



**СибАК**  
www.sibac.info

ISSN 2310-4082

**XXX СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ  
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ**

**№ 3 (30)**



**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО  
СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ.  
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

г. НОВОСИБИРСК, 2015



# НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

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

№ 3 (30)  
Март 2015 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск  
2015

УДК 33.07  
ББК 65.050  
Н34

Председатель редколлегии:

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

Редакционная коллегия:

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

**Н34 «Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки»:**

Электронный сборник статей по материалам XXX студенческой международной научно-практической конференции. — Новосибирск: Изд. «СибАК». — 2015. — № 3 (30)/ [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.sibac.info/archive/economy/3\(30\).pdf](http://www.sibac.info/archive/economy/3(30).pdf)

Электронный сборник статей по материалам XVI 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**

<b>Секция 1. Маркетинг</b>	<b>6</b>
ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ	6
Туаев Валерий Олегович Левозиц Наталия Вячеславовна	
МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ НА ПРИМЕРЕ ВЫБОРА ТОВАРОВ ПОВСЕДНЕВНОГО СПРОСА	11
Шведова Любовь Юрьевна Гербер Людмила Павловна	
<b>Секция 2. Менеджмент</b>	<b>19</b>
ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ И КЛАСТЕРНОГО РАЗВИТИЯ В КАЗАХСТАНЕ	19
Бегманова Айгерим Оразбеккызы Сатымбекова Катира Батырхановна	
КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ	29
Иванова Анастасия Афанасьевна	
ПРОБЛЕМЫ ЭЙДЖИЗМА МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В РОССИИ	34
Папанян Рубен Гарникович Дзанагова Татьяна Яковлевна	
<b>Секция 3. Регионоведение</b>	<b>39</b>
ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РОСТА ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА КЫЗЫЛОРДИНСКОЙ ОБЛАСТИ	39
Жарменова Нургул Радиковна Абдимомынова Алма Шакирбековна	
<b>Секция 4. Экономика</b>	<b>44</b>
ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ФЬЮЧЕРСНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ	44
Воробьева Марина Вячеславовна Ненашев Михаил Николаевич	
ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ: ИЗ ПРОШЛОГО В СОВРЕМЕННОСТЬ	53
Годованник Екатерина Дмитриевна Попов Валерий Владимирович	

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА Гурова Галина Владимировна Бачу Екатерина Федоровна Калинина Марина Игоревна	58
КАК ИЗМЕНИЛСЯ НАЛОГ НА НЕДВИЖИМОСТЬ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ С 2015 ГОДА? Ищенко Анна Александровна	64
АУТСОРСИНГ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ Кришалович Елена Генриковна	69
ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКОГО АВТОПРОМА И СООТНОШЕНИЕ ЦЕНА-КАЧЕСТВО АВТОМОБИЛЕЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО КЛАССА Кругликова Изабелла Дмитриевна Феоктистов Олег Георгиевич	74
К ВОПРОСУ О СТРАХОВАНИИ БАНКОВСКИХ ВКЛАДОВ Крюкова Ксения Анатольевна	80
НАУКА И ИННОВАЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАУКОЕМКОГО СЕКТОРА ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ Рассолова Елена Николаевна Любова Ольга Витальевна	91
ИССЛЕДОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕГИОНОВ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕСТА ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ СРЕДИ СУБЪЕКТОВ РФ Румянцев Артем Олегович Кузнецова Елена Васильевна	97
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИИ: ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ Саркисян Азгануш Азизовна Алиева Сабина Шакир кызы Рубаева Ляна Махарбековна,	104
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА БАНКОВСКИХ ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ В РОССИИ Толкачева Евгения Александровна	114

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ТОВАРООБОРОТА (ЭКСПОРТА/ИМПОРТА) ПО ЗАБАЙКАЛЬСКОМУ КРАЮ СО СТРАНАМИ АТЭС Тюриков Анатолий Викторович Устюгова Юлия Владимировна	119
НАЦИОНАЛЬНАЯ СИСТЕМА ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ Чекмарёв Станислав Владимирович	123
МОДЕЛИРОВАНИЕ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ПРИ CES ПРЕДПОЧТЕНИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ Чернова Надежда Дмитриевна Шаповал Александр Борисович	127
НДФЛ: ЛЬГОТЫ И ВЫЧЕТЫ Штук Екатерина Александровна Рюмина Юлия Александровна	135

# СЕКЦИЯ 1.

## МАРКЕТИНГ

### ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

*Туаев Валерий Олегович*

*студент 3 курса, Кредитно-экономического факультета  
Финансового университета при Правительстве РФ,  
РФ, г. Москва  
E-mail: [t.valera.o@mail.ru](mailto:t.valera.o@mail.ru)*

*Левониц Наталья Вячеславовна*

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры «Маркетинг  
и логистика» Финансового университета при Правительстве РФ,  
РФ, г. Москва*

На современном этапе развития образование всё чаще относят к сфере услуг. Очевидно, образовательное учреждение в связи с этим рассматривается как предприятие, оказывающее образовательные услуги. Рынок стремительно заполняется платными образовательными услугами: частные школы, коммерческие ВУЗы и т. д. Безусловно, каждая такая организация старается занять наиболее выгодное положение на рынке, из чего вытекает острая необходимость разработки эффективной маркетинговой стратегии. В то же время следует признать недостаточными современные научные разработки организационно-экономического обеспечения маркетинговой активности в образовании, которые скорее характеризуют этап теоретического осмысления маркетинговой проблематики в привязке к специфике деятельности образовательных организаций, нежели обеспечивают планомерную, научно обоснованную маркетинговую активность с использованием всех имеющихся возможностей и резервов, имеющихся в распоряжении современных вузов.

Прежде всего, само определение маркетинга в образовании до сих пор остается достаточно туманным, многие российские авторы в качестве такового используют определение Ф. Котлера, которое весьма размыто характеризует

конкретную функциональную нагрузку и ключевые показатели эффективности реализации маркетинговой функции в современных вузах.

По определению составителей экономического словаря «Академик» маркетинг в образовании является видом деятельности образовательного учреждения, направленным на удовлетворение потребностей социального заказа общества на подготовку специалиста с конкретно заданными личностными и профессиональными качествами [4]. Несмотря на применение классических для маркетинга терминов «вид деятельности» и «удовлетворение потребностей», на наш взгляд, данное определение в недостаточной степени характеризует сущность и специфику маркетинговой деятельности в образовании, что серьезно ограничивает возможности его практического использования.

По мнению И.А. Коноваловой, ключевыми маркетинговыми особенностями развития современной российской системы образования являются:

- государственная стандартизация образовательных услуг;
- отказ от государственной монополии в области образования;
- переход к платному образованию [1].

Можем отметить, что в отличие от вышеприведенного определения, которое акцентирует внимание именно на общественных потребностях, здесь не предполагается полной коммерциализации образовательных услуг и продуктов, маркетинг скорее ориентирован на удовлетворение образовательных потребностей населения. Таким образом с помощью маркетинга возможно разрешение следующих противоречий:

- одновременно высокие темпами изменений в экономике и низкие темпы развития системы образования;
- соотношение спроса на образовательные услуги и продукты и фактического предложения со стороны образовательных учреждений.

Тем не менее, И.А. Коновалова подчеркивает, что образовательная программа, реализуемая в целях обеспечения качества образования, с помощью всего спектра инструментов маркетинга способна существенно уменьшить



разрыв между реальными востребованными сообществом и рынком труда образовательными результатами [1].

На основе обобщения взглядов зарубежных и отечественных ученых и специалистов в области маркетинга услуг, в том числе, образовательных, и использования результатов собственных исследований в области маркетинга образования сформулируем следующее определение образовательной услуги высшего профессионального образования. Образовательная услуга высшего профессионального образования — это совокупность образовательной программы, процесса ее предоставления, комплекса вспомогательных услуг, которые сопровождают процесс обучения и повышают его полезность и привлекательность для потребителя, направленная на удовлетворение личных познавательных потребностей студентов и спроса на специалистов, сложившегося на рынке труда.

Относительно развитых стран рынок образовательных услуг высшего профессионального образования в РФ сформировался относительно недавно. Вузу необходимо работать в совершенно новых для себя условиях: представлять свои услуги на рынке, привлекать абитуриентов, назначить цену обучения и т. д. В данных условиях решить все эти вопросы помогает разработка комплекса маркетинга образовательной услуги высшего профессионального образования. Комплекс маркетинга, как известно, представляет собой совокупность взаимосвязанных и взаимодополняющих факторов маркетинга, используемых организацией с целью вызвать необходимую ответную реакцию со стороны целевого рынка. В наиболее часто употребляемой форме маркетинг-микс включает в себя четыре элемента маркетинга:

- товар, продукт, услуга;
- цена;
- каналы распределения;
- коммуникации.

Рассмотрим комплекс маркетинга, состоящий из 4 элементов, относительно образовательной услуги высшего образования.

Применительно к образовательной услуге высшего образования основным продуктом является базовая образовательная программа студента (бакалавра, магистра), которая разрабатывается на основе государственного образовательного стандарта и также включает в себя учебный план, программы учебных дисциплин, программы учебных и производственных практик. Основными элементами процесса предоставления основной услуги являются: формы обучения, график образовательного процесса, квалификация профессорско-преподавательского состава, желание и способности студентов участвовать в образовательном процессе и усваивать образовательные программы. Перечислим основные вспомогательные услуги, облегчающие использование основных элементов продукта, и вспомогательные услуги, усиливающие привлекательность продукта применительно к образовательной услуге высшего профессионального образования включают в себя. К ним мы можем отнести научные исследования, информационные услуги, услуги библиотеки и медиакомплексов и т. д.

Второй составляющей маркетинг-микса является цена. При определении цены на образовательную услугу высшего профессионального образования необходимо учитывать ценность образовательной услуги в том виде, в котором она сложилась в восприятии потребителя, а также то, когда, где и как должна производиться оплата, и каким образом вуз должен информировать целевой рынок о своих ценах.

Говоря о каналах распределения применительно к образовательным услугам, можем выделить следующие способы распространения: аудитории для занятий, online-семинары, выездные занятия, средства электронной связи и интернет-сайты и т. д. Безусловно, все это необходимо применять в работе вузов, однако, хотелось бы отметить, что сначала разрабатывается система предоставления основной услуги, а затем системы предоставления всех вспомогательных услуг.

Четвертая составляющая комплекса маркетинга — коммуникации. Комплекс маркетинговых коммуникаций сферы образовательных услуг может

быть представлен следующими инструментами: личные коммуникации, реклама, связи с общественностью, корпоративный дизайн, инструктирующие материалы, сотрудничество. Организовывать деятельность в сфере коммуникаций необходимо только после проведения маркетингового исследования целевой группы, чтобы понять, какую информацию о ВУЗе, в каком виде, объеме и форме потребитель готов воспринимать.

Подводя итог сказанному, следует отметить, что на данный момент маркетинг образовательных услуг в России пока еще находится на стадии своего становления. Во многих учебных заведениях создаются отделы по продвижению бренда ВУЗа и своих образовательных услуг на рынок. Анализируя темпы развития и конкретную маркетинговую деятельность отдельных ВУЗов, можно с уверенностью говорить о больших перспективах успешного становления данной сферы маркетинговой активности на рынке образовательных услуг нашей страны.

### **Список литературы:**

1. Коновалова И.А. Развитие маркетинга в сфере образования. // Материалы XXXI международной научно-практической конференции «Экономика и современный менеджмент: теория и практика». М., 2013.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. — 656 с.
3. Лавлок К. Маркетинг услуг. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. — 1008 с.
4. Образовательный портал «Академик» — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://dic.academic.ru/dic.nsf/fin\\_enc/24869](http://dic.academic.ru/dic.nsf/fin_enc/24869) (дата обращения 23.02.2015).

## **МОДЕЛИРОВАНИЕ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ НА ПРИМЕРЕ ВЫБОРА ТОВАРОВ ПОВСЕДНЕВНОГО СПРОСА**

***Шведова Любовь Юрьевна***

*студент III курса, кафедра менеджмента, маркетинга и логистики  
Тюменский государственный университет,  
РФ, г. Тюмень  
E-mail: [blogl@mail.ru](mailto:blogl@mail.ru)*

***Гербер Людмила Павловна***

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент ТюмГУ,  
РФ, г. Тюмень*

*Работа выполнена при финансовой поддержке ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009—2014 годы, ГК 14.740.11.1377*

Согласно теоретическим основам, простая модель поведения потребителя заключается в том, что побудительные факторы маркетинга и прочие раздражители проникают в «чёрный ящик» сознания покупателя и вызывают определённые отклики. Фирма, разобравшаяся в том, как реагируют потребители на различные характеристики товара, цены, на рекламные аргументы и др., будет иметь большое преимущество перед конкурентами.

В этом плане при моделировании поведения конкретного потребителя в отношении конкретного же продукта особенно важно понять, что происходит в «чёрном ящике» сознания потребителя между поступлением раздражителей и появлением отклика на них. Сам «чёрный ящик» состоит из двух частей.

- Первая — характеристики покупателя, оказывающие основное влияние на то, как человек воспринимает раздражители и реагирует на них. Здесь анализируются внутренние факторы (индивидуальные особенности личности и мотивы поведения человека в отношении того или иного продукта), а также внешние факторы, оказывающие влияние на формирование личности потребителя (социальное положение, семья, культура и др.)

- Вторая часть — процесс принятия покупательского решения, от которого зависит результат. В этой части при моделировании необходимо анализировать поведение потребителя по каждой стадии принятия решения, учитывая факторы, влияющие на формирование окончательного решения [6, с. 57].

Автор провёл моделирование поведения потребителя на рынке товаров повседневного спроса. Объектом моделирования являлась женщина, которая занималась поиском вечернего платья на свадьбу своей подруги. Предметом — поведение этой женщины в качестве потребителя. Цель — моделирование поведения при выборе вечернего платья. Для реализации цели необходимо было решить следующие задачи: выявить личностные особенности потребителя; определить мотивацию поведения при выборе товара (по основным мотивационным теориям); учесть воздействие культурных факторов на потребительские предпочтения покупателя; определить влияние социального положения, а также референтных групп и лидеров мнений на поведение покупателя; рассмотреть возможное влияние семьи на принятие решения (стадию жизненного цикла семьи, распределение покупательских ролей, модели принятия решений в семье); проанализировать процесс принятия решения о выборе товара (по пяти стадиям).

Итак, общая характеристика потребителя: женщина, жительница г. Тюмени в возрасте 27 лет, имеет высшее образование (ТюмГУ), работает в должности менеджера, замужем, детей нет, ее муж (возраст 30 лет) — имеет высшее образование (ТюмГНГУ), менеджер среднего звена. Совокупный доход семьи — 70 000 руб. в месяц. Подруга пригласила эту женщину на свадьбу, и в данный момент она занята поиском вечернего платья. Как будет совершаться поиск и выбор — зависит от множества факторов.

По внутренним факторам анализируемая женщина имеет следующие личностные особенности: самолюбива, самодостаточна, доброжелательна, коммуникабельна, тактична, новатор, склонна к эксперименту, ответственна, трудолюбива, может проявлять властные полномочия, по темпераменту —

сангвиник, активная личность, не любит одиночество, легче переживает события, если делится ими (экстраверт). Обладает сенсорным типом восприятия (предпочитает конкретную информацию, опирается при ее сборе только на то, что можно увидеть или услышать) и логическим типом принятия решений (тщательный анализ всех фактов) [3, с. 113]. Ее реальное представление о себе не полностью совпадает с идеальным (нацелена на карьерные достижения). По этим внутренним факторам можно сделать вывод, что наиболее привлекательной и эффективной для нашей покупательницы будет реклама товаров-новинок, а также — конкретных достоинств товара и его преимуществ перед товарами-аналогами.

Далее автор анализировал мотивацию поведения покупателя по основным содержательным (теории А. Маслоу, Ф. Герцберга) и процессуальным теориям (В. Врума и С. Адамса), поскольку очень важно иметь чёткое представление о том, какие потребности в данном случае удовлетворяет потребитель. Согласно А. Маслоу, данной покупкой удовлетворяются вторичные потребности (потребность в самовыражении, потребность в причастности).

По двухфакторной теории мотивации Ф. Герцберга к гигиеническим факторам будут относиться: расположение и оформление точки продажи, уровень сервиса, широта ассортимента и качество платьев. Однако эти факторы влияют лишь на отсутствие чувства неудовлетворённости (или его наличие), на удовлетворённость же влияют мотивирующие факторы: наличие новых коллекций, скидки, акции.

Рассматривая процессуальные теории мотивации, автор анализировал не потребности, удовлетворяемые покупкой платья, а поведение женщины при выборе вечернего костюма, отвечающего ее запросам.

Согласно теории ожидания В.Врума для данной личности важно, чтобы степень удовлетворения от покупки соответствовала усилиям, затраченным на его приобретение, чтобы цена товара соответствовала качеству.

Учитывая теорию справедливости С. Адамса, автор предположил, что отношение ожидаемой от покупки выгоды к затраченным усилиям потребителя

должно быть справедливым по сравнению с аналогичными товарами или торговыми точками.

С целью выявления воздействия социального окружения на принятие решения потребителем, автор рассмотрел внешние факторы, влияющие на формирование характеристик потребителя: культуру, референтные группы, лидеров мнений и социальное положение [5, с. 101].

Культура оказывается главным определяющим фактором большинства принимаемых решений и покупательского поведения. Данный потребитель принадлежит к светской культуре, следует нормам и ценностям европейского общества. Анализируя социальное положение женщины, автор отнес её к базовому слою, поскольку ее образование, доход, властные полномочия и престиж соответствуют данному социальному слою [6, с. 64].

Поведение потребителя определяется также и влиянием референтных групп. Референтными группами являются ее коллеги по работе, относящиеся к первичной группе (прямого влияния на покупку платья не оказывают, но могут давать советы). Вторичной референтной группой для нашего потребителя является йога-студия, занятия в которой позволяют женщине следить за фигурой и, соответственно, покупать платья любого фасона.

