарплата	43,4	289 800
Социальный налог	13	86 940
Содержание автомобиля	18	120 000
Коммерческие расходы (реклама, консультационные услуги)	3,7	25 000
Полная себестоимость	71,5	531 115

Для создаваемой фирмы установлена классическая (объект обложения доходы – расходы ИП) упрощенная система налогообложения (УСН).

Положительная сторона данного налогового режима для налогоплательщиков объясняется существенным снижением налоговой нагрузки по сравнению с общеустановленной системой налогообложения, в уменьшении налогового бремени, упрощении налогового и бухгалтерского учета и отчетности для небольших предприятий и индивидуальных предпринимателей [3].

Таблица 7.

Налоговое поле

Наименование налога	База начисления	Ставка, %	Сумма в месяц (руб.)	Периодичность выплат (квартал)
УСН	Доход	6	2 394	7 182
Соц. налог	Зарплата	30	7 245	21 735
Итого			9 639	28 917

Таблица 8.

Затраты подготовительного периода

Наименование затрат	Сроки	Сумма
Оформление регистрационных и разрешительных документов	15 дней	3 000
Покупка (автокресла, автолюльки, бумага, ручки)	1 день	4 975
Итого		7 975

Таблица 9.

Планируемая выручка

Наименование услуги	Кол-во день	Стоимость за единицу	Всего в день (руб.)	На весь объем производства (год)
Сопровождение ребенка без авто	9	100	900	226 800
Доставка ребенка на авто с автотяней	4	200	800	201 600
Доставка ребенка на авто без автотяни	4	100	400	100 800
Прогулка часовая	2	100	200	50 400
Итого				579 600

Таким образом, за 2016 год агентство получит прибыль от реализации 48 485 руб. Чистая прибыль составит 41 212 руб., среднемесячная чистая прибыль будет равна 3 434 руб. Срок окупаемости вложений – 10 месяцев. Рентабельность – 7,1 %. Все показатели имеют положительные значения, проект может быть принят к реализации.

Список литературы:

1. Волков О.И. Экономика предприятия: курс лекций / О.И. Волков. – 2-е изд. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 264 с.
2. Ежегодные послания президента РФ Федеральному собранию [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://kremlin.ru/events/president/news/9637> (дата обращения 20.11.2015).
3. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет: учеб. пособие. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 841 с.

СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВОЙ ТРАКТОВКИ КАПИТАЛИЗМА

Сазанов Степан Олегович

*студент факультета «Экономика и предпринимательство»
Южно-Уральского Государственного университета,
РФ, г. Челябинск
E-mail: maturg1@mail.ru*

Слива Светлана Вячеславовна

*научный руководитель, канд. экон. наук доцент Южно-Уральского
Государственного университета,
РФ, г. Челябинск*

В ряде исследований институциональную экономику определяют как экономику коллективных действий. Коллективные институты направляют и контролируют поведение людей, среди действующих институтов центральное место отводится корпорациям, профсоюзам и политическим партиям. Они выступают, как группы давления. Данные институты неразрывно связаны с отношениями собственности, вследствие чего находят свое выражение через суды и имеют определенные правовые рамки.

Институциональная мысль заключается в несовершенстве юридических и правовых норм капитализма. Несовершенство этих норм ведет к возникновению нечестной конкуренции и конфликтов между профессиональными группами. Поэтому основной задачей правового институционализма – нахождение инструментов компромисса между рабочим классом и крупным капиталом. В частности, Коммонс оправдывал существование как профсоюзов, так и монополистических элементов в экономике. По его мнению, первые отстаивали интересы рабочего класса и давали защиту от давления со стороны крупного капитала, а последние могли в определенной мере смягчать остроту депрессии и создавать более крупные масштабы производства, невыполнимые для мелких предприятий.

В своем труде «Правовые основания капитализма» Дж. Коммонс установил одну из причин конфликта рабочего класса и капитала. Это отношение свободы и незащищенности между двумя сторонами «свобода

работника уйти и соответствующая незащищенность нанимателя от ущерба, наносимого ему возможным осуществлением этой свободы, а также взаимно-обусловленной свободы нанимателя уволить работника и соответствующей незащищенности работника от ущерба возможной безработицы» [1, с. 308]. Об этой незащищенности свидетельствовало то, что не существует судебных средств возмещения убытков при нарушении трудового договора как со стороны наемного рабочего, так и со стороны предпринимателя.

Благодаря улучшению юридических норм и совершенствованию законодательных органов, возможно решение конфликтов, которое будет выгодным для обеих сторон. Возведение в законные рамки деятельность профсоюзных организаций, и создание определенных законов, ограничивающих деятельность крупных предприятий, направленную на монополизацию рынка.

Разрешение конфликта связано со следующими моментами. Первый – может ли экономическое принуждение объявляться незаконным? Как например, условие работодателя наемному рабочему: уйти из какой-либо профсоюзной организации, ради сохранения и продления трудового договора. Что является одной из форм давления на рабочих. Второй – могут ли законодатели создавать и защищать право на создание союзов работников, направленных против объединений владельцев собственности? Хотя сейчас и существует множество официальных профсоюзных организаций, вследствие конфликта могут образовываться неофициальные рабочие союзы внутри предприятий для защиты своих прав или оказания давления на работодателя.

На сегодняшний день существует определенное решение конфликта через создание и функционирование народных предприятий [3]. Акции, номинальная стоимость которых более 75 % от уставного капитала данного предприятия, распределены между работниками. Фактически работники являются собственниками предприятия, вследствие чего они лично заинтересованы в максимизации прибыли и минимизации издержек.

Работники, понимая что размер дивидендов зависит от размера чистой прибыли предприятия, стараются повысить эффективность своей работы. Возможно более бережное отношение к инструментам выполнения работы, стремление к более полному использованию имеющихся ресурсов. Наличие инициативы среди работников к модернизации производства с целью повышения своих доходов.

Несомненно, народное предприятие способствует улучшению социальной сферы среди работников: дополнительный доход с тех же дивидендов, улучшение внутри коллективных связей. Наличие большей части акций среди рабочих позволяет им непосредственно принимать управленческие решения, а также дает необходимую защиту от давления со стороны руководства.

Народное предприятие также заполняет пробел в отношении свободы и незащищенности: в случае увольнения работника, он продает свои акции самому предприятию, либо его работникам. Это частично защищает его от «ущерба возможной безработицы». Предприниматель же частично защищен от крупных убытков, которые в данном случае будут в равной степени распределены также и между работниками предприятия, являющиеся его акционерами.

Однако существуют и недостатки народных предприятий. В первую очередь, незаинтересованность крупного внешнего капитала в инвестировании такого предприятия. Решающий голос в управлении принадлежит работникам, то есть руководство будет вынуждено планировать какие-либо изменения с расчетом их выгоды прежде всего самим работникам. Та же модернизация производства, требующая дополнительных расходов, может быть отвергнута со стороны коллективы из-за нежелания сокращения собственных доходов.

Также рабочий коллектив может быть экономически неграмотен, то есть не представляется возможность более умелого руководства. В случае кризиса и потери прибыли, подавляющее большинство акционеров может принимать необдуманные решения в целях сохранения индивидуальных, а не собственных доходов.

Опыт работы народного предприятия усматривается в деятельности Набережночелнинского картонно-бумажного комбината (КБК). Все достижения комбината держатся на:

«- правильно выбранной организационно-правовой форме – народное предприятие, где большая часть уставного капитала принадлежит работникам;
- высокой организованности;
- жесткой требовательности к технической и трудовой дисциплине;
- максимально возможной производственной демократии» [2].

Наличие у рабочего коллектива наибольшего количества акций позволило предприятию не только пережить кризисы, но и увеличить его доходы. Что проявляется прежде всего в «повышении выкупной стоимости акций, а также в повышении дивидендов, решение проблемы инвестиций за счет внутренних средств, сохранение устойчивой позиции на рынке, и в отсутствии противоречий между работником и работодателем, так как оба принадлежат к одному коллективу» [2].

Важную роль в успешности Набережночелнинского КБК сыграла некоторая гармония в отношении руководства и рабочего коллектива. Работники рассматривают руководство прежде всего, как мозговой центр, чья деятельность направлена на повышение капитала производства предприятия и, как следствие, его работников. В свою очередь руководство старается улучшить социальную сферу среди своих работников: «строительство жилья и его последующая продажа работникам на льготных условиях, содержание санаторий-профилакторий для работников, детского Дворца культуры, физкультурно-оздоровительного центра для детей и взрослых, базы отдыха в Боровецком лесу» [2].

Таким образом народное предприятие – одно из возможных решений конфликта между рабочим классом и крупным капиталом.

Возможность работников принимать участие в управлении предприятием создает коллективную защиту от давления со стороны владельца капитала. Однако распределение большей части капитала среди работников, позволяет

владельцу крупного капитала не нести крупных убытков, в случае, если бы большая часть акций принадлежала ему.

Список литературы:

1. Валеев Н.Ш., Титов С.В. Практический опыт функционирования народного предприятия: Набережночелнинская модель.
2. Коммонс Д.Р. Правовые основания капитализма, М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2011. 308 с.
3. Федеральный закон от 19.07.1998 № 115-ФЗ (ред. от 21.03.2002) «Об особенностях правового положения акционерных обществ работников (народных предприятий)».

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ И СТРУКТУРЫ ВВОДА ЖИЛЬЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Сизова Светлана Александровна

студент 1 курса, кафедра финансы, кредит и страховое дело СтГАУ,
РФ, г. Ставрополь
E-mail: ssizova94@mail.ru

Глотова Ирина Ивановна

научный руководитель, канд. экон. наук, доцент СтГАУ,
РФ, г. Ставрополь

Развитие жилищного строительства предопределяет повышение уровня качества жизни населения страны, так как способствует росту обеспеченности жильем, что для большинства людей является основой жизнедеятельности.

Проведенный анализ динамики и структуры ввода жилья в Российской Федерации позволил выявить тенденции и определить направления развития жилищного строительства. Анализ охватывает период с 2009 по 2013 г.

Данные, характеризующие ввод в действие жилых домов в Российской Федерации за исследуемый период, приведены в табл. 1, а на рис. 1 и 2 приведена относительная динамика показателей.

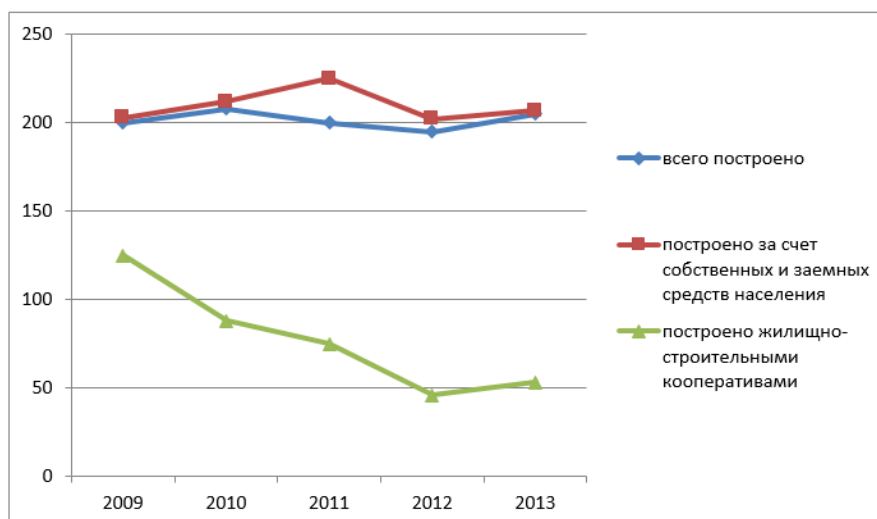


Рисунок 1. Базисный темп роста показателей ввода в действие жилых домов в Российской Федерации в 2009–2013 гг., %

Таблица 1.

Ввод в действие жилых домов в Российской Федерации в 2009–2013 гг.

Год	Всего построено, млн км ²	Построено за счет собственных и заемных средств населения, млн м ²	Построено жилищно-строительными кооперативами, млн м ²	Удельный вес в общем вводе, %	
				Жилых домов, построенных за счет собственных и заемных средств населения	Жилых домов жилищно-строительных кооперативов
2009	50,6	20,0	0,6	39,5	1,2
2010	61,2	26,3	0,9	43,0	1,5
2011	64,1	27,4	0,6	42,7	0,9
2012	59,9	28,5	0,5	47,7	0,8
2013	58,4	25,5	0,3	43,7	0,6
2014	62,3	26,8	0,4	43,0	0,6

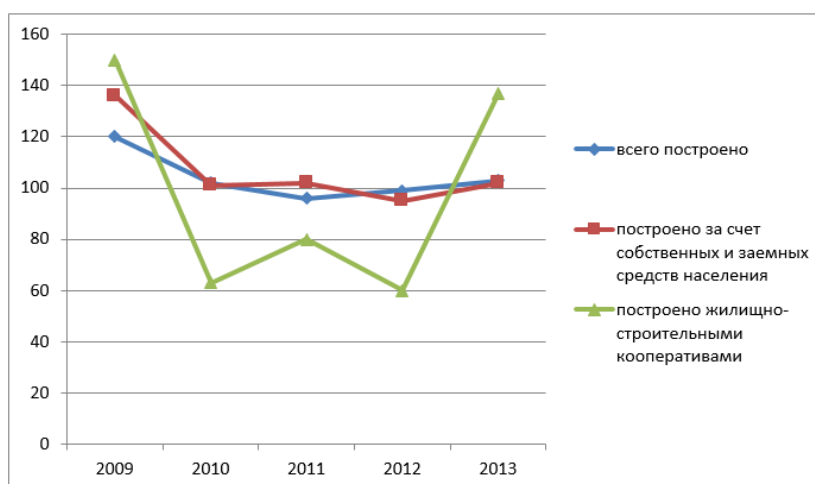


Рисунок 2. Ценный темп роста показателей ввода в действие жилых домов в РФ в 2009–2013 гг., %

Рост уровня показателя ввода жилья, построенного за счет собственных и заемных средств населения, сопоставим с общим темпом роста ввода жилья в РФ, а вот строительство жилья жилищно-строительными кооперативами значительно сократилось. Эти обстоятельства обусловили изменение удельного веса указанных показателей в общем объеме ввода в действие жилых домов.

Рост объемов жилищного строительства в РФ положительно повлиял на уровень показателя ввода в действие жилых домов в расчете на 1000 чел. населения, что наглядно представлено на рис. 3, при этом в городах и поселках городского типа уровень показателя выше, чем в сельской местности.

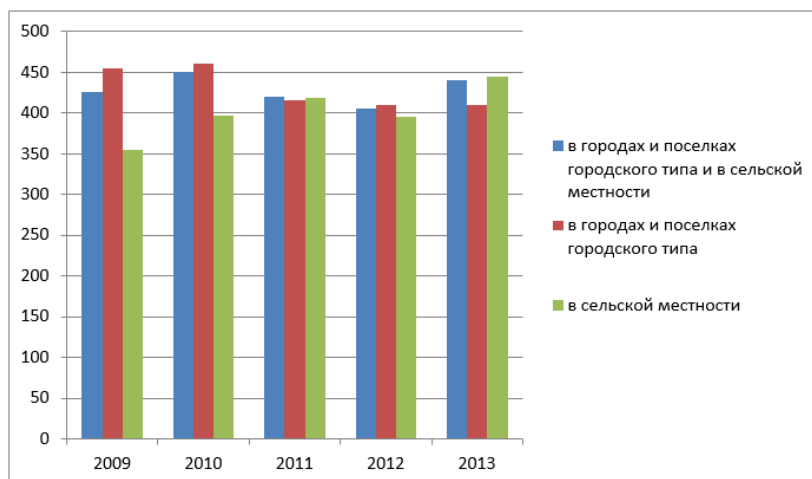


Рисунок 3. Ввод в действие общей площади жилых домов в РФ в 2009–2013 гг., м²/1000 чел.

Относительная динамика показателей ввода в действие жилых домов (в расчете м² общей площади на 1000 чел. населения) в РФ представлена на рис. 4 и 5. Несмотря на то, что рост значителен, по европейским стандартам строительная активность должна быть не меньше 1 м² общей площади на душу населения в год, т. е. жилищная обеспеченность должна ежегодно прирастать на 1 м², следовательно, имеющиеся фактические данные свидетельствует о необходимости еще большего роста жилищного строительства в стране.