При анализе информации о существующем в Тюмени ассортименте вечерних платьев, большое значение для покупательницы при рекламе товара имеют лидеры мнений — лидеры-прагматики (специалисты, хорошо информированные в данной категории товаров, например, Донателла Версаче, Джон Гальяно).

Завершая анализ внешних факторов поведения потребителя, автор рассмотрел последний социальный фактор — семья. Согласно подходу к выделению стадий жизненного цикла семьи И.В. Алешиной, исследуемая семья находится на 2 стадии жизненного цикла, молодые в браке без детей. Члены семьи играют разные покупательские роли, которые необходимо учитывать при анализе семейного потребления [1, с. 222]. Жена будет играть роли инициатора, принимающего решения, покупателя и пользователя, так как

она покупает платье для себя, имеет большую свободу выбора. Но, возможно, муж будет выполнять роль влиятеля, т. к. его мнение является для женщины важным (ему может не понравиться цвет или фасон платья). Но все же решение о выборе конкретного платья будет приниматься автономно — женой.

Таким образом, определив внутренние и внешние факторы поведения потребителя, можно сделать вывод о том, что на покупателя оказывают влияние:

- социальное положение (покупка в пределах 2—5 тыс. руб.),
- принадлежность к референтной группе,
- личностные характеристики,
- культурная принадлежность.

Далее рассмотрим вторую составляющую «черного ящика» сознания покупателя — процесс принятия решения о покупке. На основе полученных результатов автор анализировал процесс принятия решения о выборе платья по пяти стадиям. На первой стадии происходит осознание возникшей проблемы, которое инициирует процесс покупки вечернего костюма на свадьбу подруги. Данная проблема относится к ограниченному типу (неопределенность и риск присутствуют, но в течение небольшого времени). Осознание данной проблемы вызвано внешними и внутренними раздражителями — свадьба подруги (внешний раздражитель) и желание соответствовать своему кругу (внутренний раздражитель) [6, с. 70].

Итак, осознав проблему, покупатель приступает ко второй стадии, на которой осуществляется поиск информации, способствующей более полному решению проблемы и наиболее удачному выбору товара или услуги. Проводится как внутренний поиск (посредством активации имеющихся в долгосрочной памяти знаний), так и внешний, источниками которого являются: друзья, коллеги, глянцевого журналы, каталоги одежды, радио, реклама. Помимо источников информации, необходимо изучить дополнительные параметры, такие как направленность (каким характеристикам продукта уделяется большее внимание при поиске информации) и интенсивность



информационного поиска (сколько времени потребуется потребителю для поиска необходимой информации). Основная направленность при поиске информации о выборе платья — цена и соответствие модным тенденциям, интенсивность — в течение 5 дней.

Третья стадия — оценка вариантов — происходит на основе взвешенного анализа информации. Для выбора лучшего платья из альтернативных вариантов женщина оценивает ряд критериев. В ее оценочные критерии входят: цена, страна-изготовитель, бренд, качество, источник покупки. Влияющим фактором будет отношение других людей (плохие или хорошие отзывы друзей и коллег о товаре). Выбор товара происходит по правилу простого сложения (складываются оценки по важным для покупателя критериям альтернативных товаров, выбирается тот товар, который имеет максимальную сумму оценок).

На четвёртой стадии происходит непосредственное принятие решения о покупке. Данная покупка является специфически запланированной (покупка конкретного продукта, запланированная до посещения магазина), причем сначала выбирается магазин, а потом уже марка товара. Таким образом, для переключения запланированного покупательского поведения продавцу необходимо предоставить широкий ассортимент платьев известных брендов.

На данной стадии важными факторами являются мотивация шопинга, покупательская ориентация и восприятие риска. Мотивы шопинга у исследуемой женщины делятся на личные (самовознаграждение, ознакомление с новыми тенденциями) и социальные (статус и авторитет). Покупательская ориентация — активный шоппер (часто посещает магазины в поисках баланса цен, качества и моды), потребитель подвергается экономическому риску (потеря денег при покупке некачественного товара) [6, с. 86].

Кроме того, на данной стадии на принятие решения о покупке платья влияют характеристики источника покупки: элементы имиджа источника покупки (чистота помещения, удобство планировки и доступа к товару), реклама источника покупки, месторасположение (крупные торговые центры) и размер магазина (свобода перемещения).

Основными факторами влияния на решение о покупке внутри магазина являются: экспозиция товара в точке покупки (удачное размещение товара), планировка магазина (удобство осмотра и примерки платьев), атмосфера магазина (доброжелательность персонала).

Таким образом, взвесив и проанализировав всю полученную информацию о торговых центрах г.Тюмени, потребитель делает свой выбор в пользу ТЦ «Кристалл», ТЦ «Гудвин», ТЦ «Премьер», ТЦ «Вояж».

Наконец, на пятой стадии (ответная реакция на покупку) — послепокупочный диссонанс (сомнения и беспокойства по поводу принятого решения) маловероятен в силу характеристик личности. Характер потребления — ритуальный (обрядовый), т. к. покупка связана с определенным событием (свадьба подруги). Послепокупочная оценка (по соответствию предпокупочных ожиданий уровню функционирования товара): уровень предпокупочных ожиданий высокий, если товар окажется несоответствующего качества, то вероятно возникновение высокой неудовлетворенности, в этом случае возможен отказ от последующих покупок одежды данной марки в данном магазине и распространение негативной информации; если же товар окажется высокого качества, то покупательница будет удовлетворена, в такой ситуации последует распространение позитивной информации о марке и источнике покупки, а также повторная покупка.

Для формирования приверженного покупателя необходимы дополнительные маркетинговые действия: реклама на телевидении и в прессе с использованием лидера-прагматика, персональные поздравления с праздниками посредством мобильной связи, уведомления о скидках и новых коллекциях.

Подводя итог, можно заключить, что моделирование поведения потребителя — процесс достаточно сложный, кропотливый, требующий анализа множества факторов как по личности потребителя, так и по внешним обстоятельствам, опосредующим принятие окончательного решения. При этом моделирование даёт более глубокое понимание как причин, так и собственно структуры поведения людей в качестве потребителей.

## Список литературы:

1. Алешина И.В. Поведение потребителей: учеб. пособие для вузов / И.В. Алешина. М.: ФАПР-ПРЕСС, 1999. — 384 с.
2. Зубец А.Н. Маркетинг на финансовых рынках. Поведение потребителей; М.: Приор, 2011. — 176 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: Пер с англ. М.: «И.Д. Вильямс», 2012. — 496 с.
4. Чаудхури А. Эмоции и рассудок. Их влияние на поведение потребителя. М.: ООО «Группа ИДТ», 2007. — 256 с.
5. Челенков А. Некоторые аспекты современного поведения потребителей /А. Челенков, А. Межевов //Маркетинг. — 2006. — № 5. — С. 99—104.
6. Шведова М.Ф. Поведение потребителей. Учебное пособие. Тюмень: ТГАМЭУП, 2011 г. — 115 с.

## СЕКЦИЯ 2. МЕНЕДЖМЕНТ

### ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИННОВАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ И КЛАСТЕРНОГО РАЗВИТИЯ В КАЗАХСТАНЕ

*Бегманова Айгерим Оразбеккызы*  
*магистрант 1 курса, кафедра менеджмента ЮКГУ,*  
*Республика Казахстан, г. Шымкент*  
*E-mail: [s\\_a\\_25@mail.ru](mailto:s_a_25@mail.ru)*

*Сатымбекова Катира Батырхановна*  
*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент ЮКГУ,*  
*Республика Казахстан, г. Шымкент*

Сегодня инновации не только являются залогом экономического роста и безопасности страны в современном мире, но и становятся основной для развития экономики знаний, способной приносить многомиллиардные доходы. Современные государства вынуждены доказывать свою экономическую и политическую состоятельность, перестраивая национальную экономику на эффективное использование интеллектуального потенциала, превращая его в инновации. Внедрение инноваций становится «религией нового времени» для каждой страны, корпорации или индивида. Процесс этот разноаспектный и ресурсоемкий, поскольку связан с такими сложными явлениями, как инновационная восприимчивость нации, научное творчество и его качественно новое коммерческое воплощение.

Президент Казахстана Н.А. Назарбаев, выступая в университете, названном его именем, отметил, что ключевым инструментом реализации Стратегии «Казахстан-2050» должен стать кластерный подход, при котором создается синергетический эффект путем взаимосвязи бизнеса, науки и государства, и начинает работать модель «тройной спирали». С учетом этого Главой государства поставлены задачи: определить модели кластерного развития; разработать «дорожные карты» по формированию перспективных

национальных кластеров; разработать концепцию формирования перспективных национальных кластеров [3].

Повышение конкурентоспособности кластерных инициатив становится базовым элементом стратегий развития подавляющего большинства стран. Анализ более 500 кластерных инициатив, реализованных за последние 10 лет в двадцати странах, показывает, что высокая конкурентоспособность этих стран основана на сильных позициях отдельных кластеров-локомотивов конкурентоспособности. Активно идет процесс формирования кластеров в Юго-Восточной Азии и Китае, в Сингапуре (в области нефтехимии), в Японии (автомобилестроение) и в других странах. В Китае сегодня существует более 60 особых зон-кластеров, в которых находится около 30 тыс. фирм с численностью сотрудников 3,5 млн. Человек и уровнем продаж на сумму примерно 200 млрд. долл. в год [3, с. 220].

Нынешний этап развития Казахстана можно в целом охарактеризовать как переход от научного осмысления закономерностей развития инновационных процессов, а также выявленных в ходе их реализации проблем к планомерному и поэтапному строительству и развитию национальной инновационной системы. В целом, макроэкономические тенденции развития инноваций в Казахстане показывают, что в стране происходят положительные сдвиги в совершенствовании всех элементов национальной инновационной системы. Между тем, согласно выводам экспертов Всемирного банка, на данном этапе в стране пока не наблюдается заметного прогресса в повышении эффективности инновационной экономики.

Согласно Индексу применения знаний в экономике KEI Казахстан значительно уступает экономически развитым странам мира, занимая 73-е место после Мексики (72), Армении (71) и опережая Перу (74), Иорданию (75), Колумбию (76), Молдовы (77). Другой не менее важный показатель — Индекс развития инновационной системы — также демонстрирует отставание Казахстана от технологически и экономически развитых стран, находясь на уровне Индии, Ливана, Туниса [3, с. 224].

Чтобы понять основные причины, сдерживающие развитие инновационных кластеров в Казахстане, обобщим взгляды экспертов относительно факторов, препятствующих динамичному развитию экономики знаний в нашей стране. Глубокий всесторонний анализ данных, собранных группой экспертов Школы Международных и публичных дел при Колумбийском Университете (США) для Национального инновационного фонда Казахстана из различных источников информации и благодаря опросу представительных чиновников, академических институтов, частных промышленных предприятий позволил выявить перечень факторов, препятствующих инновационному развитию в Казахстане [1]. Каждый из них был оценен с точки зрения степени влияния и легкости преодоления (таб. 1).

**Таблица 1.**

**Препятствующие факторы инновационному развитию РК**

<b>Фактор, препятствующих инновационному развитию в Казахстане</b>	<b>Степень влияние</b>	<b>Легкость преодоления</b>
Слабая физическая инфраструктура	Средняя	Средняя
Не инновационная постсоветская культура	Высокая	Низкая
Высшее образование не дает практических/ управленческих знаний	Высокая	Средняя
Небольшой внутренний рынок/финансовый интерес	Средняя	Низкая
Низкий уровень координации в правительственных структурах	Средняя	Средняя
Профессионально-техническое образование	Высокая	Высокая
Слабые связи между правительственными, бизнес и научными центрами	Низкая	Средняя
Отсутствие понимания, что такое инновация, правительством и бизнесом	Низкая	Средняя
Слабые финансовые стимулы	Высокая	Высокая
Бюрократические ограничения	Средняя	Средняя
Слабые механизмы реализации	Высокая	Низкая
Низкий уровень доверия к правовой системе/законодательству	Высокая	Средняя
Низкий уровень внутренней конкуренции/ высокий уровень монополизации	Высокая	Низкая

По мнению, зарубежных аналитиков, в Казахстане отчетливо наблюдается отсутствие системы координации совместного финансирования и сотрудничества государства и частного сектора, которая необходима для «засевания и культивирования» инноваций. Другие системные барьеры, включая превалирование личных связей для получения финансирования, предпочтение

местных финансовых институтов предоставлять кредитование исключительно крупным предприятиям, полностью блокируют доступ инноваторам, предпринимателям, малому и среднему бизнесу к жизненно необходимому капиталу и государственному финансированию.

В Казахстане пока не удалось кардинально повысить инновационную активность и эффективность работы компаний, в том числе государственных, создать конкурентную среду, стимулирующую использование инноваций. Многое еще нужно сделать для налаживания взаимодействия науки и бизнеса, повышения уровня коммерциализации научных разработок в Казахстане до уровня развитых стран ОЭСР. Ключевой проблемой является и низкий спрос на инновации в экономике, а также избыточный перекос в сторону закупки готового оборудования в ущерб внедрению собственных новых разработок [4].

Таким образом, к числу ключевых проблем в формировании и реализации государственной инновационной политики и кластерного развития относятся следующие [1]:

1. Недостаточное усилие региональных властей по улучшению условий для инновационной деятельности и кластеризации. Опыт западных стран свидетельствует о необходимости существования интегрированной целостной системы создания, правильной оценки и получения достаточной финансовой поддержки для инноваций;

2. Неэффективные инструменты государственной поддержки инновации: органиченность упругость, неразвитость механизмов распределения рисков между государством и бизнесом, слабая направленность на стимулирование связей между соучастниками инноваторских действий, на создание и формирование научно-производственных кластеров. В целом оценивая сложившуюся ситуацию в нашей стране, зарубежные и казахстанские эксперты делают предположение, что использование эффективных механизмов поддержки и внедрения инноваций остается слабым звеном национальной инновационной системы. На региональном уровне реализация инновационной политики в условиях Казахстана реально не имеет ни опыта, ни благоприятных

перспектив. Во-первых, ограниченные финансовые ресурсы местного бюджета не позволяют серьезно влиять на отраслевую реструктуризацию. Во-вторых, немногие из регионов обладают научным потенциалом, достаточным для серьезных НИОКР. Созданные в некоторых регионах технопарки еще не являются движущей инновационное развитие силой и не стали инструментами для объединения региональных участников НИС;

3. Барьеры для распределения в экономике новейших технологий, обусловленных отраслевым регулированием, процедурами сертификации, таможенным и налоговым администрированием. Требуется совершенствование и законодательство страны в сфере инвестирования инноваций. Несмотря на определенные формальные гарантии как отечественным, так и иностранным инвесторам, прописанные в нем, а также усиление защиты прав интеллектуальной собственности, инвесторы считают, что казахстанское законодательство служит серьезным препятствием для инновационного процесса и частных инвестиций в инновационный сектор. К примеру, сравним политику налогообложения сырьевого и инновационного секторов. Для недропользователей в Казахстане предусмотрены следующие налоговые льготы:

- Снижение ставок корпоративного подоходного налога, налога на добавленную стоимость и налога на добычу полезных ископаемых;
- Автоматический возврат дебетового сальдо по НДС;
- Смягчение норм по исчислению налога на сверхприбыль;
- Распространение на недропользователей действия инвестиционных налоговых преференций.

А теперь рассмотрим особенности национального налогообложения научно-инновационной сферы:

- Отсутствуют льготы по корпоративному подоходному налогу;
- Отсутствуют льготы по налогу на добавленную стоимость;
- Импорт товаров, ввозимых на территорию Республики Казахстан для проведения научных исследований, облагается таможенными пошлинами и налогом на добавленную стоимость в полном объеме.



4. Низкая инновационная активность ведущих индустриальных компаний республики. При этом основными экономическими причинами, удерживающими инновационную энергичность компаний настоящего сектора экономики являются низкий инновационный потенциал, недочет личных средств для расширения предоставленного вида деловитости, высокая стоимость нововведений, экономические риски и долгие сроки окупаемости;

5. Взаимодействие науки, бизнеса и страны в развитии и реализации инновационной политики пока не носит довольно постоянного характера, не гарантирует сбалансированного представления интересов разных инновационно-активных компаний;

6. Низкая информационная прозрачность инновационной сферы. Это прежде всего, недостаток информации о новейших разработках и возможных рынках сбыта принципиально нового продукта, а также сведений для частных инвесторов и кредитных организаций об объектах вложения денежных средств с потенциально высочайшей доходностью;

7. Отсутствие комплексной государственной программы развития инновационных кластеров с определением шагов, этапов, сроков, регионов, субъектов и их ответственности, национальных и государственных предприятий, СЭЗ, технопарков, субъектов индустриально-инновационной инфраструктуры;

8. Отсутствие практического анализа передовых технологий в мире и возможностей их применения в Республике Казахстан. Отсутствие научно-обоснованной системы долговременного технологического планирования;

9. Недостаточный квалифицированный кадровый потенциал. Согласно международным рейтингам качество высшего образования в Казахстане занимает 5-е место в мире, в то время как инновационная активность лишь 70-е. Для достижения экономических успехов, как минимум, необходимо, чтобы рейтинг инновационной активности достиг уровня рейтинга высшего образования.

Сейчас в Казахстане работает порядка 44 технопарков, бизнес-инкубаторов и инновационных центров. Например, в 2003 году в поселке Алатау в 15 км от Алматы был основан «Парк информационных технологий». На сегодняшний день на территории СЭЗ ПИТ «Алатау» работает около 150 различных компаний. В 2004 году был основан технопарк «Алтай» в Усть-Каменогорске (Восточно-Казахстанская область). В его портфолио включают 47 инновационных проектов, сейчас 10 из них уже реализовано, еще 15 готовятся к внедрению. Есть и другие технопарки, такие как Парк ядерных технологий в Курчатове, Технопарк «Алгоритм» в Западно-Казахстанской области и т. д. Сегодня определенным прорывом в сфере интеграции высшего образования, науки и инноваций по праву является Назарбаев Университет, созданный в Астане в сотрудничестве с крупнейшими зарубежными университетами и научными организациями. Он призван стать основным генератором казахстанских инноваций и новых технологий, чтобы войти в число лучших образовательных центров Евразии. Проанализировав отечественный и зарубежный опыт функционирования существующих кластеров, Глава государства Н.А. Назарбаев дал поручение Правительству преобразовать «Назарбаев университет» в интеллектуально-инновационный кластер. «Университет должен стать интеллектуально-инновационным кластером, для этого он и создавался», — сказал Глава государства, читая лекцию студентам и профессорско-преподавательскому составу «Назарбаев университета». Кластер будет располагаться рядом площадки EXPO-2017, поскольку некоторые объекты выставки войдут в состав отечественных инновационных разработок [4]. В рамках этого кластера будут созданы такие элементы инновационной инфраструктуры, как технопарк, бизнес-инкубатор, центр коммерциализации и трансфера технологий, венчурный фонд и др.

Создание в республике сети инновационных кластеров имеет весьма важное значение для перевода национальной экономики на инновационный путь развития. Кластеры являются движущей силой социального развития и ключами долгосрочного экономического роста. Это объясняется тем, что, во-

первых, кластеры характеризуются динамичностью, способностью расширяться, углубляться, постоянно прибавлять к себе новые элементы, во-вторых, производства внутри кластера оказывают друг другу поддержку, создавая тем самым синергетический эффект и обеспечивая непрерывное поступательное развитие.

С учетом зарубежного опыта кластеризации и особенностей экономических и социальных отношений во внешней среде предлагаются следующие направления организации и развития кластеров [4]:

1. Организационно-правовое обеспечение формирования кластеров:

- Разработка методических и правительственных материалов по созданию кластеров в помощь руководителям регионов и предпринимателям;
- Подбор и обучение специалистов, которые призваны распространять идеи кластеров;
- Идентификация кластеров в регионе, анализ их конкурентоспособности;
- Разработка и реализация кластерных проектов;
- Мониторинг деятельности кластеров, пользующихся государственной поддержкой.

2. Экономический механизм стимулирования кластерных инициатив:

- Финансирование создания в регионе субъектов кластерной инфраструктуры;
- Конкурсное финансирование инвестиционных кластерных проектов (например, технического развития поставщиков, образовательные проекты и др.);
- Предоставление льготных кредитов для инвестиционных проектов, направленных на развитие кластеров;
- Предоставление грантов на обучение субъектов кластера.

3. Формы продвижения инновационных кластеров:

- Торгово-экономические связи;
- Международные конференции;

- Переговоры с иностранными инвесторами и международными донорами;
- Инвестиционные форумы.

Для Казахстана на современном этапе очень важно создание таких «правил игры», чтобы заниматься развитием инноваций в нашей стране стало экономически выгодным. Только при этих условиях можно привлечь в данную сферу заинтересованных людей и частный капитал. Учитывая, что инновационный рынок является высокорискованным, необходимо предусмотреть косвенные методы стимулирования инновационной активности посредством реализации следующих мер экономического характера:

1. Внедрение налоговых вычетов и преференций для субъектов инновационной деятельностью;
2. Государственное софинансирование стартап компаний высокотехнологических отраслей;
3. Стимулирование деятельности венчурных фондов;
4. Дальнейшее развитие национального фондового рынка и многообразных финансовых инструментов;
5. Стимулирование лицензионной торговли интеллектуальной собственностью.

С другой стороны, государство должно развивать и поддерживать конкурентную среду, заставляющую производителей внедрять инновации. Поскольку именно конкуренция является естественным экономическим механизмом, как вынуждающим, так и поощряющим развитие инноваций на предприятиях и, в целом, в стране.

Сейчас Казахстан подошел к самому ответственному рубежу в развитии инноваций, когда от планов и намерений надо переходить к делу. Должна быть четко сформулированная государственная промышленная политика, предусматривающая комбинацию создания собственных инноваций с трансфером передовых зарубежных технологий. Необходима еще большая активность в получении доступа к новым мировым технологиям и идеям для обеспечения

их широкой диффузии среди национальных компаний. Как отметил наш Президент Н.А. Назарбаев, чтобы выйти на качественно новый уровень траектории развития, необходима глубокая системная модернизации, которая предусматривает комплексное решение технологических, экономических, социально-политических и кадровых проблем. Преобразовать нашу страну в государство инновационного типа мы можем через выстроенную систему подготовки человеческого капитала для инновационной экономики, в которой будут предусмотрены все элементы стимулирования и мотивации инновационной деятельности. И это нам по силам.

### **Список литературы:**

1. Еспаев С. Кластерный фактор конкурентоспособности// Казахстанская правда. — 2013. — № 232. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://kazpravda.softdeco.net/c/1335487563> (дата обращения 27.04.2012).
2. Мутанов Г.М. Инновации: создание и развития: учеб.пособие. А.: Қазақ Университеті, 2012. — 232 с.
3. Послание Президента РК Н.А. Назарбаева Народн Казахстан. Казахстанский путь — 2050: единая цель, единые интересы, единое будущее. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.akorda.kz/ru/page/page\\_215750\\_poslanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-nazarbaeva-narodu-kazakhstanana-17-yanvaryu-2014-g](http://www.akorda.kz/ru/page/page_215750_poslanie-prezidenta-respubliki-kazakhstan-n-nazarbaeva-narodu-kazakhstanana-17-yanvaryu-2014-g) (дата обращения 17.01.2014).
4. Тулепбекова А.А., Байтулаков А.С. Перспективы формирования инновационных кластеров в приграничных регионах Казахстана и России// ЕЭИ. 2013. № 2.

## КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

*Иванова Анастасия Афанасьевна*

*студент3 курса, кафедра социологии и управления персоналом,  
Северо-Восточный федеральный университет,  
РФ, г. Якутск*

*E-mail: [Anastasiia-ivanova-94@mail.ru](mailto:Anastasiia-ivanova-94@mail.ru)*

Корпоративной культурой называют один из ключевых факторов, которые определяют успех и стабильность компании. Она связывает сотрудников в единое целое, повышает лояльность персонала к компании и усиливает производительность труда [4].

Так же корпоративная культура рассматривается как совокупность господствующих в организации ценностных представлений, норм и образцов поведения, определяющих смысл и модель деятельности сотрудников независимо от их должностного положения и функциональных обязанностей. Нет никаких сомнений в том, что корпоративная культура имеет очень значимую роль для успешного функционирования и процветания любой организации [1].

Переход к корпоративному управлению учебными заведениями означает переход к социотехническим приемам с использованием систем мотивации, при этом преподаватели должны рассматриваться как персонал организации, в принципе не отличающейся от других социально-профессиональных групп: рабочих, служащих и другого наемного персонала [2].

Целью статьи является изучение особенностей корпоративной культуры в высшем учебном заведении (на примере Северо-Восточного федерального университета), так как университет оказывает огромное влияние не только на поведение своих студентов, но и на их деятельность, ценностные установки, работоспособность, помогает им найти свой путь развития и сделать правильный выбор будущей профессии. Для этого необходима корпоративная культура.

Корпоративная культура в вузе состоит из принятых ценностей, норм поведения, убеждений, традиций, которые способствуют определению образа мышления и действий сотрудников, преподавателей, аспирантов и студентов не только внутри вуза, но и вне его. Она должна объединить всех в единую команду, которая эффективно бы реализовывала миссию и цели вуза.

При этом корпоративная культура формируется за весь период существования учебного заведения под воздействием «материальных и нематериальных, явных и скрытых, осознанных и неосознанных процессов и явлений», подвергаясь постоянным изменениям.

Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова — это многоотраслевой вуз, располагающий широкими возможностями для проведения учебной, воспитательной и научно-исследовательской работы, в котором обучается около 20000 студентов [5].

СВФУ имеет собственный Кодекс корпоративной культуры поведения сотрудников и студентов, который призван побудить интегративное корпоративное мышление и действие на любых уровнях, также сближение взглядов сотрудников и студентов относительно задач и планов становления университета.

Кодекс корпоративной культуры поведения сотрудников и студентов включает в себя базовые понятия, стратегию развития университета, миссию университета, корпоративные ценности, основные этические принципы корпоративного поведения, деловой этикет, корпоративные символы, корпоративные награды и отличия, корпоративные коммуникации, ответственность за исполнение Кодекса.

Каждый вуз должен иметь определенную миссию. Миссия Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова заключается во возвращении конкурентоспособных специалистов, выполнении исследований и инновационно-технологических разработок для становления экономически устойчивого, социально развитого приполярного региона,

обеспечивающих высокое качество жизни, сохранение и развитие культуры народов северо-востока России [3].

К корпоративным ценностям СВФУ относится, во-первых, уникальность образования. В вузе не только бережно сохраняется накопленный опыт, но и развиваются новые традиции, которые способствуют подготовке будущих специалистов.

В университете целенаправленно используются лучшие достижения отечественной и зарубежной высшей школы для совершенствования образовательных технологий. Основа высокой конкурентоспособности и залог его успешного развития лежит в стремлении к новому и лучшему.

Во-вторых, к корпоративным ценностям университета относятся сотрудники. Высшее учебное заведение целенаправленно формирует команды профессионалов, заботится о повышении их квалификации, мотивирует сотрудников, развивает их верность Университету, обеспечивает социальную защищенность и преданность корпоративным ценностям.

В-третьих, студенты являются так же корпоративной ценностью вуза. Университет формирует молодое поколение, для которых постоянное стремление к знаниям является главной жизненной установкой. Одной из важнейших целей СВФУ является выпуск культурных и воспитанных специалистов с широкой эрудицией и стремлением к лидерству, которые способны принимать ответственные решения. Так же университет стремится сформировать такие жизненные ценности, как патриотизм и гордость за свою Родину [3].

Так, например, в университете успехи студентов в учебе, науке и активистской деятельности вознаграждаются повышенной стипендией.

Корпоративное поведение вуза имеет такие принципы, как корпоративное поведение, уважение к другим людям, профессионализм, постоянное развитие и обучение, умение сотрудничать, эффективность, инновационность, преемственность, забота о ветеранах, мотивация труда и социальный патернализм.



Университет заботится о благосостоянии своих сотрудников и оказывает социальную защиту им и их семьям, предоставляет им различные формы страхования и реализует социальные программы.

Специфика инновационной деятельности университета продиктовала принципы его управления, также определила стиль корпоративного управления как новаторский, основанный на перспективном видении задач и мобилизации коллектива университета на их решение.

Университет рассматривает человеческий ресурс как источник успешной деятельности. В вузе всегда учитываются личные интересы сотрудников, уделяется внимание развитию потенциала работника и обеспечению его социальными гарантиями. Отношения между работником и работодателем в основном строятся на принципах долгосрочного взаимодействия, уважения и четкого исполнения взаимных обязательств, которые заранее предусмотрены контрактом. Все сотрудники имеют равные возможности передвигаться по карьерной лестнице, имеют возможность реализовывать себя. В университете поощряется эффективное лидерство, которое подразумевает умение видеть наиболее перспективные идеи и направления, а также готовность на оправданный риск.

В Северо-Восточном федеральном университете любой сотрудник рассматривается в качестве уникальной личности, поэтому менеджмент организации всегда обращает большое внимание к индивидуальным особенностям каждого. Все сотрудники находятся под опекой университета, имеют социальную и правовую защиту. Руководство обеспечивает максимальное внимание к проблемам своих сотрудников и по возможности способствует их решению [3].

Процесс внедрения Кодекса корпоративной культуры, его стандартов и норм должен сопровождаться развитием современных информационных коммуникаций. Информирование о мероприятиях или реальных событиях, которые происходят в высшем учебном заведении, осуществляется при помощи корпоративной газеты «Наш университет» и корпоративного WEB портала.

Корпоративная культура является делом всех сотрудников и студентов, работающих или обучающихся в университете, в одинаковой степени. Каждый сотрудник университета несет моральную ответственность за выполнение настоящего Кодекса.

Таким образом, корпоративная культура играет важную роль для процветания Северо-Восточного федерального университета. Она помогает сплачивать сотрудников и студентов в единую систему с единой целью и установками. Корпоративная культура создает удобные условия для деятельности всех субъектов, помогает им находить общий язык. Каждый сотрудник университета точно знает свои задачи и обязанности. Как и студенты, обучающиеся в вузе. Они в любой момент знают, куда можно обратиться по тем или иным вопросам. В университете на протяжении всего времени его функционирования сформировалась определенная атмосфера, в которой каждый субъект чувствует свою принадлежность организации. Сотрудники и студенты постоянно поощряются и мотивируются администрацией.

Без корпоративной культуры вуз не может эффективно функционировать и выполнять свои обязанности. Благодаря своей корпоративной культуре, Северо-Восточный федеральный университет имени выпускает высококвалифицированные кадры с большим потенциалом и возможностями. Они способны к самостоятельной творческой и практической деятельности, управляют знаниями и внедряют инновационные технологии даже мирового уровня.

### **Список литературы:**

1. Ветчанова О.В. Корпоративная культура организации, 2012.
2. Запесоцкий А. Воспитание и образование // Высшее образование в России. 2004. № 2.
3. Кодекс корпоративной культуры «Северо-Восточного федерального университета имени М.К. Аммосова» [Электронный ресурс] — Режим доступа: — URL: <http://refdb.ru/look/2316952.html> (дата обращения: 28.02.2015).
4. Особенности корпоративной культуры [Электронный ресурс] — Режим доступа: — URL: <http://www.primmarketing.ru/education/articles/2011/11/02/culture/62761/> (дата обращения: 28.02.2015).
5. СВФУ сегодня [Электронный ресурс] — Режим доступа: — URL: <http://www.s-vfu.ru/universitet/o-vuze/> (дата обращения: 28.02.2015).

## ПРОБЛЕМЫ ЭЙДЖИЗМА МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В РОССИИ

***Папанян Рубен Гарникович***

*студент 2 курса, кафедры государственного и муниципального управления,  
Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске,  
РФ, г. Пятигорск  
E-mail: [777asala777@mail.ru](mailto:777asala777@mail.ru)*

***Дзанагова Татьяна Яковлевна***

*научный руководитель, старший преподаватель кафедры государственного  
и муниципального управления,  
Институт сервиса, туризма и дизайна (филиал) СКФУ в г. Пятигорске,  
РФ, г. Пятигорск*

Одной из актуальных и малоизученных проблем современного российского общества является эйджизм, — возрастная дискриминация, которая особенно наглядно проявляется при приеме претендентов на работу.

Анализируя данные по исследуемому вопросу, можно отметить, что под возрастную дискриминацию, в основном, попадают молодые специалисты и специалисты старше 45 лет.

Среди научных подходов к концепции эйджизма, обращают на себя внимание два, на наш взгляд, наиболее важных.

Первый относится к такой возрастной категории, которую не хотят брать на работу в силу их возраста, приближающегося к пенсионному или превышающего его. Большинство современных предприятий практически не рассматривают в качестве претендента на рабочее место людей старше 40—45 лет, считая, что люди этого возраста не способны адекватно воспринимать рыночные преобразования, их производственный опыт отягощен « пороками социалистической организации труда », в связи с чем, отсутствует экономическая целесообразность обучения этой категории специалистов новым методам работы.

Второй подход связан с тем, что предприятия отказывают в приеме молодых специалистов без опыта работы.

В настоящее время работодатели предъявляют высокие требования, как к квалификации, так и к стажу работы специалистов, в том числе это требование предъявляется и к выпускникам высших учебных заведений.

Совершенно очевидно, что молодые специалисты не будут иметь достаточного опыта работы, которые требуют от них при приеме на работу менеджеры, в результате чего создается «замкнутый круг», когда молодежь, имеющая высшее профессиональное образование по требуемой специальности не может занять квалифицированные должности в виду отсутствия требуемого стажа работы и вынуждена соглашаться либо на рабочие места более низкой квалификации, либо искать работу в другой, не соответствующей их образованию, сфере деятельности.

Трудовым кодексом России проявление дискриминации в сфере труда считается противозаконным.

Федеральным законом № 162-ФЗ от 2 июля 2013 года «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О занятости населения в Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации», под страхом наложения штрафов работодателям запрещено указывать в объявлениях о вакансиях ограничения по возрасту [2].

Объявлений с указанием возраста на сегодня нет, однако проблема трудоустройства молодых специалистов — осталась.

Сегодняшняя конкуренция на рынке труда привела к тому, что молодые специалисты не обладают четкой информацией о востребованности и рейтинге их профессии на рынке труда.

В то же время, вокруг вопроса о трудоустройстве молодых специалистов, их защите от безработицы, идут дебаты уже с 2002 г. Так, вице-премьер Валентина Матвиенко, в своем выступлении в прессе 17 апреля 2002 г. сказала, что выпускники вузов могут рассчитывать на стопроцентное трудоустройство и пообещала вернуть советскую практику распределений, но для этого необходимо знать реальное число нужных народному хозяйству специалистов и оформить госзаказ в вузы. Наверное это было бы правильно, и проблеме

выпускников вузов можно было бы решить, хотя бы частично, однако дальнейшего развития эта идея так и не получила.

Позже, 26.05.2004 в послании Президента РФ Владимира Путина Федеральному Собранию РФ говорилось о необходимости прогнозирования потребностей государства в необходимых ему специалистах и возможном заключении договора со студентами, которые после получения бесплатного образования должны отработать по специальности определенный срок.

В то же время речи уже о возврате к распределению студентов по советскому образцу в Послании не было.

Михаил Шмаков — председатель Федерации независимых профсоюзов России (ФНПР) в рамках международной встречи профсоюзных лидеров стран «группы двадцати» в 2013г., так же высказался за введение распределения на работу молодых специалистов, окончивших вузы страны.

Однако на встрече с участниками молодежного форума «Селигер-2013», Президент РФ сказал: «Заставить компании взять выпускника на работу... Я даже не представляю, как это сделать».

Действительно, учитывая, что крупных, государственных предприятий в РФ немного, а по данным статистики основную часть предприятий в России составляют микропредприятия и ИП, то заставить эти предприятия взять выпускника на работу помощью административного ресурса действительно проблематично. Необходимо создать такие условия, чтобы предприниматель сам был заинтересован в привлечении молодых специалистов.