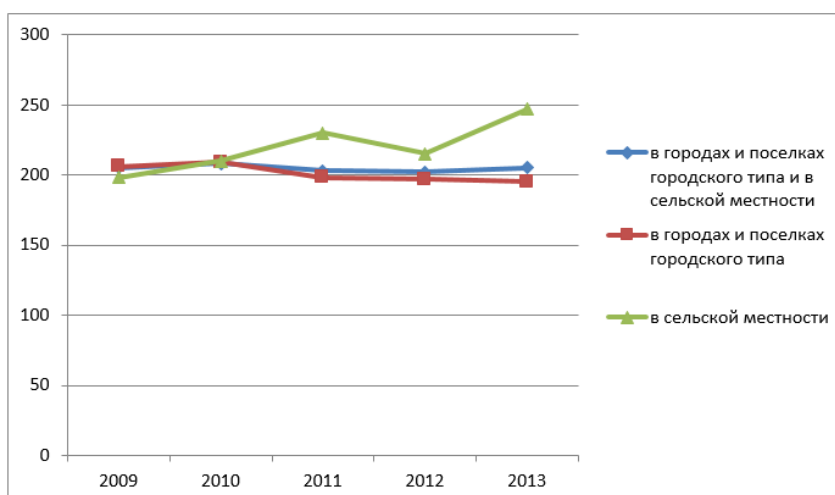


Рисунок 4. Базисный темп роста показателей ввода в действие жилых домов (в расчете м² общей площади на 1000 чел. населения) в РФ в 2009–2013 гг., %

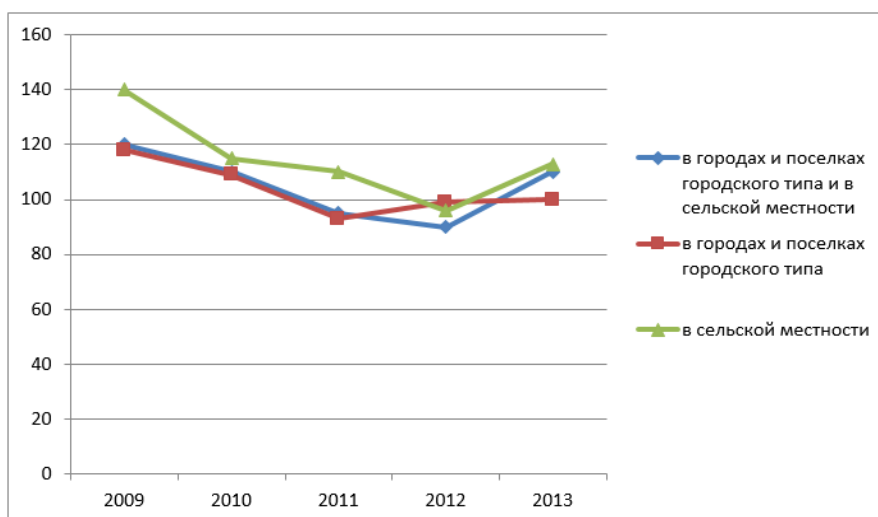


Рисунок 5. Цепной темп роста показателей ввода в действие жилых домов (в расчете м² общей площади на 1000 чел. населения) в РФ в 2009–2013 гг., %

Из приведенных и проанализированных статистических данных можно сделать ряд выводов:

- уровень жилищной обеспеченности населения страны гораздо ниже, чем в развитых странах;
- темпы роста ввода в действие жилых домов в Российской Федерации за последние годы выросли, но значительно отстают от европейского стандарта;
- для повышения уровня жилищной обеспеченности населения необходимо стимулирование жилищного строительства, в том числе путем совершенствования механизма ипотечного жилищного кредитования;
- объем ввода жилых домов и темпы его роста в городах и поселках городского типа опережают строительство в сельской местности, что в перспективе неблагоприятно для демографической ситуации в стране, и поэтому необходимо развивать жилищное строительство прежде всего на селе;
- в структуре ввода квартир по их типу наблюдается сдвиг в сторону однокомнатных, удельный вес которых в настоящее время составляет более трети от общего объема, что обусловило уменьшение среднего размера общей

площади построенных квартир, но дальнейший рост их строительства социально неоправдан.

Список литературы:

1. Ввод в действие зданий, сооружений, отдельных производственных мощностей, жилых домов, объектов социально-культурного назначения // Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/enterprise/building/>
2. Экономика строительства: учебник / под ред. Н.В. Бузырева. СПб: Питер, 2012.
3. Экономический анализ: учебник / под ред. Н.В. Войтоловского, А.П. Калининой, И.И. Мазуровой. М.: Высшее образование, 2012.

УЧЕТ ВРЕМЕННЫХ ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ

Сизова Светлана Александровна

*студент 1 курса, кафедра финансы, кредит и страховое дело СтГАУ,
РФ, г. Ставрополь
E-mail: ssizova94@mail.ru*

Клишина Юлия Евгеньевна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент СтГАУ,
РФ, г. Ставрополь*

Все временные здания и сооружения можно разделить на титульные и не титульные. Под титульными понимаются временные здания и сооружения, затраты на возведение и последующую ликвидацию которых учтены в стоимости строящегося объекта.

На практике чаще всего стоимость объекта капитального строительства рассчитывается в соответствии с Методикой определения стоимости строительной продукции на территории Российской Федерации МДС 81-35.2004, утвержденной постановлением Госстроя России от 05.03.04. № 15/1. Затраты на возведение и ликвидацию титульных временных зданий и сооружений включаются в главу 8 Сводного сметного расчета. Рекомендуемый перечень работ и затрат, относящихся к титульным временным зданиям и сооружениям, которые учтены сметными нормами, приведен в приложении № 7 к Методике.

Под не титульными понимаются те здания и сооружения, затраты на возведение, содержание и последующую разработку которых не предусмотрены в Сводном сметном расчете и не возмещаются подрядчику. То есть эти затраты подлежат отнесению на себестоимость СМР, выполняемых подрядчиком.

Разница между титульными и не титульными «временками», таким образом, зависит лишь от того, включены затраты на их возведение, содержание и последующую ликвидацию в главу 8 Сводного сметного расчета, либо они учтены в сумме накладных расходов подрядчика на выполнение СМР.

Следовательно, один и тот же объект (временное ограждение, хранилище материалов, и пр.), в зависимости от составления ССР, может быть признан как титульным временным сооружением, так и не титульным.

Не титульные «временки» подрядчик возводит для себя, не передавая их как результат выполненных работ заказчику. Он использует их в процессе производства СМР, т. е. для получения дохода в течение довольно длительного периода времени.

Затраты на возведение не титульных сооружений генеральный подрядчик (равно как и субподрядчик) должен отражать на счете 23 «Вспомогательное производство» записями:

Д-т сч. 23 «Вспомогательное производство»,

К-т сч. 10 «Материалы» (25 «Общепроизводственные расходы», 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда», 69 «Расчеты по социальному страхованию» и др.).

Обоснованием для этих записей будут служить акты на списание материалов, таблицы (наряды) по начислению заработной платы и др.

Ввод объекта в эксплуатацию оформляется актом о сдаче в эксплуатацию временного (не титульного) сооружения (на наш взгляд, оптимальна ф. № КС-8, утв. постановлением Госкомстата России от 11.11.99 № 100). Акт составляется в трех экземплярах комиссией, назначенной руководителем организации. Первый экземпляр остается у руководителя подразделения, построившего временку, и служит основанием для списания потраченных на это материалов с его отчета и начисления заработной платы. Второй забирает себе руководитель подразделения, которому передается это сооружение для последующей эксплуатации. Третий передается в бухгалтерию [1].

Если затраты на возведение временного здания, сооружения больше 40000 руб., то необходимо принять во внимание планируемый срок использования.

Чтобы признать эксплуатируемый в производственных целях актив основным средством, срок полезного использования его должен превышать

12 месяцев либо быть больше длительности операционного цикла, превышающего 12 месяцев (подп. «б» п. 4 ПБУ 6/01).

Если же временка используется при возведении нескольких объектов (приобъектная контора, складское помещение и пр.), то срок полезного использования превышает операционный цикл. Следовательно, в наличии все условия для ее признания объектом основных средств.