Что является в настоящее время препятствием для приема молодых специалистов на работу по специальности по мнению работодателей? На наш взгляд — это:

1. Стремление работодателя получить специалиста, который сразу же приступит к исполнению трудовых обязанностей, а в случае приема молодого специалиста, необходимо вложение средств на его адаптацию.

2. Любые знания имеют тенденции к устареванию, так называемому «выгоранию». Так, например, В.Р. Веснин утверждает, что в момент окончания

высшего учебного заведения знания уже будут отставать от реальных условий жизни на 5—6 лет [1, с. 356].

3. Молодому специалисту, в силу его возраста, не возможно поручить по некоторым должностям исполнение представительских функций.

4. Особую категорию молодых специалистов, которых не хотят брать на работу — это девушки и женщины. Эйджизм в отношении этой категории молодых специалистов весьма устойчив, поскольку работодатель не хочет затрачивать средства на обучение этой категории персонала в связи с возможным изменением семейного положения девушки или женщины.

Подобное неприятие работодателями молодых специалистов основано на устойчивых стереотипах, причем не только у работодателя, а у общества в целом. Устранение подобных убеждений в обществе потребует длительного времени и постоянной информационной работы.

Необходимо убедить работодателя, что одним из важнейших условий формирования современного трудового коллектива является соблюдение соотношения кадровых и молодых работников. Гомогенные коллективы по возрасту способствует проявлению тенденции замыкания его в интересах своего возраста. Разновозрастные коллективы более жизнеспособны, в них активно развиваются определенные формы преемственности, когда старшие передают свой опыт в овладении профессиональным мастерством, а младшие, воспринимая этот опыт и преломляя его через призму более современных знаний, проявляют инициативу в решении узких вопросов производства.

Следует отметить, что молодые специалисты более способны воспринимать все новое, имеют высокий коэффициент обучаемости, мотивированы на достижение результатов, карьеру, лояльность к администрации предприятия. Они наиболее мобильны, не отказываются от командировок, без проблем воспринимают необходимость перехода на ненормированный рабочий день.

Анализируя сказанное, можно сделать выводы:

1. Несмотря на то, что дискриминация при приеме на работу законодательно запрещена, в России эйджизм получил достаточно широкое распространение.

2. Наиболее подвержены дискриминации по рассматриваемому признаку молодые специалисты и специалисты в возрасте старше 40 лет. На высшем уровне управления страны вопрос об устранении дискриминации при приеме на работу рассматривается продолжительное время, однако конкретных действий по данному вопросу, в силу многих причин, не предпринимались. В настоящее время федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь), по просьбе министерства по делам Крыма, разрабатывает программу добровольного распределения на государственную службу в регионах России, страдающих от недостатка квалифицированных кадров, причем студенты-выпускники, опрошенные в формате Московской студенческой дискуссионной площадки, согласны на работу по распределению в течение двух лет после окончания вуза.

Учитывая сказанное мы предлагаем:

1. Ежегодно проводить мониторинг наличия рабочих мест на предприятиях России с определением числа необходимых специалистов.

2. Распределение студентов выпускников на вакантные рабочие места проводить согласно конкурсному отбору.

3. Для преодоления стереотипного мышления по поводу негативного отношения работодателей к приему на работу студентов-выпускников активизировать информационную составляющую по данному вопросу в средствах массовой информации страны.

### **Список литературы:**

1. Веснин В.Р. Основы менеджмента: Учебник. М.: Институт международного права и экономики. Издательство «Триада, Лтд», 1996 — 384 с.
2. В РФ запретили дискриминацию при приеме на работу по полу и возрасту/ РИА Новости. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://ria.ru/society/20130703/947390607.html#ixzz3TC1RJOc3>, (Дата обращения 28.02.2015).

### СЕКЦИЯ 3. РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

#### ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РОСТА ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА КЫЗЫЛОРДИНСКОЙ ОБЛАСТИ

***Жарменова Нургул Радиковна***

*студент 3 курса, кафедра Экономической теории и государственного управления, Кызылординский государственный университет, Республика Казахстан, г. Кызылорда  
E-mail: [abdim.alma@mail.ru](mailto:abdim.alma@mail.ru)*

***Абдимомынова Алма Шакирбековна***

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент КГУ, Республика Казахстан, г. Кызылорда*

Одним из основных направлений деятельности Кызылординской области являются добыча нефти и газа, их переработка. Нефтяная промышленность является ведущим направлением социально-экономического развития региона.

В регионе системообразующими предприятиями являются нефтегазовые компании, работают 12 нефтяных и 29 нефтесервисных предприятий, с общим числом рабочих мест до 13,4 тысячи человек. Сегодня нефть и нефтепродукты в больших объемах вывозят на экспорт в сыром виде, без какой-либо добавленной стоимости, тогда как импорт готовых нефтепродуктов и химических продуктов с каждым годом растет. Так, в 2011 году сумма импорта составила 23 млн долларов США. В 2012 году — 31,6 млн долларов США. А в 2013 году и вовсе выросла до 37,1 млн долларов [3, с. 201].

На наш взгляд, в период с 2014 по 2017 гг. в экспорте области доминирующее положение сохранится за товарами сырьевой направленности. За счет превышения экспорта над импортом предусматривается положительное сальдо внешнеторгового оборота. Однако преодолеть все-таки сырьевую направленность экспорта в области быстро не удастся. Это дело нескольких десятилетий.



Поэтому сложившаяся тенденция сохранится до конца прогнозного периода и для ее устранения нужна концентрация сил и ресурсов. И как справедливо отмечается, возникает необходимость использования ресурсов для трансформации их в преимущества [1, с. 14]. Она позволяет рост экспортного потенциала осуществлять по нескольким направлениям:

1-е направление может получить и должна получить за счет развития аграрного сектора. Из других отраслей, имеющих привлекательность можно назвать аграрный сектор. Из сельскохозяйственных угодий наиболее высоко эффективными с точки зрения использования является те, что позволяют осуществлять производство на экспорт риса. Природно-климатические условия Кызылординской области позволяют производить его, как для внутреннего рынка, так и для внешнего. Ведущим производителем риса в Кызылординской области является: компания «Агроинвест». По данным областного управления статистики в 2013 г. экспортировано по области риса 2659 тонн. Потребителями казахстанского риса на сегодня являются Россия, Таджикистан, Кыргызстан, Украина.

Область может поставлять на экспорт в основном рис и бахчевую продукцию, а импортировать недостающие объемы муки, мяса и мясных продуктов, молока и молочных продуктов, яиц, масла растительного, сахара, чая.

Потенциальными рынками сбыта могут быть центральные, северные, юго-восточные, западные области Республики Казахстан, Республика Кыргызстан, Республика Узбекистан, Россия. Бахчевую продукцию область может поставлять в центральные, северные области Республики Казахстан, Российской Федерации.

Если в области сохранятся среднегодовые темпы роста импорта за период 2007—2012 гг., то темпы роста его к 2015 г. прогнозируется на уровне 60,0 млн. долл. США. В 2011—2013 гг. на внутреннем рынке по-прежнему будут использоваться продукты питания, товары легкой промышленности, машиностроения, стройиндустрии. Импульсом для наращивания экспортной

продукции послужит создание и развитие кластеров по производству продуктов переработки рыбной продукции Кызылординской области.

2-е направление — сохранение экспортной ориентации продукции нефтегазового сектора добывающей промышленности. В структуре экспортного потенциала наибольшую долю по-прежнему будет занимать сырая нефть (более 90 процентов в объеме экспорта), а также соль. В импортной продукции будут преобладать машины и оборудование в основном за счет их ввоза нефтедобывающими предприятиями области. Начата реализация Программы утилизации попутных газов нефтегазовых месторождений Южно-Тургайской впадины. На базе освоения месторождений Кызылкин, Арыскуп и Майбулак, а также Арыс и Ащисай будет увеличен объем добычи углеводородов. На базе освоения месторождений Кызылкия, Арыскуп и Майбулак, а также Арыс и Ащисай возможно и реально предвидится рост объема добычи углеводородов.

Из продукции горнодобывающей промышленности нефть, свинец, цинк и уран могут поставляться как на внешний, так и внутренний рынок, небольшую долю займут товары сельскохозяйственной продукции. Основными потребителями останутся страны СНГ, в том числе Российская Федерация, Кыргызстан, Украина и дальнего зарубежья — Германия, Великобритания, Италия, Китай, Финляндия, Турция, Венгрия.

3-е направление роста экспортного потенциала предусматривает возрождение работы на экспорт продукции отрасли машиностроения, в частности, производство жаток. Наряду с этим в области может развитие получить 4-е направление наращивание потенциала за счет выдвижения в экспортные отрасли ряда производств металлургической промышленности, в частности добычи производства золота и цинка. Имеют перспективы в развитии направлений индустриально-инновационного развития страны. Так, ряд проектов производства строительных материалов из местного сырья, полированного стекла, кирпича, пенобетона, черепицы, продукции нефтехимии, в т. ч. трубной продукции, пластиковые окна, дверных блоков, швейных изделий [2, с. 21].

Значительный резерв в деле наращивания экспортного потенциала составляет туризм, которое составляет 5-е направление. Область имеет возможности для развития религиозного туризма, памятников культуры и истории. Развитие туризма может быть сопряжено с функционированием космодрома «Байконур». Развития сферы услуг, строительство придорожных кемпингов; становления туристического маршрута «Шелковый путь» на отрезке Кызылординской области и другие направления туризма могут стать последствиями.

6-е направление также может быть сопряжено с функционированием космодрома «Байконур» в направлении развития международного научно-технического сотрудничества, торговлей и передачей «ноу-хау», развитием профессиональной подготовкой специалистов.

Из вышеизложенного текста следует, что экономический рост региона будет следствием наращивания экспортного потенциала и может быть реализован в первую очередь за счет экспорта товаров и услуг. Однако масштабы наращивания производственного потенциала отдельных видов товарной продукции окажут воздействие не только на рост поставок на внешние рынки. Специфика области такова, что последствия отразятся и в других направлениях, которые следует выделить отдельно.

Реализация перспективного экспортного потенциала обеспечит прямой экономический эффект, достигаемый в результате:

1. Расширения внешнеэкономических связей со многими странами мира. В последние два года осуществляются поставки нефти в Китай, поставки через КТК и Тегеранский завод. С 2002 г. АО «ПетроКазахстан КумкольРесорсиз» начал экспортировать нефть в Китай, Восточную Европу и на нефтеперерабатывающие заводы средиземноморских стран и ныне является основным поставщиком нефтепродуктов в Казахстане и странах Центральной Азии. В настоящее время также экспортируется мазут на средиземноморский рынок.

2. Участия в межобластных кооперированных связях. Устранение инерции промышленного развития области в ближайшие годы должна обеспечить

закрепление устойчивости набранных темпов. Однако, на наш взгляд, значительного роста область не будет достигать, что связано с учетом роли и место регионов в республиканских связях. Так, область значительную часть добытой продукции, включая нефть, золото, свинец и цинк, будет поставлять на внутренний рынок по имеющимся кооперационным связям. Это направление считаем одним из эффективных для развития казахстанской экономики, но сложившийся механизм цен подведет к тому, что предприятия, работающие на внутренний рынок, часто будут в невыгодном положении по сравнению с теми, кто непосредственно отгружает продукцию за рубеж.

3. Участия в технологической стадии нефтяного производства. Так, область на прямой экспорт не может поставить значительной части добытой нефти, что связано с сохранением за ней функции межобластного назначения. В данном случае имеется в виду развитие межрегиональных хозяйственных связей и кооперации предприятий Республики Казахстан, а это предусматривает поставки продукции горнодобывающей промышленности в рамках вертикально-интегрируемого предприятия.

4. Нарращивание транзитного потенциала, увязка транспортных программ РК с региональными и преодоление рыхлости производственной инфраструктуры. В транспортной политике области продолжается работа по определению перспектив развития транспортного комплекса области, развитие среднего и малого бизнеса на автомобильном транспорте для расширения сети услуг, улучшения сервисного обслуживания на транспорте населения области.

### **Список литературы:**

1. Абыкаев Н. Инвестиционный потенциал и экономический рост // Экономист. — 2010, — № 2. — с. 14.
2. Елпанова М.А. Инвестиционная привлекательность нефтегазодобывающих предприятий Кызылординской области с позиции стратегического инвестора // Банки Казахстана. — 2012. — № 2. — с. 21.
3. Регионы Казахстана, 2013. Статистический сборник. Под редак. Смаилова А.А., Астана, 2013. — с. 432. [Электронный ресурс] — Режим доступа — URL: <http://www.stat.gov.kz> (дата обращения: 02.02.2015).

## СЕКЦИЯ 4. ЭКОНОМИКА

### ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ФЬЮЧЕРСНОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

***Воробьева Марина Вячеславовна***

*студент 3 курса, факультет управления и бизнес-технологий,  
КФ Финуниверситета при Правительстве РФ,  
РФ, г. Калуга  
E-mail: [marina9040@yandex.ru](mailto:marina9040@yandex.ru)*

***Ненашев Михаил Николаевич***

*научный руководитель, канд. экон. наук,  
КФ Финуниверситета при Правительстве РФ,  
РФ, г. Калуга*

Финансовый рынок наиболее развитых стран представлен двумя сегментами: спотовым и срочным рынками. Срочный рынок является достаточно молодым сегментом, однако его обороты в некоторых странах превышают обороты спотового рынка, что свидетельствует о его немалой популярности и, как следствие, огромном влиянии на развитие экономической системы в целом.

Становление отечественного срочного рынка началось в 1992 г. В настоящее время его развитие является одним из приоритетных направлений экономической политики, определённых Правительством РФ в Стратегии развития финансового рынка до 2020 г. Формирование ёмкого срочного рынка с развитой инфраструктурой и совершенной налоговой базой является особенно актуальным ввиду существенной нестабильности российской экономики, развитие которой сопровождается высоким уровнем рисков на финансовых рынках.

В России все срочные инструменты сосредоточены на срочном рынке фьючерсов и опционов (ФОРТС), а доступ к торгам осуществляется через Московскую межбанковскую валютную биржу ММВБ-РТС. Торговля

на ФОРТС ведется с 2001 года. Всем инвесторам предоставляется широкий набор инструментов для осуществления высокодоходных спекулятивных сделок со срочными контрактами. Участниками торгов на срочном рынке являются надежные высококапитализированные инвестиционные компании и банки. Наблюдается постоянный рост интереса к рынку деривативов со стороны и других институтов, в том числе органов государственной власти. По своей сути биржевая торговля – это популярный и постоянно растущий тренд, модно, современно, прибыльно и доступно. На особом счету у трейдера находится такой инструмент срочного рынка, как фьючерс.

Задачи данного исследования: определить уровень и динамику популярности и развития фьючерсной торговли в России, выявить основные направления инвестирования денежных средств во фьючерсы.

Фьючерсный контракт — это биржевой договор купли-продажи какого-либо базового актива (нефть, золото, акции, индексы акций, проценты и т. д.) через определённый срок в будущем на условиях, определённых при заключении договора. Данный контракт является полностью стандартизированным, лишённым всякого индивидуального характера, что отличает его от форварда, т. е. все его параметры (товар, его качество, количество, срок поставки, способ поставки и место поставки) кроме цены, известны заранее. Стандартные условия для каждого конкретного вида актива являются основным преимуществом, что наделяет фьючерсы высокой ликвидностью, т. е. способностью быстрой продажи за счёт высокого спроса без существенных финансовых потерь. Для них открыт широкий вторичный рынок. Инвестор может быть всегда уверен в том, что сможет совершить покупку или продажу фьючерса, а потом легко ликвидировать свою позицию. Заключая контракт, участникам нет необходимости выяснять финансовое положение своего партнёра. После регистрации фьючерсного контракта расчётная биржа берёт на себя все функции по выполнению контракта для обоих контрагентов. Контракт требует ежедневного расчётного урегулирования, чтобы отразить значение любого изменения цены.

Лицо, которое берет на себя обязательство поставить актив, занимает короткую позицию, то есть продает контракт. Лицо, которое обязуется принять актив, занимает длинную позицию, то есть покупает контракт. Покупатель и продавец имеют обязательства только перед расчетной (клиринговой) палатой и не имеют обязательств по отношению друг к другу.

С растущими ценами на фьючерсном рынке держатели коротких позиций должны производить выплаты, а держатели длинных позиций получают выплаты на свои счета, в случае падения цен наоборот. Все фьючерсы имеют свои контрактные спецификации, которые оговаривают количество товара на один контракт, срок поставки и дают детальное описание поставляемого товара.

Открывая позиции, участники торгов обязаны внести в расчетную палату биржи гарантийное обеспечение (ГО), или первоначальную маржу. В этом и заключается характерная особенность фьючерса — «эффект плеча», т. е. покупатель фьючерса платит лишь часть стоимости фьючерса (ГО) и получает право оперировать полной суммой стоимости контракта.

На конец 2014 г. и начало 2015 г. самый большой размер ГО на Московской бирже предусмотрен для фьючерсов на волатильность российского рынка и Российский индекс волатильности (50%). Менее затратными являются фьючерсы на курс доллар США — швейцарский франк и доллар США — японская йена (4 %) [4].

Использование фьючерсов позволяет увеличить доходность при осуществлении инвестиций, оптимизировать структуру инвестиционного портфеля, стабилизировать финансовое положение некоторых участников срочных сделок, сглаживать резкие и значительные колебания цен, определять тенденции будущего развития спотовых рынков.