Для целей налогообложения прибыли все несколько иначе: амортизируемым признается имущество со сроком полезного использования более 12 месяцев, а про операционный цикл налоговое законодательство ничего не упоминает. Следовательно, при возведении временного сооружения на срок более 12 месяцев, независимо от срока строительства самого объекта, для целей налогообложения прибыли «временку» следует признать амортизируемым имуществом.

При ликвидации «временки» сумма недоначисленной в регистрах налогового учета амортизации должна быть признана внереализационными расходами подрядчика. Однако, на наш взгляд, этот вывод можно оспорить.

Временное здание (сооружение) изначально возводится на определенный проект строительства срок и после завершения стройки подлежит ликвидации. Генеральный подрядчик не имеет даже теоретической возможности продать его как пригодный к эксплуатации объект. Прав на земельный участок (строительную площадку) генподрядчик не имеет (они у застройщика), следовательно, и распоряжаться построенными на этом участке объектами прав у него тоже нет. Продать (внести в уставный капитал, подарить) подрядчик имеет возможность только оставшиеся после демонтажа временки материалы, поскольку они остаются в его распоряжении.

С нашей точки зрения, на не титульные временные здания и сооружения требования Классификации распространяться не должны, поскольку проектом организации строительства им установлен срок службы, равный продолжительности строительства. После истечения этого срока такие здания и сооружения в безусловном порядке прекращают свое существование [2].

Ликвидация временных зданий и сооружений после истечения их надобности, оформляется актом подрядчика (например, по ф. № КС-9).

Таким образом, временные здания и сооружения, принятые у подрядчика к учету в качестве объектов основных средств после 01.03.13, на наш взгляд, не подлежат включению в базу при исчислении налога на имущество.

Итак, возможны следующие варианты:

- при сроке полезного использования временки меньше 12 месяцев она принимается к учету как хозяйственный инвентарь и в регистрах бухгалтерского учета, и для целей налогообложения прибыли;

- если временное сооружение построено под конкретный объект, строящийся более года, то в регистрах бухгалтерского учета оно отражается как инвентарь, для целей налогообложения прибыли – как амортизируемое имущество;

- при сооружении «временки» под несколько объектов на срок более 12 месяцев ее следует признать основным средством как в регистрах бухгалтерского учета, так и для целей налогообложения прибыли.

После истечения срока полезного использования «временки» (точнее, после того, как она выполнила свои функции и прошла необходимость в ее дальнейшей эксплуатации) она демонтируется, а пригодные к дальнейшему использованию материалы приходятся на склад.

На практике возникает много вопросов, касающихся учета «временок», собираемых (монтируемых) из блок-модулей (модуль-контейнеров, блок-контейнеров) отечественного либо импортного производства. Они все чаще применяются на строительных площадках вместо возведения бытовых и барачных из некондиционного горбыля.

Например, при монтаже общежития для рабочих из шести модулей на едином фундаменте и под общей крышей в учете следует отразить кроме имеющихся в наличии 6 объектов основных средств (блок-модулей) возникновение еще двух объектов (двух инвентарных номеров) – фундамента (со стоимостью, равной фактическим затратам на его возведение и сроком

полезного использования, равному планируемому сроку службы общежития) и крыши (со своей первоначальной стоимостью и тем же сроком полезного использования).

Если затраты на устройство основания (или крыши) будут меньше 40000 руб., то их можно принять к учету как хозяйственный инвентарь и сразу списать стоимость на расходы.

Список литературы:

1. ГК РФ: [принят Государственной Думой 22 декабря 1995 г., с изменениями и дополнениями по состоянию на 2 ноября 2013 г.] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс».
2. НК РФ: часть вторая: [принят Государственной Думой 5 августа 2000 г., № 117-ФЗ, по состоянию на 28 декабря 2013 г.] // Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: [Электронный ресурс] / Компания «Консультант Плюс».

СТАНДАРТИЗАЦИЯ КАК МЕТОД ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ И ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Чиликова Ирина Александровна

*студент прикладная информатика в экономике, СамГТУ,
РФ, г. Самара*

E-mail: ichilikova56@gmail.com

Забержинский Борислав Эдуардович

*научный руководитель, канд. техн. наук, доцент, ФАИТ, СамГТУ,
РФ, г. Самара*

Введение. Совершенствование уровня хозяйственной деятельности предприятия и непрерывного процесса его рационализации должно осуществляться в соответствии с мировым инновационным прогрессом и его научно-техническим уровнем производства с соответствующей структурой управления хозяйственной системой и уровнем организации производства и, тем самым обеспечивать конечное качество и мировую конкурентоспособность продукции.

Актуальность. Основное внимание уделяют стандартизации продукции как деятельности по государственному регулированию, направленному на установление норм, правил, требований, характеристик. Данные показатели должны обеспечить безопасность продукции, работ, услуг, их технику и информационную совместимость, взаимозаменяемость, качество продукции в соответствии с современными достижениями науки и техники, и тем самым способствовать повышению эффективности производства за счет его интенсификации и инновационных внедрений в технике и технологии. Поэтому данная тема является актуальной на современном этапе развития экономики.

Цели, задачи, материалы и методы. Цель исследования – становление экономической эффективности стандартизации производства. Влияние стандартизации на экономическую эффективность деятельности производства исследовали такие специалисты, как Л.И. Боженко, В.В. Тарасова, Л.А. Кириченко, В.В. Дятлова и др.

Для достижения данной цели использовался комплекс взаимодополняющих методов исследования: системного анализа, причинно-следственного анализа, сравнительного анализа, прямого структурного анализа.

Стандартизация как отдельная деятельность общества относится к сфере государственного управления. Без нее не могут существовать промышленность, оборона и страна в целом, она связана со всеми другими видами деятельности, обеспечивающими ее экономическую, социальную и коммуникативную функции [4, с. 172]:

- экономическая функция заключается в том, что позволяет заинтересованным сторонам с помощью стандартов получать достоверную информацию о продукции, поскольку ссылки на определенные стандарты устраняют необходимость детального описания и характеристики обязательств производителя в соответствии с требованиями к продукции, методов испытаний, совершенствования ее качества, эффективности производства;

- социальная функция определяется тем, что стандарты должны содержать следующие показатели качества продукции, которые способствуют охране здоровья, сохранению окружающей среды, нормам безопасности ее изготовления, использования, потребления и утилизации;

- коммуникативная функция обеспечивает взаимопонимание в обществе с помощью информации, единых терминов, определений, понятий, символов, правил делопроизводства и тому подобное [3, с. 87].

При этом под экономической эффективностью стандартизации понимают повышение производительности общественного труда или экономию затрат живого и воссозданного труда, которое обеспечивает удовлетворение разнообразных потребностей общества. Этот критерий в наиболее общем виде отражает экономическую полезность осуществляемых мероприятий по стандартизации. Вместе с тем в каждом отдельном случае этот критерий имеет свое конкретное содержание и форму выражения [6, с. 102].

В общем плане методологический подход к определению экономической эффективности стандартизации воплощает всесторонний учет всех возможных

расходов при внедрении нормативных документов (НД) и включает следующие основные положения:

- оценка экономической эффективности стандартизации, которая должна комплексно учитывать все разнообразие экономических, организационных и технических последствий стандартизации;
- учет масштабов внедрения мероприятий по стандартизации;
- период действия стандартизации для учета величины экономического эффекта;
- сопоставление затрат на разработку и внедрение нормативных документов и увеличение эффекта от ее использования [2, с. 45].

Определение величины экономического эффекта должно начинаться с начальной стадии и сопровождать весь процесс внедрения правил стандартизации.

Методы расчетов эффективности может состоять из своих специфических характеристик с учетом отдельных отраслей экономики, различных видов предприятий, определенных видов продукции и товаров. Большой опыт осуществления расчетов экономической эффективности стандартизации показывают, что для определения экономического эффекта от работ и мероприятий по стандартизации целесообразно использовать три группы расчетов:

- начало производственной деятельности (стадии проектно-конструкторских и научно-исследовательских работ, то есть на стадии создания НД);
- сфера производства (на стадии создания качества продукции);
- сфера обращения (на стадии обращения и эксплуатации продукции) [5, с. 62].

На стадии проектирования расходы снижаются из-за уменьшения трудоемкости научно-исследовательских и проектно-конструкторских работ, сокращение сроков разработки, количества разрабатываемой документации и внедрение новой продукции, оборудования, технологии, в свою очередь позволяет ускорить получение эффекта от их внедрения.