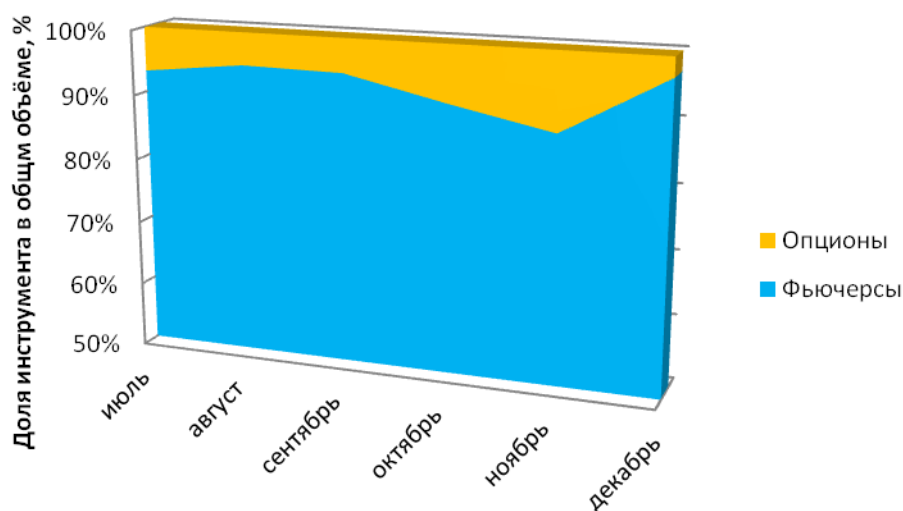
Официальные данные Московской биржи за ноябрь-декабрь 2014 г. свидетельствуют о наметившейся тенденции увеличения объемов срочного рынка. В ноябре 2014 г. зафиксировано увеличение объема торгов производными финансовыми инструментами на 121 %; он составил 7,7 трлн

рублей (3,5 трлн. руб. в ноябре 2013 г.), из них фьючерсы — 6,6 трлн. руб., опционы — 1,1 трлн. руб. Объем открытых позиций на срочном рынке на конец месяца достиг рекордных 1 097 млрд. руб. (515 млрд. руб. в ноябре 2013 года).

В декабре тенденция сохранилась, показатели продолжают бить рекорды. Объем торгов вырос на 137 % и составил 8,5 трлн руб. (3,6 трлн. руб. в декабре 2013 г.), что является максимальным значением за всю историю торгов, из них фьючерсы — 7,6 трлн. руб., опционы — 971 млрд. руб. Объем открытых позиций на срочном рынке составил 457,3 млрд. руб. (389,9 млрд. руб. в декабре 2013 г.).

Основным фактором роста общего объема торгов на срочном рынке стали валютные инструменты. Отмечено увеличение объема торгов валютными деривативами в этом периоде в 4,7 раза. При этом доля валютных фьючерсов составила 86 % (4,9 трлн. руб. г. из 5,7 трлн. руб. в декабре 2014).

Анализ данных о стоимостном объеме сделок, заключённых участниками торгов на Московской бирже в порядке вторичного обращения в 2014 г., показал, что преобладающая доля операций на срочном рынке связана с фьючерсами. Средний удельный вес операций с фьючерсами во втором полугодии 2014 г. достиг 92,5 %, тогда как доля операций с опционами в порядке вторичного обращения составила 7,5 % (рис. 1).



**Рисунок 1. Динамика удельного веса фьючерсов и опционов в общем объеме сделок, заключённых в порядке вторичного обращения, в июле-декабре 2014 года, %**



Дальнейший анализ показал, что в октябре-декабре 2014 г. объём фьючерсной торговли держался на уровне 15 трлн. руб. (в 2013 г. — 6,5 трлн. руб.). Совокупный стоимостной объём сделок в четвёртом квартале 2014 г. увеличился в 2,2 раза по сравнению с соответствующим периодом 2013 года (таблица 1).

**Таблица 1.**

**Стоимостной объём сделок, заключённых в порядке вторичного обращения участниками торгов на Московской бирже в октябре-декабре 2013—2014 гг., млрд руб.**

<i>2014 ГОД</i>				
	Фьючерсы на акции	Фьючерсы на индексы	Прочие фьючерсы	
<b>Октябрь</b>	547,26	3879,34	6950,82	<b>11 377</b>
<b>Ноябрь</b>	518,14	3749,86	11591,78	<b>15 860</b>
<b>Декабрь</b>	684,53	4290,10	10106,73	<b>15 081</b>
	<b>1 750</b>	<b>11 919</b>	<b>28 649</b>	<b>42 319</b>
<i>2013 ГОД</i>				
	Фьючерсы на акции	Фьючерсы на индексы	Прочие фьючерсы	
<b>Октябрь</b>	562,84	3859,03	2326,44	<b>6 748,31</b>
<b>Ноябрь</b>	521,70	3128,59	2485,39	<b>6 135,68</b>
<b>Декабрь</b>	520,19	3267,57	2618,41	<b>6 406,17</b>
	<b>1 605</b>	<b>10 255</b>	<b>7 430</b>	<b>19 290</b>

Наблюдаются весьма заметные изменения в структуре заключаемых сделок. В 2013 г. участники отдавали приоритет торговле фьючерсами на индексы — 53 % (в 2014 г. — 28 %) (рис. 2). В настоящее время наиболее активные и существенные вложения осуществляются в прочие фьючерсы — 68 % (в 2013 г. — 39 %). Более детальное рассмотрение структуры в 2-х периодах показало, что к очевидным изменениям в структуре привело значительное увеличение (в 4 раза) в 2014 г. объёма сделок с прочими фьючерсами (2013 г. — 7,4 трлн. руб., 2014 г. — 28,6 трлн. руб.), в то время как объём сделок с фьючерсами на акции и индексы изменился незначительно.



**Рисунок 2. Структура фьючерсных операций на ОАО «Московская биржа» за октябрь-декабрь 2013—2014 гг.**

Принимая во внимание факт более активного использования прочих фьючерсов, а также усилившийся интерес к валютным деривативам в целом на срочном рынке, попытаемся определить, за счёт каких именно инструментов достигнуто увеличение объёма сделок на фьючерсном рынке, повлекшее за собой изменение структуры фьючерсной торговли. Был проведён анализ результатов торгов фьючерсами за декабрь 2014 г. Результаты показали, что основной оборот на бирже был обеспечен благодаря операциям с прочими фьючерсами (47,83 %). К прочим фьючерсам относятся фьючерсы на курсы валют, на сырую нефть сорта BRENT, на аффинированные драгоценные металлы (золото, серебро, платину, палладий) в слитках, на волатильность российского рынка. Однако, самый большой объём сделок зафиксирован с использованием фьючерсов на курс доллар США — российский рубль (45 %).

Меньшей, но очевидной популярностью также пользовались фьючерсы на индекс РТС (33 % общего числа сделок).

Вышеупомянутые фьючерсы являются расчётными по своей специфике и не предусматривают реальной поставки актива по окончании срока обращения. В таких случаях всё заканчивается начислением положительной вариационной маржи выигравшему и списанием её у проигравшего. Данная особенность привлекает всё больше участников-спекулянтов, желающих сыграть на курсовой разнице. Однако, фьючерсы на акции в ФОРТС все поставочные. Данный тип фьючерсов интересен для участников срочного рынка лишь в целях хеджирования от неблагоприятных изменений цен, а не для

спекуляций в целях получения денежной прибыли. Поставочные фьючерсы менее ликвидны, чем расчётные, поэтому для частного трейдера они не представляют особого интереса. Возможно, это одна из причин невысокого спроса на фьючерсы на акции. Операции с фьючерсами на акции составили 18 % от общего числа сделок, большая часть которых связана с фьючерсами на обыкновенные акции ОАО «Сбербанк России» (2555 тыс.), на обыкновенные акции ОАО «Газпром» (1152 тыс.) (таблица 2) [4].

**Таблица 2.**

**Структура сделок с фьючерсами в декабре 2014 г.**

Удельный вес в общем количестве сделок	Число сделок	Базовый актив фьючерса	Тип фьючерса
<b>Прочие фьючерсы</b>			
45,32 %	12000 тыс.	Курс доллар США - рубль	Расчётный
0,73 %	193 тыс.	Курс евро - рубль	
0,69 %	182 тыс.	Нефть BRENT	
0,55 %	145 тыс.	Золото	
0,54 %	144 тыс.	Курс евро – доллар США	
<b>Фьючерсы на индексы</b>			
33,32 %	8823 тыс.	Индекс РТС	Расчётный
<b>Фьючерсы на акции</b>			
9,65 %	2555 тыс.	«Сбербанк»	Поставочный
4,35 %	1152 тыс.	«Газпром»	
1,89 %	500 тыс.	«ВТБ»	
1,07 %	283 тыс.	«Лукойл»	
0,62 %	165 тыс.	«Роснефть»	
<b>98,73 %</b>	<b>26 142 тыс.</b>	<b>ИТОГО</b>	-
<b>1,3 %</b>	<b>336 тыс.</b>	<b>Остальные фьючерсы</b>	-

Таким образом, на сегодняшний день фьючерсы занимают лидирующие позиции на срочном рынке, и их популярность превосходит популярность опционов. Особенно востребованы прочие фьючерсы. Рост общего объёма торгов обеспечен большим интересом участников к валютным фьючерсам. Интерес участников рынка к валютным контрактам срочного рынка объясняется высокой волатильностью курса рубля и ростом спроса на хеджирование валютных рисков в условиях особенно нестабильной российской экономики, нестабильного курса рубля. Это можно объяснить и тем, что многие инвесторы

действуют по следующему принципу — покупать активы там и тогда, где и когда происходят финансовые и социальные потрясения.

По мнению Огорелковой Н.В., Яхнеевой И.В. основными проблемами современного российского фьючерсного рынка являются:

- повышенный риск совершения операций;
- недостаточно высокая ликвидность;
- прямая зависимость ценообразования на российских биржах от котировок международных площадок, что делает более привлекательным заключение сделок за рубежом;
- отсутствие единого регулятора и значимой деятельности саморегулируемых организаций в данном направлении;
- преобладание интереса инвесторов и спекулянтов, ориентированных в большей степени на финансовые инструменты;
- доминирование расчётных контрактов;
- отсутствие интереса к длинным контрактам (с длительными сроками исполнения).

Указанные проблемы являются причинами недостаточной привлекательности отечественного сегмента для крупных компаний, благодаря участию которых могут быть обеспечены объем, ликвидность и гибкость рынка [3; 5].

По мнению автора, самой яркой проблемой по результатам данного исследования является именно обращение на рынке преимущественно расчетных контрактов и преобладание спекулятивного интереса. Несомненно, спекуляция выполняет важную функцию рынка — выявляет реальный спрос на рыночные активы. Именно спекулянты являются катализаторами рыночной активности и способствуют интенсивному росту торговли. Однако, налицо диспропорция в соотношении хеджевых и спекулятивных сделок, малая доля поставочных фьючерсов свидетельствует о недостаточном интересе со стороны производителей и потребителей. Поэтому необходимыми условиями развития срочного рынка являются развитый рынок реального товара, присутствие

достаточного количества игроков, в том числе крупных, выступающих в качестве поставщиков и потребителей товаров.

Необходимо продвигать идею хеджирования рисков на рынке деривативов среди участников торгов — компаний реального сектора. По мнению Долгого И.В., такими компаниями могут быть предприятия, продукция которых идёт на экспорт или, напротив, чьё производство во многом зависит от импорта сырья и материалов. Особое внимание следует уделять сельхозпроизводителям [2].

Для достижения ликвидности и снижения стоимости инструментов для хеджирования финансовых рисков рекомендуется активно привлекать иностранных участников на российский рынок деривативов.

Таким образом, «российский фьючерсный рынок находится на этапе качественного развития форм биржевой торговли, расширения круга обращающихся инструментов и увеличения числа участников срочных операций» [5]. При сохранении этой тенденции и соответствующем формировании нормативной базы применение срочных контрактов в качестве инструментов риск-менеджмента станет привлекательной и эффективной практикой для различных категорий субъектов реального рынка.

### **Список литературы:**

1. Буренин А.Н. Рынок ценных бумаг и производных финансовых инструментов: Учеб. пособие / Ин-т "Открытое о-во". М.: 1-ая Федер. Книготорговая Компания, 1998. — 348 с. — (Прогр. «Высшее образование»).
2. Долгий И.В. Особенности, проблемы и ограничения в механизмах хеджирования рисков российских компаний на рынке деривативов // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета, № 3, 2013 г.
3. Огорелкова Н.В. Некоторые проблемы регулирования рынка производных финансовых инструментов в России // Вестник Омского университета. Серия «Экономика», № 3, 2011 г.
4. Сайт Московской биржи [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://moex.com> (дата обращения 18.02.2015).
5. Яхнеева И.В. Компенсационное управление рисками на основе фьючерсных контрактов: условия и возможности // Вестник Челябинского государственного университета, № 8 (299), 2013 г.

## **ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ: ИЗ ПРОШЛОГО В СОВРЕМЕННОСТЬ**

*Годованник Екатерина Дмитриевна*  
*студент 4 курса, кафедра таможенного дела,*  
*Оренбургский государственный университет,*  
*РФ, г. Оренбург*  
*E-mail: [katusha12101993@mail.ru](mailto:katusha12101993@mail.ru)*

*Попов Валерий Владимирович*  
*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент, кафедра таможенного дела,*  
*Оренбургский государственный университет,*  
*РФ, г. Оренбург*

Таможенный союз (ТС) расширил рамки своего функционирования и с 1 января 2015 года начал действовать Евразийский экономический союз (ЕЭЗ), куда вступила еще одна страна участница — Армения. Также является не секретным фактом, что для вступления подготавливает пакет документов и нормативно-правовую базу Киргизия, присоединение которой должно произойти в 2015 году.

После распада Советского союза, республики, входившие в его состав, пытаются всяческими способами сохранить и поддержать отношения, которые сейчас могут дать хорошие результаты. Под такими результатами стоит понимать ту мощную площадку, формирование которой создаст условия для поднятия эффективного производства, укрепит дружественные отношения, устранил барьеры в экономическом и политическом сотрудничестве.

Стоит отметить такой факт, сложившийся на сегодняшний день, что успешное интегрирование государства в мировую экономику происходит за счет ее участия в региональных экономических союзах. То есть устойчивым фундаментом и показателем эффективности деятельности страны является межрегиональная конкуренция. Таковыми объединениями выступают изначально ЕврАзЭС, затем Таможенный союз, сейчас Евразийский экономический союз.

Характерными чертами глобальной региональной интеграции являются мультифакторность, неограниченность пространственной деятельности

и наличие открытости и доступности информации, что в совокупности объясняет развитие не просто традиционной интеграции между государствами, а организацию сложно компонентных сетевых макровзаимодействий государств, общества и бизнеса.

Ученые, занимающиеся исследованиями слиянием экономик различных стран, рассматривают феномен перехода регионализации к глобализации с точки зрения трех гипотез:

1. регионализация — попытки противодействия государствам направлениям, обеспечивающим глобализацию в различных сферах, в том числе экономической;

2. регионализация представляет собой один из механизмов формирования глобального миропорядка;

3. регионализация является одним из направлений глобализационных явлений и процессов [1].

Основной целью новой ступени интеграционного объединения является расширение границ или создание единой экономической территории, которая послужит рычагом к снижению цен на товары, повышению производства и усилению конкурентоспособности, как государственных предприятий стран-участниц, так и предприятий малого и среднего бизнеса этих стран. Еще одним положительным пунктом можно отметить то, что правительства стран-участниц ЕЭЗ планируют повышение благосостояния народов, в связи с сокращением показателей безработицы и понижением уровня цен на товары и услуги.

Важно, что в рамках Таможенного союза произошла реорганизация и отмена таможенного, транспортного или автомобильного, а также иных видов таможенного контроля, это значительно упростило и сократило время проведения таможенных формальностей. Неоднократно упоминается о том, что развивается внешняя торговля между Россией, Казахстаном и Белоруссией. Рассмотрим объемы и темпы развития взаимной торговли государств-членов ТС и ЕЭП (таблица 1).

*Таблица 1.***Развитие взаимной торговли за 2012—2014 гг. (млн.долл. США)**

Страна	2012 г.	% изменение показателя 2012 г. по отношению к 2013 г.	2013 г.	% изменение показателя 2013 г. по отношению к 2014 г.	2014 г.
Россия	44654,4	- 8,4	40878,0	- 11,8	36017,1
Белоруссия	17090,0	3,6	17708,4	- 8,3	16223,9
Казахстан	6837,8	- 13,2	5933,6	- 12,2	5207,3

Из показателей таблицы видно, что, начиная с 2012 года, развитие взаимной торговли происходит в отрицательную сторону, т. е. сокращается [2].

Ученые-экономисты объясняют этот спад понижением мировых цен на нефть, 37 % взаимной торговли составляет, в свою очередь, минеральное сырье, также ростом энергоэффективности и локализацией машиностроения в Казахстане. Однако дальнейшее развитие сотрудничества уже в рамках ЕЭС предполагает только повышение уровня взаимной торговли.

Не смотря на положительные стороны интеграционного процесса, в любой системе есть слабые стороны, на которые могут надавить конкуренты.

Рассмотрим эти стороны:

1. Высокая подчиненность экспорта топливно- энергетическим ресурсам.

Как уже было сказано, что цены на нефть и нефтепродукты очень сильно колеблются, особенно это можно было четко проследить в конце 2014 года, когда против России усиленно вводились санкции, и цена за баррель нефти ускоренно снижалась.

2. Большая доля импорта, особенно некоторых групп, продовольственных товаров.

Каждое государство пытается всяческим образом обезопасить жизнь населения от нанесения вреда импортными товарами. Хотя российские фермерские хозяйства в полной мере способны обеспечивать и мясом, и молочной продукцией, не смотря на это мы вынуждены находиться в импортной



зависимости от продуктов питания из других государств. На сегодняшний день эта проблема стоит очень остро.

### 3. Низкий уровень структурированности экономики.

Известно, что идеальной отраслевой структуры экономики не существует. Но большая часть ученых и экспертов признает, что значительная доля структурных отраслей с высокой степенью обработки положительно влияет на величину и устойчивость заложенных долгосрочных темпов роста. В том числе за счет создания ими базовых инноваций, которые распространяются затем по всей экономике.

### 4. Нестабильность национальных валют.

Исходя из того, что национальные валюты стран-участниц Евразийского экономического союза не обладают достаточной конвертируемостью, то создание единого экономического пространства между странами с использованием единой валюты крайне необходимо. Это послужит еще одним шагом к укреплению экономической устойчивости [4].

Приведенные доводы являются весьма поддающимися доработке, а в последствии возможно и устранению. Обычно ликвидация слабых сторон развития начинается с оценки сильных позиций и приоритетных сторон.

Таковыми сильными сторонами являются наличие большого количества природных ресурсов, к ним относятся возобновляемые и невозобновляемые источники, плодородные земли, также находящиеся на территории Казахстана и Белоруссии, выгодное географическое положение, обеспечивающее транспортный потенциал, опыт в ведении народного хозяйства, сотрудничество в различных развивающихся сферах и др.

Конечно же, основными шагами к укреплению взаимодействия между странами, подписавшими договор о сотрудничестве, являются унифицирование законодательных аспектов. Стоит уделить большое внимание таможенному законодательству и исполнению таможенных формальностей. Таких как, разработка профилей рисков, для сокращения потерь и повышения безопасности, полное электронное декларирование во всех странах и т. д. [3].

Усиленная работа в принятии решений и подписании различных договоров, установлении дружественных отношений с другими ведущими государствами влекут за собой достижение целей, которые планируется достичь, опираясь на интеграционные процессы.

Важнейшей задачей в ближайшее десятилетие состоит в том, чтобы минимизировать существующие слабые места Евразийского экономического союза и использовать достигнутые преимущества в полной мере.

### **Список литературы:**

1. Васильева Н.А., Лагутина М.Л. Концепт «Евразийский экономический союз» как новая интеграционная парадигма // Управленческое консультирование. — 2013. — № 10(58). — 78—89 с.
2. Взаимная торговля товарами государств-членов Таможенного союза и Единого экономического пространства за 2013 год: Статистический бюллетень; Евразийская экономическая комиссия. М.: «Onebook.ru», 2014. — 144 с.
3. Куликова И.В. Процесс формирования и развития Евразийского экономического союза: реалии и перспективы // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2014. — № 4(48). — 27—32 с.
4. Омаров Ш.М. Основы экономической безопасности Евразийского экономического союза // Вестник финансового университета. — 2014. — № 2. — 134—138 с.

## **ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СЕВЕРО-ЗАПАДНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА**

***Гурова Галина Владимировна***

*студент 4 курса, кафедры экономики и стратегического менеджмента  
СПбГУ ИТМО,  
РФ, г. Санкт-Петербург  
E-mail: [galechka022@mail.ru](mailto:galechka022@mail.ru)*

***Бачу Екатерина Федоровна***

*студент 4 курса, кафедры экономики и стратегического менеджмента  
СПбГУ ИТМО,  
РФ, г. Санкт-Петербург  
E-mail: [bachu69@mail.ru](mailto:bachu69@mail.ru)*

***Калинина Марина Игоревна***

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

Проанализировав современную ситуацию стремительного развития производительных возможностей предприятий, можно сказать, что инновация является одним из основных катализаторов прогресса общественного производства [1].

На инновационную деятельность влияют экономические, технологические, социальные, правовые и другие факторы. Одним из факторов, который определяет инновационную активность, является помощь государства осуществляемой в стране инновационной деятельности. В нашей стране она должна поддерживать стабильный уровень роста ВВП за счет освоения новой продукции и технологий, повышение конкурентоспособности отечественных товаров и расширение на этой основе рынков сбыта, развитие научно-технического потенциала.

В связи с приграничным территориальным расположением округа инновационный комплекс является решающим в экономике, научно-образовательных и гуманитарно-культурных взаимоотношениях России и стран Европейского союза, и применении признанных всеми странами стандартов в области образования. Также он развивает конкурентоспособные экспортно-ориентированные отрасли и производства, решает проблемы международной энергетической, экономической и экологической безопасности.

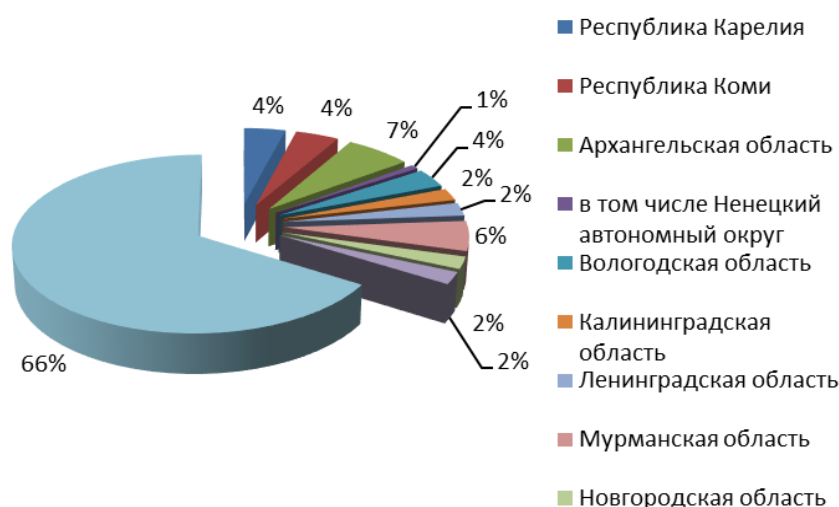
В численности организаций, которые выполняют научные исследования и разработки, в Северо-Западном регионе с 2003 по 2012 год наблюдалось сокращение на 15 % (таблица 1). Это связано с сокращением числа научно-исследовательских организаций, конструкторских бюро, опытных заводов и количества высших учебных заведений [3].

**Таблица 1.**

**Организации, выполняющие научные исследования и разработки, шт**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
РФ	3797	3656	3566	3622	3957	3666	3536	3492	3682	3566
СЗФО	578	552	536	531	606	533	518	502	514	487

Это было обусловлено, тем что в научно-инновационный комплекс СЗФО в 2011 году входило 514 организаций, занимающихся исследованиями и разработками, это порядка 13 % организаций, которые заняты в научной сфере в России в целом). В составе научных организаций в регионе только в городе Санкт-Петербург функционирует 325 организации, которые реализуют работу с научными исследованиями и разработками (рисунок 1). Кроме того, научные центры Российской академии наук осуществляют свою деятельность в городе Вологде, в Республике Карелия, Республике Коми, Архангельской и Мурманской областях. Также формируется целый ряд инновационно-технологических центров, в том числе по нанотехнологиям в области электроники в городе Гатчина Ленинградской области.



**Рисунок 1. Распределение организаций, выполняющих научные исследования и разработки, по субъектам СЗФО**

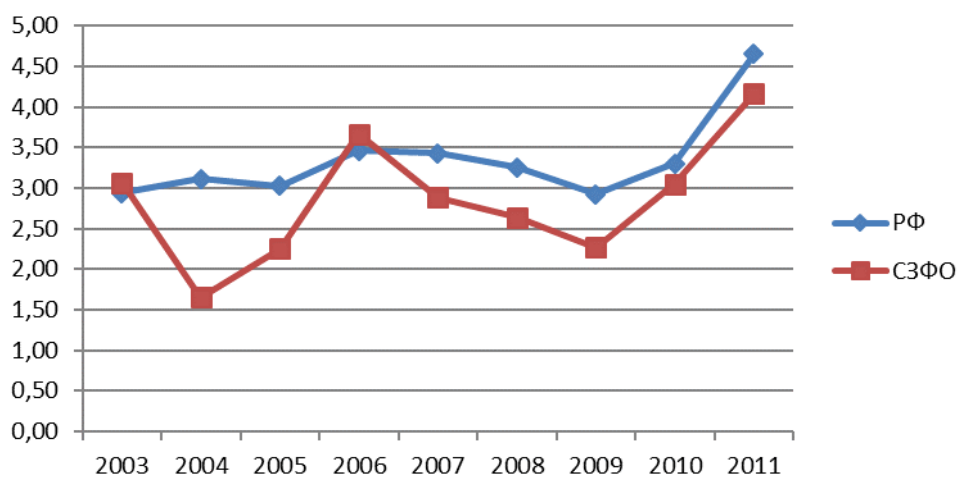
Работа на территории города и внешних рынках, которая осуществляется петербургскими организациями, является немаловажным фактором привлекающим интерес инвесторов. Так, в конце 2012 года третий раз подряд город занял первое место (из 85-ти) в рейтинге инвестиционной привлекательности исследовательского агентства «Эксперт РА» как наименее рискованный субъект Российской Федерации [2].

Только по объему отгруженной продукции инновационного характера СЗФО имеет 5,6 % от данного показателя РФ и отстает от среднего значения по России на 29,9 млн. рублей. Рассмотрим структуру отгруженных товаров инновационного характера в СЗФО:

- топливная промышленность — 2 %;
- нефтедобывающая промышленность — 2 %;
- тяжелое, энергетическое и транспортное машиностроение — 9 %;
- электроэнергетика — 0,3 %;
- черная металлургия — 20 %;
- цветная металлургия — 3 %;
- химическая и нефтехимическая промышленность — 5 %;
- химическая промышленность — 5 %;
- машиностроение и металлообработка — 31 %;
- радиопромышленность — 2 %;
- лесная промышленность — 11 %;
- пищевая промышленность — 7 %;
- медицинская промышленность — 1 %.

Менее одного процента отгруженных товаров инновационного характера имеет электроэнергетика, химическое и нефтяное машиностроение, станкостроительная промышленность, авиационная, авиационная и оборонная, ремонт машин и оборудования, промышленность медицинская и полиграфическая промышленность. Следовательно, именно в этих областях нужно развивать инновационную деятельность.

Доля инновационной продукции в общем объеме выпуска товаров региона в Северо-Западном федеральном округе за исследуемый период увеличилась с 3 % до 4,2 % (рисунок 2). Тем не менее, по сравнению со средними показателями по России СЗФО отстает, только в 2006 году доля инновационной продукции округа превысила долю инновационной продукции в РФ.



**Рисунок 2. Доля инновационной продукции в общем объеме выпуска товаров региона, %**

Таким образом, можно сделать вывод, что инновационный потенциал региона реализуется не в полной мере. Именно поэтому в начале декабря 2010 года была разработана Стратегия социально-экономического развития Северо-Западного федерального округа [4].

В качестве главной цели инновационного комплекса региона до 2020 года выступает переход экономики Северо-Запада от экспортно-сырьевого к преимущественно инновационному типу развития, повысить долю высокотехнологичных наукоемких производств в объеме валового регионального продукта, повысить конкурентоспособность экономики и приблизить регион к мировому уровню в науке, образовании в условиях постиндустриального и информационного развития общества.

С помощью прогноза инновационной деятельности Северо-Западного федерального округа, можно определить будут ли достигнуты поставленные результаты и эффективными ли будут пути активизации данной деятельности.

Исходные данные по объёму инновационных товаров и услуг Северо-Западного федерального округа представлены в таблице 2.

**Таблица 2.**

**Объём инновационных товаров, услуг, работ, млрд. рублей**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
РФ	315	435,122	545,540	777,458	958,928	1103,36	934,589	1243	2106	2872,905
СЗФО	33,454	24,417	40,598	80,530	79,802	89,528	77,349	120,105	196,049	298,02

Построим линейную функцию зависимости объёмов инновационных товаров и услуг от времени и проверим значимость по критерию Фишера.

Если  $F_{расч} > F_{критич}$ , то уравнение признаётся значимым.

$$r_{y,t} = \frac{1990}{2294} = 0,867 \text{ данное значение говорит о силе связи между } y \text{ и } t$$

$$F_{расч} = \frac{0,74}{1 - 0,74} * (10 - 1 - 1) = 22,7$$

$$F_{критич} = 2,31 \text{ при уровне вероятности } p=0,05 \text{ и } n-1 \text{ степенями свободы}$$

Так как выполняется равенство  $F_{расч} > F_{критич}$ , то уравнение может быть применено для описания тенденции.

$$\text{Линейная функция } \hat{y}_t = a * t + b$$

Проведя несложные расчёты в MSExcel получили следующие значения:

$$a = \frac{1990}{82,5} = 24,12 \text{ и } b = 103,9 - 24,12 * 5,5 = -28,7.$$

Таким образом, мы получили уравнение  $\hat{y}_t = 24,12 * t - 28,7$ , с помощью которого будем строить прогноз на ближайшие пять лет (с 2013 года по 2017 год) после завершения базового периода (в наших расчётах с 2003 года по 2012 год). Теоретические уровни при аналитическом выравнивании будут иметь следующие значения, которые мы получили с помощью программы MSExcel (таблица 3):

Таблица 3.

**Фактические и теоретические значения объёмов инновационных товаров и услуг, млрд. рублей**

	Год	Исходный ряд	t	Аналитический ряд
базовый период	2003	33,454	1	4,58
	2004	24,417	2	19,54
	2005	40,598	3	43,66
	2006	80,530	4	67,78
	2007	79,802	5	91,9
	2008	89,528	6	116,02
	2009	77,349	7	140,14
	2010	120,105	8	164,26
	2011	196,049	9	188,38
	2012	298,02	10	212,5
прогноз	2013	—	11	<b>236,62</b>
	2014	—	12	<b>260,74</b>
	2015	—	13	<b>260,74</b>
	2016	—	14	<b>308,98</b>
	2017	—	15	<b>333,1</b>

Таким образом, мы получили прогноз объема инновационных товаров и услуг. Исходя из полученных значений показателя, можно говорить о тенденции к дальнейшему росту экономики Северо-Западного федерального округа, о техническом прогрессе, об опережающем росте производительности труда, появлении новых высококачественных продуктов и услуг, которые повысят конкурентоспособность региона на мировом рынке.

### Список литературы:

1. Василевская И.В. Инновационный менеджмент: учебное пособие. М.: ИНФРА-М, 2005. — 15 с.
2. Инновации. Комплексная программа мероприятий по реализации инновационной политики на 2008—2011 годы. — 2008. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.innovprom.ru/v-peterburge-prinyata-kompleksnaya-programma-meropriyatij-po-realizacii-innovacionnoj-politiki-na-2008-2011-gody> (дата обращения 20.10.2014).
3. Регионы России. Основные характеристики субъектов РФ. — 2013. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b13\\_14s/Main.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b13_14s/Main.htm) (дата обращения 20.01.2015).
4. Стратегия социально-экономического развития Северо-Западного федерального округа на период до 2020 года. — 2011. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_173696/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173696/) (дата обращения 20.01.2015).



## КАК ИЗМЕНИЛСЯ НАЛОГ НА НЕДВИЖИМОСТЬ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ С 2015 ГОДА?

*Ищенко Анна Александровна  
студент 4 курса, кафедра ГМУ,  
РФ, г. Ростов-на-Дону  
E-mail: [anuy200808@rambler.ru](mailto:anuy200808@rambler.ru)*

В Налоговый кодекс внесены новые поправки, а именно введена отдельная глава о налоге на имущество физических лиц - квартиры, комнаты, особняки, дачи, творческие мастерские, гаражи, торговые и офисные центры, «недострой» [5]. Эти поправки внесены Федеральным законом 04.10.14 № 284-ФЗ с 1 января 2015 года россияне будут платить налог на имущество по новым правилам. До сих пор налог рассчитывался, исходя из инвентаризационной стоимости недвижимости. По новым правилам, налоговики посчитают сумму сбора, основываясь на кадастровой стоимости имущества, то есть приближенной к рыночной стоимости.

Кадастровую стоимость недвижимости можно узнать на сайте Росреестра в разделе «справочная информация по объектам недвижимости в режиме online» [6] (см.рис. 1).

The screenshot shows the website of the Federal Service for Technical Regulation and Surveying (Rosreestr). The header includes the Rosreestr logo, contact information (8 (800) 100-34-34), and social media links. The main content area is titled "Справочная информация по объектам недвижимости в режиме online" and contains a search form. The form has several sections: "Поиск объектов недвижимости" with a red warning message, "Кадастровый номер", "Условный номер", "Устаревший номер", "Адрес" (with dropdowns for region, district, and settlement type), "Улица", "Номер дома", "Корпус", "Строение", "Номер квартиры", and "Права / Ограничения". A sidebar on the right contains links to "Электронная информация по объектам недвижимости в режиме online", "Вернуть историю запросов", "Вернуть электронное уведомление", "Ссылки и приложения. Электронная очередь на прием", "Точная кадастровая карта", and "Изучение сведений фонда данных государственной кадастровой оценки".

**Рисунок 1 справочная информация по объектам недвижимости  
в режиме online [6]**

Следует отметить, что при составлении проекта данного налога, общественного обсуждения новых положений законопроекта не было т. к. фактически был реанимирован законопроект, внесенный на рассмотрение Государственной Думы инициативной группой депутатов еще в 2004 году. И вот Государственная Дума рассмотрела данный законопроект с учетом всех внесенных поправок, рекомендованных Комитетом по бюджету и налогам к принятию. Но от старого законопроекта мало что осталось, были внесены все поправки, о которых тогда спорили, и осталось можно сказать одно название.

Пока налог с кадастровой стоимости начнут уплачивать только жители 28 регионов, включая Москву и Московскую область. Но с 2016 года, как заявляли в налоговой службе, на новую систему налога должны перейти уже все регионы.

Отличием данного налога так же является то, что его введение автоматически отменит два местных налога: налог на имущество физических лиц и земельный налог.

Новой статьей 406 НК РФ определены налоговые ставки по налогу на имущество, который рассчитывается исходя из кадастровой стоимости:

до 0,1 % — для жилых домов и жилых помещений, недостроенных жилых домов, гаражей и машино-мест;

до 2 % — для административно-деловых и торговых центров, а также нежилых помещений, которые используются для размещения офисов, торговых объектов, объектов общественного питания и бытового обслуживания, а также объектов, кадастровая стоимость которых превышает 300 млн. рублей;

до 0,5 % — для прочих объектов налогообложения [7].

Сравним ставки новоиспеченного налога со ставками в зарубежных странах. Например, в Германии ставка налога на имущество составляет от 1 до 2,1 %, в Швеции — от 0,5 до 1,3 %, в Японии и США — 1,4 % (правда, в США налог исчисляется с суммы, равной 75 % от стоимости недвижимости), а в Испании, где налог на имущество считается щадящим, — 0,3—0,4 %.

На первые 4 года созданы особые правила расчета налога. Установлено, что начиная с 1 января 2020 года, налоговая база по налогу на имущество физических лиц будет исчисляться на всей территории РФ только исходя из кадастровой стоимости. Так на первые 4 года коэффициент составит:

0,2 — первый год;

0,4 — второго год;

0,6 — третий год;

0,8 — четвертый год [7].