Результаты в сфере производства отражаются не только на себестоимости изготовления продукции, но и создают возможности получения эффекта потребителем на промежуточных стадиях жизненного цикла продукции [1, с. 38].

Многие мероприятия в системе стандартизации имеют социальный характер и оцениваются специфическими методами и показателями. Например, внедрение стандартизации системы безопасности труда оценивается с помощью показателей снижения производственного травматизма и профессиональных заболеваний и расчета на этой основе экономических эффектов от их внедрения.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Маркетинговые исследования рынка определяют рекомендации для производства по выбору продукции и разработке программ ее создания и усвоения с соответствующей стандартизацией с учетом государственных и международных требований для обеспечения качества и конкурентоспособности.

Экономический анализ внедрения стандартизации в хозяйственную деятельность предприятия в проектах его становления и развития, позволяет определить факторы, влияющие на эффективность производства и обосновать управленческие решения, направленные на повышение эффективности экономической деятельности по выпуску конкурентоспособной продукции или предоставлении при этом качественных услуг.

Стандартизация производственной деятельности в России по мировым уровням ведущих стран мира определяется как долговременный затратный процесс и требует частичного сохранения существующей системы технического регулирования в соответствии к конкурентоспособной продукции, адаптированной на внешнеэкономических рынках.

Список литературы:

1. Беленцов В.М., Маевская Н.В. Техничко-экономический анализ: учебное пособие / В.Н. Беленцов, Н.В. Маевская. – Екатеринбург: Изд-во «Ноулидж», – 2014. – 297 с.
2. Боженко Л.И. Метрология, стандартизация, сертификация и аккредитация: учебное пособие / Л.И. Боженко. – М.: Афиша, – 2013. – 324 с.
3. Кириченко Л.А., Самойленко А.А. Стандартизация и сертификации товаров и услуг: учебник / Л.А. Кириченко, А.А. Самойленко. – Киев: Изд-во «Ранок», – 2012. – 240 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Бизнес-книга, – 2012. – 698 с.
5. Основы маркетинга: учебное пособие / [В.Л. Пилюшенко, Н.М. Ткачева, А.Е. Бурцева, А. Радченко]. – М.: «Наука», – 2013. – 309 с.
6. Тарасова В.В., Малиновский А.С., Рыбак М.Ф. Метрология, стандартизация и сертификация: учебник / Под общ. ред. В.В. Тарасовой. – М.: Центр учебной литературы, 2014, – 264 с.

БУХГАЛТЕРСКИЙ АУТСОРСИНГ – ВЫГОДА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Трюшникова Евгения Сергеевна

E-mail: djonyasmill@yandex.ru

Чкалова Екатерина Александровна

студенты третьего курса Сибирского Федерального Университета,

Института управления бизнес-процессами и экономики,

РФ, г. Красноярск

E-mail: chkalova_42_69@mail.ru

Яричина Галина Федоровна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика
и управление бизнес-процессами»,*

РФ, г. Красноярск

E-mail: sanya080407@yandex.ru

Под бухгалтерским аутсорсингом понимают способ ведения бухгалтерии внешними субъектами, т.е. сторонней компанией или человеком, обладающим необходимыми знаниями в соответствующей сфере.

Рынок бухгалтерского аутсорсинга развивается, все большее число компаний предпочитают использовать внешние источники при формировании отчетности, чем содержать одного или нескольких бухгалтеров на месте. В 2014 году общий объем выручки в стране от бухгалтерского аутсорсинга составил 7,2 млрд. руб. (рисунок 1).

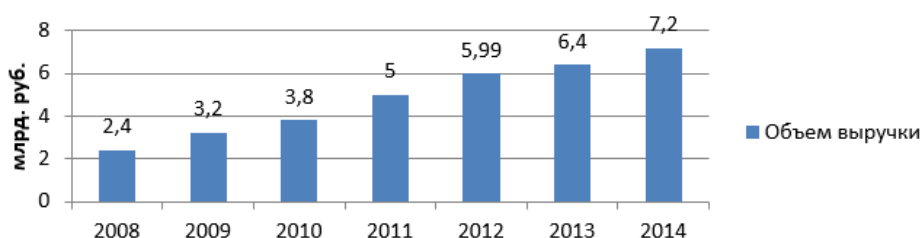


Рисунок 1. Общая выручка от осуществления услуг бухгалтерского аутсорсинга

Актуальность бухгалтерского аутсорсинга возрастает с каждым днем. Это обуславливается сложившейся ситуацией занятости в стране. По официальным

данным уровень безработицы в 2015 году составляет 6,1 %. Кроме этого с каждым годом все сложнее найти работу, особенно таким специальностям, как экономист, юрист, социолог и психолог. Бухгалтерский аутсорсинг позволяет найти оплачиваемую работу без привязки к городу проживания.

С целью подтверждения вышесказанного нами на базе Google Form был проведен социологический опрос. Этот модуль помог опросить большое количество людей различных возрастов по всей России, так как потребовалось всего лишь создать анкету и распространить ее в сети Интернет, где любой желающий смог ответить на необходимые нам вопросы. В опросе приняло участие 200 респондентов разных возрастов (127 женщин и 73 мужчины). Опрос показал, что среди респондентов, имеющих экономическое образование, 55 процентов не трудоустроены по специальности (рисунок 2).

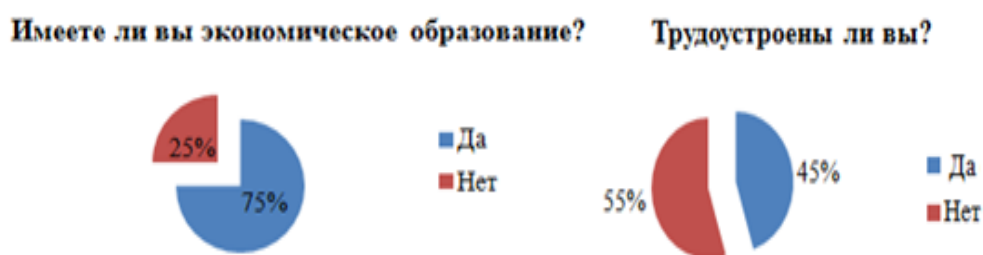


Рисунок 2. Структура ответов на вопросы о трудоустройстве

Большая часть участников опроса заинтересованно рассматривает работу дома с использованием аутсорсинга (рисунок 3).



Рисунок 3. Структура ответов на вопросы об аутсорсинга

Большая часть опрошенных респондентов были знакомы с таким понятием, как аутсорсинг (154 человека), для 35 участников данный термин оказался совершенно новым. Однако, несмотря на новизну понятия, после уточнения его значения, многие респонденты пожелали попробовать новый вид занятости, отметив, что это очень удобный способ работы.

Актуальность и возрастающую тенденцию перехода на аутсорсинг бухгалтерии может подтвердить опыт зарубежья: с каждым годом возрастает не только объем аутсорсинговых услуг во всех отраслях в целом (рисунок 4) [1], но и бухгалтерии, в частности. Еще с конца XX века проводились исследования данного рынка услуг, когда лишь 20 % опрошенных компаний пользовались ими. К 2014 году его объем составил 50 %, что подтверждает обзор 900 случайных компаний США (рисунок 5) [2].