Государство не забыло и о льготах: право на федеральные льготы будут иметь все пенсионеры, а также инвалиды I и II групп, инвалиды детства, ветераны Великой Отечественной, боевых действий, «чернобыльцы», а также Герои Советского Союза и РФ. Важно отметить, что освободиться налогов будет только один объект, относящийся к каждой из трех категорий — одна квартира, одна дача или загородный дом, одно нежилое помещение [5].

А все остальные же льготы будут полностью зависеть от региона, поскольку именно региональные власти наделены правом их устанавливать или отменять.

Огромным плюсом, для государства стало то, что с введение данного налога поступления от нового налога в местные бюджеты увеличатся в разы. Это обеспечит рост доходов муниципальных образований, которым достаются имущественные налоги. По оценке Минфина России, потенциальная максимально возможная сумма налога, которую могут теперь получить муниципалитеты, может достигнуть 100—120 млрд. руб., что в 5—6 раз превышает поступления от действующего налога на имущество [1].

И не сложно догадаться, что с введением данного налога увеличиться количество судебных споров по оспариванию кадастровой стоимости дорогой и коммерческой недвижимости, что в свою очередь, приведет к дополнительной нагрузке федеральных судов.

И в феврале 2015 года в российские суды массово пошли иски граждан, которые не согласны с оценкой своей недвижимости. И в связи с этим пленум

Верховного суда России сейчас готовит проект нового постановления, детально разъясняющего вопросы, связанные с оценкой недвижимости [4].

По оценкам экспертов, разницу между инвентаризационной и кадастровой стоимостью ощутят в первую очередь владельцы старого жилья. Для них налог в среднем может вырасти в 2—3 раза. А вот для собственников квартир в новостройках налог вырастет незначительно.

И это разве справедливо? Политики говорят о справедливости налогообложения, а на практике получается, что люди, имеющие в собственности квартиры в старых зданиях, построенных еще во времена СССР или купленные в «нулевые» года, должны платить налоги раза в 2 больше, чем люди имеющие квартиры в новостройках. Ни о какой справедливости, к сожалению, и речи не идет.

Так же данный налог включает в себя налог на недостроенное жилье [2]. Всем известно, что люди покупают квартиры еще в недостроенных домах, потому что так дешевле. И мало того, что они будут брать ипотеку на приобретение нового жилья, платить её всю оставшуюся жизнь, так еще и с того момента, как они приобретут это недостроенное жилье, они должны уплачивать налог за жилье, в котором даже не живут.

А если представить, обычную, среднестатистическую семью, то заработные платы в среднем 20—25 тыс. руб. (в Ростовской области по данным РостСтат на 2014 год). Оплата за съемную квартиру, коммунальные услуги, ипотека на новое жилье и ко всему в придачу налог на строящуюся квартиру. И на что жить?

Да, бесспорно, мы пополним местные бюджеты, но что будет с населением?

У населения появятся дополнительные расходы на услуги оценщиков стоимости недвижимости, которые должны быть оплачены самим владельцам, подпадающим под этот закон.

Повысятся цены на аренду жилья. Надо же владельцам квартир и домов как-то компенсировать новый налог — вот и будет расти аренда.

И самое важное, что данный налог ударит по среднему классу. Сколько бы власть не говорила, что этот налог не угрожает 95 процентам населения, от него пострадают те, кто в «нулевые» годы приобрел трехкомнатную квартиру в новостройке или обзавелся домом за городом.

Другими словами, введение налога на недвижимость в таком виде, в каком он есть сегодня, пожалуй, не имеет особого смысла — доходы от него будут совсем небольшими. То есть экономический эффект от него будет несоизмерим с усилиями власти по его внедрению.

### Список литературы:

1. Бондаренко Е. Налог на недвижимость: мнение эксперта/ Экономика. — 3.12.2014 — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://tayga.info/details/2014/12/03/~118869> (дата обращения 12.02.2015).
2. Зыкова Т. В России изменился налог на недвижимость / Российская газета/ Экономика. — 01.01.2015. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rg.ru/2015/01/01/nalog-site.html> (дата обращения 25.02.2015).
3. Куликов В. По ценам небоскребов — 16.02.2015. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rg.ru/2015/02/17/ocenka.html> (дата обращения 25.02.2015).
4. Миронов В. Жилье и налоги: что изменится для Россиян в 2015 году/ РБК/ Недвижимость. — 29.12.2014. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://realty.rbc.ru/articles/29/12/2014/562949993526701.shtml> (дата обращения 15.02.2015).
5. Доклад Правительства «Информация о внесении в законодательство Российской Федерации о налогах и сборах изменений, обеспечивающих предоставление субъектам Российской Федерации права вводить местный налог на недвижимое имущество на основе его кадастровой стоимости» / Официальный сайт Минфина РФ/ 16.12.2014. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.minfin.ru> (дата обращения 10.02.2015).
6. Росреестр /официальный сайт — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://rosreestr.ru/site/> (дата обращения 10.02.2015).
7. ФЗ № 284-ФЗ «О внесении изменений в статьи 12 и 85 части первой и часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации и признании утратившим силу Закона Российской Федерации «О налогах на имущество физических лиц». — 4.10. 2014. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://base.garant.ru/70754268/> (дата обращения 10.02.2015).

## АУТСОРСИНГ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

*Кришалович Елена Генриковна*

*студент 4 курса кафедры «Экономики и управления»  
НОУ «Институт мировой экономики и информатизации»,*

*РФ, г. Москва*

*E-mail: [e-kryshalovich@bk.ru](mailto:e-kryshalovich@bk.ru)*

Аутсорсинг (от англ. — *outsourcing*) — это организационный способ жизнедеятельности хозяйствующего субъекта, который предполагает передачу определенных функций внешним специализированным организациям для того, чтобы можно было сосредоточиться на ключевом направлении деятельности на договорной основе.

Аутсорсинг бухгалтерского учета — один из вариантов бухгалтерского обеспечения функций учета и отчетности на предприятии, за которое несет полную ответственность в соответствии с законодательством руководитель предприятия. В данном варианте в целях обеспечения бухгалтерского учета на предприятии и предоставления необходимой отчетности используется специализированная компания. Формы сотрудничества могут быть весьма разнообразны, начиная от формирования «нулевой отчетности» и до регулярного сотрудничества на ежедневной основе [1].

Теоретически и практически бухгалтерская компания может полностью выполнять все функции бухгалтерии предприятия. Однако это не исключает возможности построения достаточно сложных и гибких бизнес-процессов с использованием внешних компаний и собственных сотрудников для достижения максимальной эффективности [2].

Аутсорсинг стремительно начинает находить свое применение в организациях широкого спектра деятельности, однако, в таком сегменте, как сельское хозяйство, эта услуга вызывает много вопросов:

- приемлем ли аутсорсинг в сельскохозяйственной организации?
- что включить в договор аутсорсинга?
- какие изменения повлекут привлечение стороннего исполнителя.

Исходя из сущности аутсорсинга, такая услуга, как правило, охватывает поддерживающие бизнес-процессы:

- бухгалтерский учет;
- подбор персонала;
- кадровое делопроизводство;
- техническую и юридическую поддержку;
- административно-хозяйственную и иную деятельность, не являющуюся

главной для организации.

В структурной организации сельскохозяйственного предприятия данный перечень занимает значительный процент издержек, который закладывается в себестоимость произведенной продукции.

Обращение к услугам аутсорсинговой компании имеет свои плюсы и минусы. Для того чтобы спрогнозировать, пойдет ли его привлечение на пользу, например, сельскохозяйственному предприятию, имеет смысл оценить:

- объем работ, которые планируется передать исполнителю;
- оперативность взаимодействия с ним (временные затраты);
- затраты на содержание собственного структурного подразделения или специалиста (свет, отопление, арендные платежи, заработная плата, налоги и т. д.) и возможную экономию средств при переходе на аутсорсинг;
- опыт и квалификацию собственных работников и сотрудников исполнителя.

Положительно то, что привлечение аутсорсинговой компании позволяет минимизировать влияние человеческого фактора (болезнь, отпуск и т. д.), который достаточно часто нарушает рабочий процесс организации-заказчика. При передаче обязанностей определенной специфики, данное влияние исчезает.

Специалисты аутсорсинговой компании, как правило, опытнее среднего специалиста сельскохозяйственного предприятия. Поскольку ведение бухгалтерского, налогового, кадрового учета, является ключевым направлением деятельности аутсорсинговой компании, его сотрудники, зачастую

столкнувшись с сложной ситуацией, имеют уже готовое решение, в отличие от работника сельскохозяйственной организации, для которого отдельные задачи могут быть принципиально новыми и соответственно трудноразрешимыми.

В настоящее время аутсорсинг бухгалтерского учета сельскохозяйственного предприятия в силу своих особенностей, явление исключительное, в организациях сельского хозяйства встречается крайне редко, в основном это фермы частного характера.

Однако, обращение к внешнему исполнителю может снижать расходы заказчика, потому что позволяет отказаться от содержания собственного структурного подразделения, в том числе от выплаты заработной платы, а также отчислений от зарплаты, обеспечения работников компьютерной техникой, программным обеспечением, повышения их квалификации и т. д.

Передача части функций на аутсорсинг позволяет высвободить трудовые ресурсы для занятия основной деятельностью сельскохозяйственного предприятия без отвлечения на вспомогательные функции (например, бухгалтерский учет).

Кроме того, несомненным плюсом перехода на аутсорсинг является дифференцированный подход к оценке стоимости аутсорсинговых услуг.

Так, например, зимний объем работ в сельскохозяйственных организациях значительно уменьшается по сравнению с летним, соответственно, уменьшается стоимость аутсорсинга, тогда как штат бухгалтерии и зимой и летом остается неизменным.

Переход на аутсорсинг влечет за собой согласование действий исполнителя, заключение договора, передачу ему документов, контроль над его деятельностью. После заключения договора, привлечение аутсорсинговой компании вносит изменения во внутренние процессы работы организации.

Начинается этап увольнения (перевода) персонала, выполнявшего соответствующие функции до прихода исполнителя.



Помимо кадровых изменений, на практике привлечение исполнителя влечет:

- перераспределение работ (внесение изменений в должностные инструкции);
- назначение работника, ответственного за взаимодействие с аутсорсером;
- определение круга его полномочий и т. д.

В финансовой концепции переходом на аутсорсинг должно быть достигнуто:

- экономия средств на выплату зарплаты при переводе (увольнении) работника;
- экономия средств на оплату налогов от зарплаты;
- экономия на содержание информационно-технических средств и программного обеспечения.

Кроме того, высвобождаются офисные площади, которые могут быть сданы в аренду, либо проданы, что приносит дополнительный доход. Как правило, при переходе на аутсорсинг высвобождается от 30 % до 60 % финансовых ресурсов предприятия, однако, для более точных показателей необходимы конкретные цифры конкретного предприятия и более широкое исследование с дифференцированным подходом в каждом конкретном случае.

В каждом новшестве есть свои плюсы и минусы, но для второстепенных функций аутсорсинговые услуги в сельскохозяйственных организациях достаточно приемлемы.

Несомненным преимуществом аутсорсинга, в первую очередь, является экономия средств: стоимость услуг аутсорсинга значительно ниже, чем затраты на построение собственной структуры, с зарплаты штатных работников необходимо отчислять налоги и взносы в фонды, стоимость услуг аутсорсера является затратами организации и значит, включается в себестоимость продукции (работ, услуг), а следовательно, сокращает налогооблагаемую базу. Во-вторую очередь, это экономия рабочего места: отпадает необходимость

в дополнительных площадях, компьютерной и оргтехники, канцтоварах, справочно-правовых системах, лицензионном программном обеспечении.

Таким образом, аутсорсинг помогает решить проблемы функционирования и развития в рыночной экономике путем сокращения издержек, ускорения адаптации к условиям внешней среды, улучшения качества продукции и услуг, уменьшения рисков. Сельскохозяйственные предприятия могут, используя аутсорсинг второстепенных функций, сконцентрироваться на тех, которые свойственны именно им, на своей специфике.

### **Список литературы:**

1. Википедия свободная энциклопедия [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/ Аутсорсинг](http://ru.wikipedia.org/wiki/Аутсорсинг) (дата обращения 13.03.2015).
2. Экономика и финансы [Электронный ресурс] — режим доступа. — URL: <http://economics.ru> (дата обращения 13.03.2015).

## ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКОГО АВТОПРОМА И СООТНОШЕНИЕ ЦЕНА-КАЧЕСТВО АВТОМОБИЛЕЙ МАЛОГО И СРЕДНЕГО КЛАССА

***Кругликова Изабелла Дмитриевна***

*студент 5 курса, кафедра экономики и организации предприятий  
энергетического и транспортного комплексов СФУ,  
РФ, г. Красноярск  
E-mail: [izabel\\_92@list.ru](mailto:izabel_92@list.ru)*

***Феоктистов Олег Георгиевич***

*научный руководитель, канд. техн. наук, доцент СФУ,  
РФ, г. Красноярск*

Ни для кого не секрет, что к российским автомобилям автовладельцы и те, кто еще только собирается приобрести средство передвижения, относятся с недоверием. И это, мягко говоря. Почему же Россияне не хотят покупать российские авто? И почему все-таки покупают?

Одним из главных факторов здесь выступают пошлины на иномарки. Так, например, за пятигодовалый автомобиль иностранного производства покупатель переплачивает 2—3 тысячи евро, по сравнению с новым автомобилем российского производства. С учетом того, что наши автомобили не «дотягивают» до класса иностранных, цена на нее высоковата. Но если посмотреть на это с другой стороны, то не каждый может себе позволить переплатить эту сумму лишь для того, чтобы кататься на иномарке. По этой то причине наш покупатель и выбирает то, что подешевле. Но почему проблемы российских автопроизводителей должны решаться за счет потребителей? Ведь повышение импортных пошлин на новые и подержанные иномарки — есть не что иное, как решение проблем за счет покупателей. А простым тарифным методом блокировки импортных производителей ничего не решить, это приведет только к росту цен на отечественные автомобили. Вместо повышения пошлин должны решаться вопросы стимулирования инвестиций в производство, экологические нормы (в числе которых запрет на эксплуатацию машин с двигателями, не попадающими под европейские стандарты). Другими словами, прежде чем принимать подобного рода меры, нужно убедиться в том, что есть аналогичное качественное производство отечественных автомобилей [3].

В России методы честной конкуренции — это все возможные средства, не дающие другим участникам свободно выйти на рынок. И в связи с этим все большие масштабы принимает склонность к административному ресурсу в сфере автомобилестроения. Например, КамАЗ, основным акционером которого является государство, потребовал от своих дилеров не продавать китайские автомобили, а генеральный директор КамАЗа выдвинул требование остановить коммерческое сотрудничество с китайскими автопроизводителями. В противном случае КамАЗ грозитя сокращением квот, снижением размера базовой скидки за продвижение продукции или вообще разрывом отношений с компаниями, поддерживающими китайских производителей. Комичность ситуации состоит в том, что один из дилеров торговал легкими грузовиками, которые просто не могут быть конкурентами тяжелых КамАЗов. Возможно, что такие меры может предпринять и АвтоВАЗ. Ведь множество дилеров Lada также продают автомобили-конкуренты, и, в первую очередь, китайские. Как уже было упомянуто, основным акционером КамАЗа является государство, поэтому не исключено, что нападки на дилеров укладываются в русло государственной политики. Иными словами, российские чиновники прямо или косвенно дают понять, что ни при каких обстоятельствах не хотят видеть в России китайский автопром, поскольку он является прямым конкурентом отечественных производителей.

Стоит также отметить, что экономическое давление осуществляется и на японские подержанные автомобили, успешность которых на Востоке и в Центре Российской Федерации сравнима с резким стартом китайских авто в столице и в Западной части РФ.

Таким образом, судя по примененным в адрес китайцев мерам, можно сказать, что на данный момент Российский автопром все еще не способен к честной конкуренции с зарубежными автопроизводителями и выбирает не улучшение своего автопарка и технологий производства, а административный ресурс и жесткую приказную политику.

А что касается честной конкуренции, то, по словам главы альянса Renault-Nissan Карлоса Гона, «единственным преимуществом российских автомобилей является их низкая цена. А если бы к этому они были бы еще конкурентоспособны по цене и качеству, то у иностранных производителей не было бы возможностей в России». Поэтому у Renault есть причины увеличивать производство в России. Тем более что конкуренция ужесточается, и если не за счет российского производства, то за счет «прибывших» в Россию других «иностранцев». По некоторым данным компания занимает 7,7 % российского рынка иномарок. А продажи в прошлом году составили около 72,5 тыс. автомобилей.

Еще одной стороной вопроса о российском автопроме является сборка иномарок на территории России. Потому что в условиях, когда строительство новых или модернизация старых автомобильных заводов просто не возможны для российской экономики это остается едва ли не единственным выходом. Таких проектов сегодня великое множество. Это и калининградский Hammer и таганрогский Hyundai и многие другие. Среди них и проекты «Северсталь-авто». Компания создала несколько совместных предприятий с зарубежными производителями для производства комплектующих. Это SsangYong (Корея), FIAT (Италия) и Stadco (Великобритания). «Северсталь-авто» уже выкупает у своих партнеров лицензии на производство автомобилей и комплектующих. Предполагается, что реализация данного сотрудничества будет протекать в три этапа. Сначала это будет простое совместное предприятие, работающее по лицензии и технологиям иностранного партнера, затем российские производители будут выкупать лицензии и модернизировать их и, наконец, создавать собственные технологические новшества на основе полученного опыта.

Из всего этого видно, что желание производить свои автомобили в России есть практически у любого крупного зарубежного автопроизводителя. И следует сказать, что такая практика дает очень впечатляющие результаты. Преимущества на лицо: производитель перемещается ближе к возможному потребителю и расходы на таможенные платежи становятся значительно ниже.