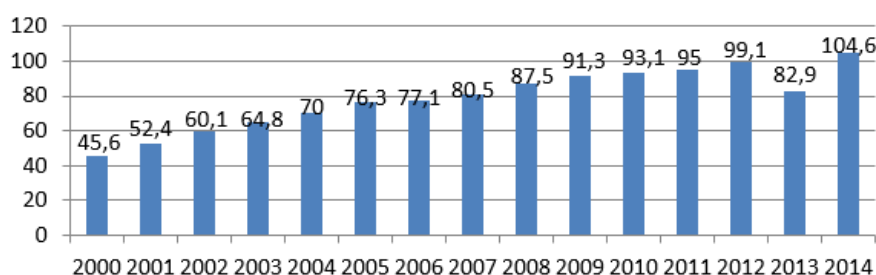


Рисунок 4. Объем аутсорсинговых услуг в США, млн. долларов

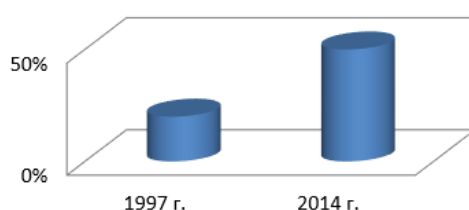


Рисунок 5. Объем услуг бухгалтерского аутсорсинга в США

Следует отметить некоторые важные особенности бухгалтерского аутсорсинга. Бухгалтер может оказывать данную услугу как будучи просто физическим лицом, так и создав свою фирму по оказанию бухгалтерских услуг, то есть, являясь юридическим лицом (в том числе индивидуальным

предпринимателем). Для организации нанявшей такого работника, это экономия. Опираясь на Налоговый кодекс РФ и Федеральный закон от 24 июля 2009 г. № 212-ФЗ, можно сделать вывод, что, если заключен договор гражданско-правового характера с физическим лицом, то заказчик уплачивает стоимость предоставленной услуги, страховые взносы (кроме взносов в фонд социального страхования) удерживает и перечисляет 13 % НДФЛ. Если же услугу оказывает юридическое лицо, то оплачивается только услуга по договору возмездного оказания услуг.

Как любое экономическое явление, бухгалтерский аутсорсинг имеет, как положительные, так и отрицательные стороны (таблица 1).

Таблица 1.

Положительные и отрицательные стороны бухгалтерского аутсорсинга, пути решения проблем

Преимущества аутсорсинга	Слабые стороны аутсорсинга и пути их решения	
	Недостатки	Решение
Экономия на заработной плате штатного бухгалтера (отдела бухгалтерии)	Возможность утраты конфиденциальности внутрифирменной информации	Доступная для бухгалтера информация не представляет для него личного интереса; возможно заключение договора о неразглашении информации
Экономия на отчислениях с фонда заработной платы	Слабая контролируемость деятельности аутсорсинговых организаций	Аутсорсер может предоставлять рекомендательные письма от прошлых заказчиков, предоставлять промежуточную отчетность по заказу
Отсутствие затрат на повышение курсов квалификации бухгалтеров	Возможно отсутствие специализации аутсорсеров	Дифференциация аутсорсинговых компаний по видам деятельности, осуществление фильтрации
Отсутствие необходимости в техническом оснащении рабочих мест бухгалтеров	При работе на несколько организаций, бухгалтер может не сразу вникать в процесс той или иной компании	Предоставление полной информации о структуре и деятельности компании, о ее особенностях бухгалтеру-аутсорсеру
Отсутствие затрат на приобретение специальной литературы и канцелярских принадлежностей	Риск получения некачественных услуг	Использование проверенных и рекомендованных поставщиков услуги
Оплата осуществляется непосредственно за период выполнения	Снижение возможностей получения оперативной информации	Введение сроков исполнения, санкции за просрочку

Решить выявленные недостатки бухгалтерского аутсорсинга можно путем создания общедоступного сайта для желающих работать без привязки к определенному месту работы. Основная суть сайта заключается в осуществлении прямого контакта между заказчиком и исполнителем услуг на основании обязательного подписания гражданско-правового договора или договора о возмездном оказании услуг, формы которых автоматически предлагает система. Тем самым решаются проблемы, заявленные в таблице 1:

1. Утечка информации невозможна, так как будет запрещена возможность загрузки данных компании на персональный компьютер, ее использование возможно только в рамках сайта.

2. Деятельность аутсорсера контролируется непосредственным контактом заказчика и исполнителя через диалоговую форму.

3. Введены ограничения на количество заказов, находящихся в распоряжении аутсорсера. Если аутсорсер выбирает заказ, который выходит за регламентированные рамки, его выполнение возможно с согласия заказчика.

4. Наличие рейтинговой системы. Заказчик имеет доступ к отзывам об аутсорсерах, которые предложили свои услуги для выполнения заказа.

5. Сроки выполнения задания строго регламентируются заказчиком. В случае невыполнения работы в срок аутсорсер подвергается штрафам.

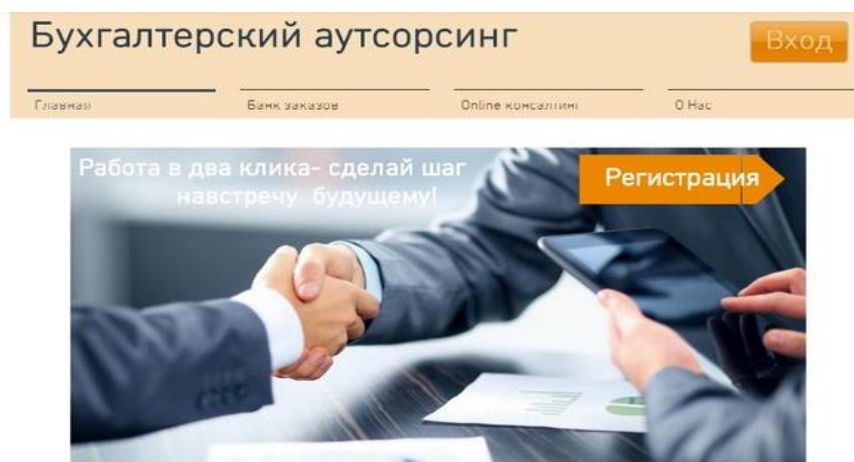


Рисунок 6. Главная страница сайта бухгалтерского аутсорсинга

Можно сделать вывод, что многие экономические новшества, которые появляются благодаря развитию общества, взаимодействиям между странами необходимо использовать и адаптировать в стране. Грамотно организованный аутсорсинг способен помочь решить важную проблему современной российской экономики – безработицу.

Список литературы:

1. The statistic portal: Global market size of outsourced services from 2000 to 2014. – USA: Statista, 2014. – С. 2.
2. Richard Tan, The Future of Finance and Accounting Outsourcing this 2014/ Richard Tan// Infinit. – 2014. – № 6. – С. 1–2.

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ НАУКОГРАДОВ РФ

Шпигоцкая Александра Александровна
студент 1 курса, кафедра финансы, кредит и страховое дело,
РФ, г. Ставрополь
E-mail: sandra1994vd@mail.ru

Глотова Ирина Ивановна
научный руководитель, канд. экон. наук, доцент,
РФ, г. Ставрополь

Появление наукоградов в России связано с необходимостью комплексного решения вопросов социально-экономического развития муниципальных образований с высокой концентрацией научно-технического потенциала.

Государственная поддержка за счет средств федерального бюджета распределяется между наукоградами исходя из численности населения муниципального образования, причем направляется в основном на решение вопросов местного значения [1]. Динамика объема межбюджетных трансфертов из федерального бюджета в 2005–2010 гг. представлена в табл. 1.

Таблица 1.

Объемы межбюджетных трансфертов, направленные из федерального бюджета для наукоградов Российской Федерации в 2005–2010 гг., тыс. руб.

Наименование муниципального образования	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Обнинск Калужской обл.	64 260,0	136 212,0	144 955,3	155 283,0	140 890,5	56 106,7
Дубна Московской обл.	203 980,0	79 704,2	84 748,7	90 900,9	83 065,3	33 238,6
Королев Московской обл.	225 120,0	222 102,8	237 618,0	254 581,6	233 170,4	93 280,8
Кольцово Новосибирской обл.	52 220,0	12 612,7	13 305,0	14 290,7	13 087,4	5 265,0
Мичуринск Тамбовской обл.	37 940,0	120 509,3	127 311,0	135 393,8	120 458,0	47 597,6
Реутов Московской обл.	32 900,0	102 316,9	110 121,6	117 861,8	1208 973,1	43 981,3
Фрязино Московской обл.	83 580,0	67 719,1	71 959,7	77 052,2	70 224,9	28 186,3
Петегргоф	-	83 839,7	89 146,0	95 468,1	86 537,5	34 461,8

Пушино Московской обл.	-	-	27 655,7	29 465,5	26 842,6	10 742,7
Бийск Алтайского края	-	-	312 115,0	331 928,4	295 669,6	117 797,5
Троицк Московской обл.	-	-	-	61 711,9	48 209,9	19 570,9
Жуковский Московской обл.	-	-	-	149 242,6	137 685,4	55 521,7
Черноголовка Московской обл.	-	-	-	-	27 376,8	11 168,2
Протвино Московской обл.	-	-	-	-	49 545,4	19 783,6
Итого	700 000,0	825 016,7	1 218 936,0	1 503 180,5	1 441 756,8	576 702,7

Как видно из таблицы, за анализируемый период муниципальным образованиям, имеющим статус наукограда РФ, предоставлено за счет средств федерального бюджета межбюджетных трансфертов на сумму более 6,3 млрд рублей, что обеспечило существенное социально-экономическое развитие данных территорий. Однако в последние годы прослеживается негативная тенденция резкого сокращения объема государственной поддержки наукоградов. Так, в 2010 г. по сравнению с уровнем 2009 г. общий объем межбюджетных трансфертов, финансируемых за счет средств федерального бюджета, уменьшен на 60 %. Более наглядно динамика объема финансирования наукоградов отражена на рис. 1.

Порядок предоставления наукоградам государственной поддержки определен постановлением Правительства РФ от 22.12.2007 № 917 «Об утверждении Правил предоставления межбюджетных трансфертов из федерального бюджета для осуществления мероприятий по развитию и поддержке социальной, инженерной и инновационной инфраструктуры наукоградов РФ» [3].

Правила определяют процедуру предоставления межбюджетных трансфертов из федерального бюджета бюджетам субъектов Федерации для перечисления их в бюджеты наукоградов РФ.



Рисунок 1 Динамика общего объема финансирования наукоградов РФ в 2005–2010 гг., млн. руб.

Перечисление межбюджетных трансфертов из федерального бюджета в региональные бюджеты осуществляется на счета, открытые территориальным органам Федерального казначейства для учета поступлений и их распределения между бюджетами бюджетной системы РФ, для последующего перечисления в бюджеты субъектов Федерации. Действующий механизм финансирования предусматривает, что размер межбюджетных трансфертов, предоставляемых отдельному наукограду, определяется исходя из численности его постоянного населения. Сведения о численности населения наукоградов по состоянию на 1 января 2010 г. приведены в табл. 2.

Таблица 2.

Численность постоянного населения муниципальных образований, имеющих статус наукограда РФ по состоянию на 1 января 2010 г.

Наименование муниципального образования	Численность постоянного населения, чел.	Структура, %
Калужская область		
Обнинск	105 595	9,7
Московская область		
Дубна	62 733	5,8
Королев	175 962	16,2
Реутов	82 604	7,7
Фрязино	53 234	4,9

Пушино	20 294	1,9
Троицк	37 591	3,5
Жуковский	104 755	9,6
Черноголовка	20 985	1,9
Протвино	37 225	3,4
Новосибирская область		
Пгт. Кольцово	11 292	1,0
Тамбовская область		
Мичуринск	88 889	8,2
Г. Санкт- Петербург		
Петергоф	64 791	6,0
Алтайский край		
Бийск	220 466	20,3
Итого	1 087 416	100,0

Источник: [1]

Органы местного самоуправления наукоградов ежегодно разрабатывают перечень мероприятий по развитию и поддержке их социальной, инженерной и инновационной инфраструктур. Финансирование осуществляется за счет средств федерального бюджета с учетом установленных лимитов на текущий финансовый год. В перечень мероприятий включаются расходы, предусмотренные программой комплексного социально-экономического развития муниципального образования, имеющего статус наукограда РФ. В данный перечень могут входить расходы, связанные с осуществлением проектно-изыскательских работ, строительства, реконструкции, капитального ремонта при наличии утвержденной в установленном порядке проектно-сметной документации, а также с приобретением оборудования для муниципальных предприятий и учреждений стоимостью свыше 1 тыс. руб.

До завершения строительства, реконструкции, капитального ремонта объекты не могут быть исключены из перечня мероприятий. Одновременно с этим включение в перечень мероприятий новых объектов строительства допускается только при условии выполнения ранее взятых обязательств по финансированию.

Местные администрации наукоградов до 15 января текущего финансового года представляют на утверждение в Министерство образования и науки РФ перечень мероприятий на очередной финансовый год. В течение месяца

Министерство образования и науки РФ по согласованию с Министерством финансов утверждает предоставленные администрациями наукоградов перечни мероприятий [2].

Анализ эффективности механизмов финансовой поддержки наукоградов за счет средств федерального бюджета свидетельствует о том, что государственная поддержка не стимулирует муниципалитеты к развитию инновационной составляющей на подведомственной территории. Об этом достаточно ярко свидетельствует крайне низкая доля расходов на развитие и поддержку инновационной инфраструктуры в общем объеме расходов на 2006–2009 гг., что наглядно видно из анализа данных табл. 4.

Таблица 4.

Доля расходов на развитие инновационной инфраструктуры в общем объеме межбюджетных трансфертов, направленные из федерального бюджета для наукоградов РФ в 2006–2009 гг., %

Наименование муниципального образования	2006	2007	2008	2009
Обнинск Калужской обл.	25,3	18,1	23,0	18,7
Дубна Московской обл.	16,2	1,4	1,2	-
Королев Московской обл.	4,2	9,9	1,9	0,9
Кольцово Новосибирской обл.	54,4	-	-	-
Мичуринск Тамбовской обл.	21,2	19,4	15,0	4,8
Реутов Московской обл.	6,7	8,7	6,4	-
Фрязино Московской обл.	2,1	6,5	0,6	-
Петегргоф	82,8	100,0	-	-
Пушино Московской обл.	X	5,4	0,7	-
Бийск Алтайского края	X	11,4	1,4	-
Троицк Московской обл.	X	X	-	-
Жуковский Московской обл.	X	X	-	2,2
Черноголовка Московской обл.	X	X	X	-
Протвино Московской обл.	X	X	X	5,9
Итого	20,2	17,7	5,0	2,8

**X – статус наукограда не присвоен*

Таким образом, модель финансирования наукоградов имеет отрицательные стороны. Существующая нормативная база привела к непониманию понятия наукоградов как территорий, ориентированных на получение научных знаний, и их последующее внедрение в виде новых технологий. Стоит заметить, что действующие нормы не позволяют эффективно организовать координацию

и взаимодействие федеральных органов государственной власти с органами государственной власти субъектов Федерации и органами местного самоуправления наукоградов, так как ликвидирован программный принцип по разработке и утверждению комплексных программ развития муниципальных образований как наукоградов. В целях совершенствования системы финансирования наукоградов и повышения их роли необходимо создание правового механизма, способствующего росту инновационной активности наукоградов.

Список литературы:

1. Постановление Правительства РФ от 22.12.2007 № 917 «Об утверждении Правил предоставления межбюджетных трансфертов из федерального бюджета для осуществления мероприятий по развитию и поддержке социальной, инженерной и инновационной инфраструктуры наукоградов РФ».
2. Федеральный закон от 7 апреля 1999 г. № 70-ФЗ «О статусе наукограда Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями).
3. Шаховой В.А., Соладтов А.А. Управление инновационными процессами в наукоградах. М.: Информ.-внедренч. центр «Маркетинг», 2014. – 168 с.

ВВЕДЕНИЕ ТОРГОВОГО СБОРА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Яковлева Татьяна Юрьевна

Пономарев Дмитрий Константинович

студенты 4 курса кафедры технологий и управления продажами

РЭУ им. Плеханова,

РФ, г. Москва

E-mail: tatiana.urevna@yandex.ru

Колчин Сергей Павлович

научный руководитель, д-р. экон. наук, профессор кафедры налогов

и налогообложения РЭУ им. Плеханова,

РФ, г. Москва

Настоящее время – не лучшее, с точки зрения знания текущего состояния российской экономики. С начала года дефицит российского бюджета достиг 2,1 процента ВВП [1]. К 1 сентября 2015 расходы государственного бюджета превысили доходы более чем на 994 миллиарда рублей [2]. К этому же моменту правительство потратило для финансирования бюджетного дефицита около 900 миллиардов рублей из Резервного фонда. Большинство экспертных прогнозов относительно дальнейшего развития экономики страны носят пессимистический характер. По оценке ВШЭ при сохранении санкций против России и низких цен на нефть Резервный фонд может быть опустошен к концу следующего года. В данной ситуации правительство принимает ряд решений покрытия бюджетных дефицитов, одним из которых является введение дополнительного сбора на торговые предприятия.

Федеральный закон № 382 от 29.11.2014 разрешил властям Москвы, Санкт-Петербурга и Севастополя установить с 1 июля 2015 года торговый сбор на своей территории. В настоящее время закон о торговом сборе вступил в силу только в Москве [3]. Начиная с 3 квартала 2015 года компании и предприниматели, работающие на территории Москвы, должны ежеквартально высчитывать и платить торговые сборы.

В законе дано понятие торговли как вида предпринимательской деятельности, связанного с розничной, мелкооптовой и оптовой куплей-

продажей товаров, осуществляемого через объекты стационарной торговой сети, нестационарной торговой сети, а также через товарные склады. Причем в законе не уточняется, какими именно товарами должны торговать те, кто подпадает под действие торгового сбора. Это означает, что торговым сбором, будет облагаться торговля любыми товарами.

Объектом обложения сбором признается использование движимого или недвижимого имущества для осуществления плательщиком сбора вида предпринимательской деятельности, в отношении которого установлен сбор, хотя бы один раз в течение квартала.

Уплаченный торговый сбор можно вычесть из суммы налогов: налога на прибыль, единого налога по упрощенной системе налогообложения (если выбран объект обложения «доходы»), налога на доходы физических лиц за периоды обложения, совпадающие с налоговым периодом. Торговый сбор можно вычесть только в том случае, если направили уведомление плательщика торгового сбора в налоговую инспекцию.

От торгового сбора освобождены кинотеатры, театры, музеи, а также религиозные организации. Кроме того, сбор не будут платить парикмахерские, прачечные, химчистки и другие предприятия бытовых услуг, если торговля там будет являться вспомогательной. Также торговый сбор не будут платить арендаторы палаток на ярмарках выходного дня, объекты на территории розничных рынков, вендинговая торговля. Освобождаются от уплаты торгового сбора также индивидуальные предприниматели, применяющие патентную систему налогообложения, и ИП и организации, уплачивающие единый сельскохозяйственный налог.

Ставки торгового сбора устанавливаются местными властями в рублях за квартал в расчете на один объект торговли или на его площадь [2]. Надо отметить, что власти городов федерального значения имеют право устанавливать различные ставки для разных районов города и для разных объектов торговли. В отдельных случаях ставка сбора может быть снижена вплоть до нуля [5].

Законодатели также предусмотрели ограничения по максимальным ставкам. При этом размеры максимальных ставок могут зависеть от нескольких

показателей. Ставка торгового сбора не должна превышать расчетной суммы налога, подлежащего уплате в Москве, Санкт-Петербурге или Севастополе в связи с применением ПСН на основании патента по соответствующему виду деятельности, выданного на три месяца.

Таблица 1.

Предельные ставки торгового сбора в 2015 году

Объект обложения	Предельная ставка сбора на объект налогообложения за квартал, руб.		
	Москва	Санкт-Петербург	Севастополь
объект стационарной торговой сети, не имеющий торгового зала	92 900	41 130	9290
объект нестационарной торговой сети	92 900	41 130	9290
объект стационарной торговой сети, имеющий торговый зал площадью не более 50 кв. м	68 820	38 200	7740
1 кв. м площади торгового зала объекта стационарной торговой сети, имеющего торговый зал площадью более 50 кв. м	1375	765	155
1 кв. м площади торгового зала склада	1375	765	155
1 кв. м площади розничного рынка	550	550	550

При этом на 2015 г. установлен коэффициент-дефлятор для применения ПСН в размере 1,147. Стоимость патента равна 6 % от потенциально возможного дохода.

Максимальный потенциально возможный доход от розничной торговли, осуществляемой через объекты стационарной торговой сети с площадью торгового зала не более 50 кв. метров по каждому объекту организации торговли определен Законом г. Москвы. Он составляет 4000 тыс. руб. Получается, что патент на три месяца будет стоить с учетом этих исходных данных 68 820 руб. ($4000 \text{ тыс. руб.} \times 1,147 \times 6 \% \times 1/4$). В расчете 1 кв. м площади торгового зала объекта стационарной торговой сети, имеющего торговый зал площадью более 50 кв. м или 1 кв. м площади торгового зала склада, предельная сумма сбора составит 1375 руб. ($68 820 \text{ руб.} / 50$).

Организации и предприниматели должны самостоятельно определять сумму торгового сбора для каждого объекта торговли. Формула для расчета:

Торговый сбор = Ставка сбора (она может быть значительно меньше, чем предельная ставка, для каждого региона имеется своя ставка) x Фактическое значение физической характеристики объекта осуществления торговли (например, площадь объекта торговли)

Например, если ставка установлена по одному объекту торговли, то она умножается на 1. А если ставка определена в отношении 1 кв. метра площади торгового зала (розничного рынка), ее необходимо умножить на размер этой площади.

Таким образом, мы видим, что введение торгового сбора преследует исключительно фискальные цели. Очевидно, что он негативно повлияет на инфляцию, поскольку произойдет рост издержек на фоне снижающейся покупательной способности населения в условиях кризиса.

Следует отметить, что и до введения торгового сбора условия функционирования малого бизнеса в Москве ухудшились. Отчасти это связано с уплатой налога от кадастровой стоимости помещения, что повлекло за собой рост ставок аренды торговых помещений и закрытие торговых точек.

После ознакомления с квартальными ставками данного сбора, установленными в Москве, первое, на что обращается внимание, – это то, что особенно серьезно данный сбор бьет по малому бизнесу. Магазин площадью 10 квадратных метров в центре может выплачивать лишь в два раза меньший сбор, чем супермаркет. Платить дополнительный сбор кризисное время трудно и для больших, и для малых магазинов. В гипермаркете сбор 98 тысяч рублей в квартал может привести к небольшому удорожанию товаров или сокращению нескольких работников. Для магазина же площадью 10–15 кв. м. сбор в 60 тысяч рублей соизмерим с арендой, и на фоне общей неблагоприятной ситуации повышение налогового бремени может быть решающим при выборе – продолжать работу или закрываться.

Введение сбора в Москве беспокоит предпринимателей регионов. Опасение заключается в том, что введение сбора в городах федерального значения, со временем может привести к введению его по всей России. В городах, где

арендная плата невелика, даже небольшое увеличение налогового бремени может быть катастрофичным для малых предприятий.

Подводя итоги, можно заключить, что данный сбор введен из необходимости покрытия дефицитов бюджетов, поэтому его можно считать обоснованным с точки зрения удовлетворения текущих фискальных интересов регионов. Однако по отношению к малому бизнесу, который в условиях экономической нестабильности итак имеет огромные риски, торговый сбор может оказаться слишком большим дополнительным налоговым бременем. На начальном этапе его введения ситуация с доходами региональных бюджетов улучшится, однако в долгосрочной перспективе те же региональные бюджеты могут лишиться налогоплательщиков, а рынок – такого важного звена как малый и потенциальный средний бизнесы. Они в свою очередь и образуют конкуренцию на рынке, улучшение качества товаров и услуг, процветание региона и развитие экономики. Как представляется, необходим всесторонний анализ воздействия торгового сбора на мотивацию субъектов малого бизнеса, потребительские цены с тем, чтобы иметь возможность внесения оперативных изменений в нормативную базу.

Список литературы:

1. Минфин: дефицит бюджета России в 2015 году достиг 2,1 % ВВП. // Российская Газета. 2015. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.rg.ru/2015/09/15/vvp-site-anons.html> (дата обращения: 16.09.2015).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2. От 05.08.2000 № 117-ФЗ(ред. от 04.10.2014)ст. 413 п. 4 подп. 2// Справочно-правовая система «Консультант Плюс» / [Электронный ресурс]. – Режим доступа. – URL: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 23.09.2015).
3. О торговом сборе: Закон г. Москвы № 62от17 декабря 2014 //Справочно-правовая система «Консультант плюс». / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://base.consultant.ru/> (дата обращения: 03.10.2015).
4. Силуанов А.Г.: Из Резервного фонда за 8 месяцев потрачено 900 млрд рублей. // ИА REGNUM.2015. [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://regnum.ru/news/1966327.html> (дата обращения: 9.09.2015).

ДЛЯ ЗАМЕТОК

**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ.
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

*Электронный сборник статей по материалам XXXVII студенческой
международной заочной научно-практической конференции*

№ 10 (37)
Декабрь 2015 г.

В авторской редакции

Издательство АНС «СибАК»
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 4.
E-mail: mail@sibac.info



СибАК
www.sibac.info