Но не всё так плачевно, как кажется на первый взгляд. Российский автопром все же не стоит на месте. По словам директора сборочно-кузовного производства АвтоВАЗа «Комплекс по выпуску автомобилей расширился, пополнился новым оборудованием. Закончилось формирование коллектива, в настоящее время в цехах сварки, окраски и сборки появились свои трудовые традиции, что естественно, ведь здесь применены совершенно новые принципы организации труда, стимулирования работников» [2].

Но успехи АвтоВАЗа не единственное, что ставит под сомнение плачевное состояние российского автопрома. Ижевский автозавод тоже дает знать о себе. Был успешно реализован проект по сборке южнокорейских автомобилей.

Если сравнивать новые отечественные автомобили и новые иномарки, помимо прочих рассмотренных пунктов, различия между новыми моделями автомобилей будут видны в цене (причем в пользу отечественного производителя). Сравним наиболее популярную модель автоВАЗа — Ладу приору и новые модели иномарок, такие как, KIA Rio, Hyundai Solaris, Citroen C-Elysee.

**Таблица 1.**

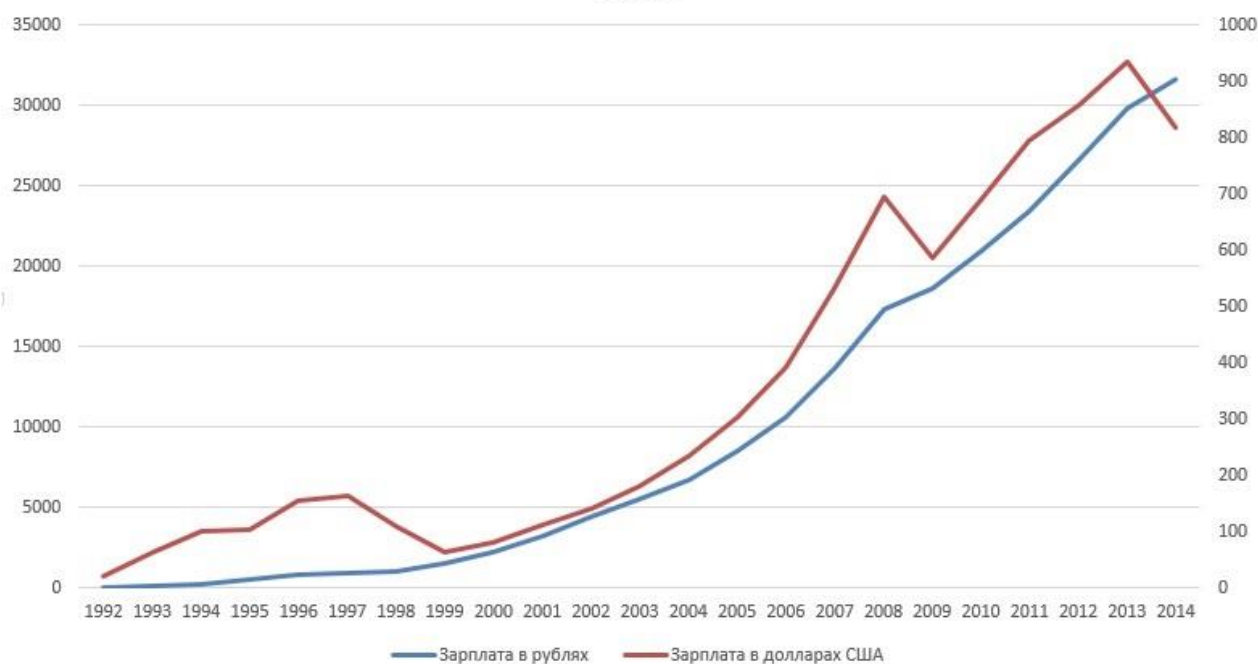
**Сравнение цен автомобилей**

<b>Модель автомобиля (комплектация)</b>	<b>Стоимость автомобиля, руб.</b>
LADA Priora седан (21703-31-043 1,6 л 16-кл., МКПП)	434 300
KIA Rio Comfort DYS4D1615 D072	544900
Hyundai Solaris Comfort	582400
Citroen C-Elysee VTI 72, Dynamique, мкпп	649900

Сравниваемые модели автомобилей были подобраны в максимально схожей комплектации. Цены на автомобили взяты с сайтов официальных дилеров автомобилей в г. Красноярске (цены действительны на 24.02.2015).

Рассмотрим динамику роста зарплат за период с 1992 года по 2014.

Динамика средней зарплаты по России в долларах и рублях в 1992—2014 годах.



**Рисунок 1. Динамика средней зарплаты по России в долларах и рублях в 1992—2014 годах [1].**

Глядя на данный график видно, что средняя заработная плата в России постепенно растет. Но в связи с последними событиями в мире цены на автомобили претерпели резкий скачок. Из всей этой ситуации видно, что российская автопромышленность остается одной из самых больных тем. И вполне возможно, что в сложившихся условиях развитие ее будет протекать не совсем гладко. Поэтому сформулировать более или менее четкие перспективы развития российского автопрома достаточно сложно. Несмотря на то, что цена на отечественные авто не очень низка, они по-прежнему очень доступны. И если российскому автопрому удастся сделать упор на качество автомобилей и переломить стереотип о том, что отечественный автопром, мягко сказать, не самого лучшего качества, то у отечественного производителя появится возможность на равных конкурировать с иностранными производителями авто.

### **Список литературы:**

1. Доходы населения России — 2014 г. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Доходы\\_населения\\_России](https://ru.wikipedia.org/wiki/Доходы_населения_России) (дата обращения 24.02.2015).
2. Итоги 2014: российский автопром — весь спектр эмоций на протяжении года. Независимое российское информационное агентство «Интерфакс» — 26 декабря 2014 г. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.interfax.ru/business/415621> (дата обращения 24.02.2015).
3. Кузьмина В., Транспортные приоритеты России. Журнал «Автомобильный транспорт» — 2012 г. — № 2. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:<http://www.transport-at.ru/PDF/Aktyalno/Aktyalno%204.pdf> (Дата обращения 24.02.2015).



## К ВОПРОСУ О СТРАХОВАНИИ БАНКОВСКИХ ВКЛАДОВ

*Крюкова Ксения Анатольевна*

*студент 3 курса, кафедра банковского дела и страхования ОГУ,*

*РФ, г. Оренбург*

*E-mail: [neytron101@yandex.ru](mailto:neytron101@yandex.ru)*

Современный российский страховой рынок в части предлагаемых страховых продуктов находится в настоящий момент на стадии активного развития. По многим видам страхования наблюдается некоторое отставание в сравнении с рынками страхования развитых стран. В сфере страхования банковских вкладов ситуация менее однозначна, однако зарубежный опыт в этой сфере мог бы поспособствовать развитию на российском рынке не пользующихся в настоящий момент популярностью страховых продуктов. Задача развития страхования банковских вкладов в России, учитывая политику Банка России касательно отзыва лицензий у кредитных организаций, является на сегодняшний день весьма актуальной.

Для определения направлений развития в данной сфере страхования следует определить, какие именно страховые продукты являются предметом рассмотрения данной статьи. Во-первых, это обязательное страхование вкладов (депозитов). В данной форме осуществления страхования вкладов следует выделить такие виды, как обязательное страхование вкладов физических лиц (в России регулируемое Федеральным законом «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» [17]), а также обязательное страхование вкладов (депозитов) юридических лиц (в России данное страхование не предусмотрено действующим законодательством). Во-вторых, это добровольное страхование вкладов (депозитов) — как физических, так и юридических лиц.

Понятие обязательного страхования вкладов в отечественной и зарубежной литературе связано, в первую очередь, с системой страхования вкладов. Как правило, система страхования вкладов функционирует на основе государственного института (например, российское Агентство по страхованию

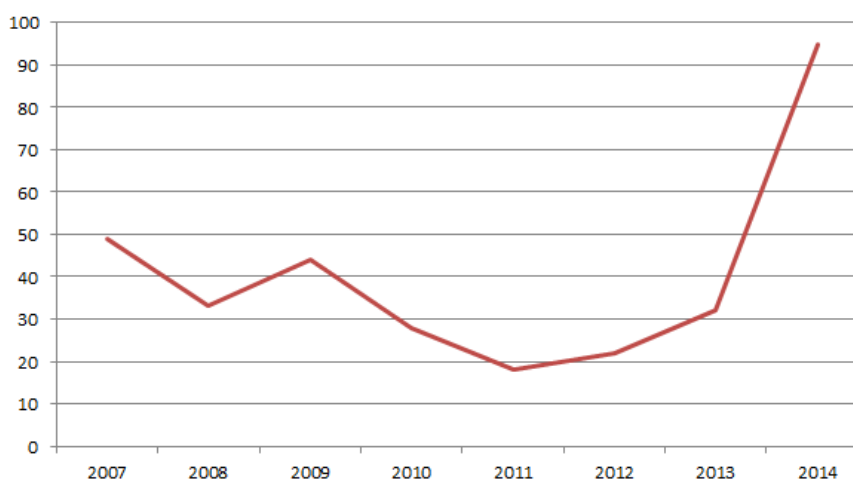
вкладов — ACB, американская Федеральная корпорация по страхованию вкладов — FDIC, созданные в форме государственной корпорации), однако имеются и исключения: так, в Швейцарии основным институтом системы страхования вкладов является негосударственная организация (швейцарская Ассоциация по защите депозитов — Esisuisse) [7]. В российском законодательстве нет однозначного определения таких понятий, как обязательное страхование вкладов и система страхования вкладов. ACB на своем официальном сайте дает определение системе страхования вкладов с ссылкой на содержание Федерального закона [17]: это «специальная государственная программа, реализуемая в соответствии с Федеральным законом «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации», основная задача которой — защита сбережений населения, размещаемых в российских банках». Определение страхованию вкладов (deposit insurance) дает бизнес-словарь [1]: это «защита от риска финансовых потерь при банкротстве банка или иного депозитного института, обычно предоставляемая государственным агентством». В Кембриджском словаре [3] можно найти более общее определение: это «система, согласно которой платежи, внесенные банком в специальную организацию, возвращаются вкладчикам в случае банкротства этого банка».

В российской литературе также приводится много определений понятия страхования вкладов: одни авторы рассматривают его в связи с обеспечением стабильности функционирования платежной системы, другие в определении дают ссылку на обеспечивающийся при страховании вкладов принципа возвратности. На взгляд автора статьи, наиболее развернутое определение представлено в работе Тарадаевой А.В. [16]: страхование банковских вкладов — это «совокупность экономических отношений по обеспечению интересов вкладчиков при размещении ими своих средств на банковских счетах в условиях существующего риска неплатежеспособности кредитного учреждения». Обобщающее же определение понятию системы страхования вкладов с учетом отличий в функционировании таких систем в различных

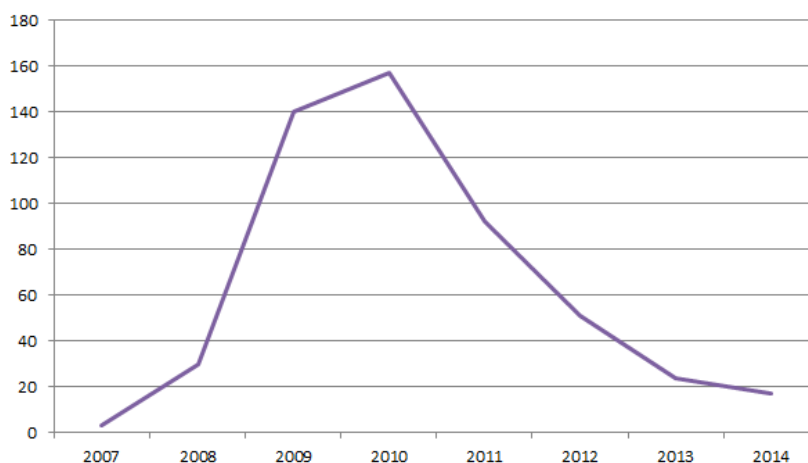
странах дает Соколов А.Н. [12]: система страхования вкладов — это «комплекс мер, направленных на защиту вкладов и обеспечивающих их гарантированный возврат в полном объеме или частично в случае банкротства финансового учреждения». Надо, однако, отметить, что термины «неплатежеспособность» и «банкротство» для данных определений несколько узки, так как страховой случай может возникнуть и без процедуры банкротства — отзыв лицензии у коммерческого банка может осуществляться и по другим причинам, как в Российской Федерации (статья 20 Федерального закона «О банках и банковской деятельности» [17]). Поэтому автор данной статьи предлагает следующие более общие определения: страхование вкладов — это механизм защиты денежных средств, размещенных в банковские вклады (депозиты); система страхования вкладов — это комплекс мер и институтов, обеспечивающих функционирование механизма защиты денежных средств, размещенных в банковские вклады. Данные определения, на наш взгляд, являются более универсальными и потому лежат в основе последующего анализа как российской, так и зарубежной практики.

Перейдем к анализу текущей ситуации в сфере страхования банковских вкладов. Текущее поведение Банка России, направленное на «оздоровление» банковского сектора, приводит к всё большему увеличению страховых случаев, связанных с отзывом лицензий на осуществление банковской деятельности у коммерческих банков. Так, с начала 2014 года на конец года банковских лицензий лишились 95 российских кредитных организаций, из которых 80 — коммерческие банки, 15 — небанковские организации [6; 14]. Данные меры не являются типичными: с 2007 по 2013 годы среднее количество кредитных организаций, лишившихся лицензии, равнялось 32, и только в 2014 году их количество возросло до 95 (рисунок 1). Для сравнения, в аналогичный период времени в США пик отзыва лицензий на осуществление банковских операций пришелся на 2009—2010 годы (рисунок 2) [13], то есть сразу же после экономического кризиса, когда неэффективность деятельности отдельных кредитных организаций стала очевидной. В России кризис проходил со своей

спецификой, и решения по отзыву лицензий на осуществление банковской деятельности пришлось на более поздний период. При этом, безусловно, также следует учитывать, что суммарное количество банков в США и в России — цифры несопоставимые (так, на конец 2014 года в США осуществляет свою деятельность 5701 банк, совокупные активы банков составляют около 14,2 триллионов долларов США [15], в России же на конец года действует 784 коммерческих банка [2], совокупные активы которых составляют порядка 70 триллионов рублей [18], что в пересчете по курсу Банка России на 3 марта 2015 года равняется примерно 1,125 триллионов долларов).



***Рисунок 1. Количество российских кредитных организаций, у которых была отозвана лицензия на осуществление банковской деятельности, 2010—2014 гг.***



***Рисунок 2. Количество американских банков, у которых была отозвана лицензия на осуществление банковской деятельности, 2010—2014 гг.***

Тем не менее, отзыв банковских лицензий осуществляется в основном у некрупных кредитных организаций как в США, так и в России. Так, в 2010 году, когда был достигнут максимум по отзывам банковских лицензий в США, лишь 15,3 процента лишившихся лицензий американских банков относилось к крупным (с активами более одного миллиарда долларов) [5]. В России в «пиковый» на текущий момент 2014 год ни один из лишившихся лицензий банков не входил в список крупнейших (Банк России, как правило, выделяет 30 крупнейших банков по активам) [4; 9; 10]. Таким образом, можно сделать вывод о том, что угрозе неплатежеспособности крупнейшие банки страны подвергаются реже, и нагрузка на институт, занимающийся страхованием вкладов, за счет этих кредитных организаций значительно снижается.

Следует отметить, что в данной статье дается сравнение банковского сектора России и банковского сектора США еще и по той причине, что именно в США наблюдается высокая степень концентрации капитала у крупнейших кредитных организаций (около 92 процентов активов находятся в распоряжении у 555 банков, что составляет 9,7 процентов от общего количества коммерческих банков в США). В России ситуация во многом аналогичная — активы кредитных организаций распределяются таким образом, что 6 процентов организаций в совокупных активах имеют долю порядка 85,3 процентов (по состоянию на 1 декабря 2014 года) [4].

Однако структура банковского сектора России так интересует нас потому, что система страхования вкладов в России, в отличие от таковой в США, не предусматривает страхования вкладов юридических лиц, что представляет определенную проблему. Банковские вклады физических лиц защищены в Российской Федерации пусть не полностью, но в достаточной степени, учитывая поведение населения, повышение его финансовой грамотности (так, по данным АСВ на 1 ноября 2014 года, доля вкладов, размер которых превышал максимальное страховое возмещение, составила 0,59 процента) и законодательные изменения (в частности, очередное увеличение предельного размера

страхового возмещения по вкладам физических лиц и счетам индивидуальных предпринимателей с 700 тысяч до 1,4 миллионов рублей). Вклады и счета юридических лиц на текущий момент не имеют страховой защиты, и потому основной формой защиты интересов юридических лиц остается их самостоятельная деятельность по анализу надежности того или иного банка. Ввиду вышеописанной ситуации, сложившейся в банковском секторе экономики России, характеризующейся высокой концентрацией капитала у крупнейших банков и сравнительно невысоким риском отзыва у них лицензий, большая часть юридических лиц предпочитает пользоваться услугами банковских «монополистов». Однако плата за увеличение надежности размещения средств достаточно высока, так как менее крупные банки зачастую предлагают более выгодные для вкладчиков проценты по вкладам и меньшие тарифы по ведению счетов и расчетным операциям.

Рассмотрим, каким образом в России организации (за исключением кредитных) размещают свои средства на банковских счетах и во вкладах (депозитах). Данная информация представлена на сайте Банка России — таблицы 1 и 2 [11]:

**Таблица 1.**

**Размещение средств организаций на счетах и во вкладах (депозитах) российских коммерческих банков, млн руб.**

млн руб.			Отчетная дата			
			01.02.2012	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015
Средства на счетах организаций	государственных	в руб.	419 487	528 034	668 836	517 027
		в ин. валюте	28 841	53 532	35 504	110 038
	негосударственных	руб.	4 164 728	4 079 112	4 689 840	4 831 055
		ин. валюте	758 418	710 850	754 798	1 418 654
Депозиты юридических лиц	руб.	4 595 876	5 596 920	5 598 891	6 566 818	
	ин. валюте	1 723 058	1 896 185	2 298 816	4 586 078	
Итого:			11 690 408	12 864 633	14 046 685	18 029 670

Таблица 2.

**Размещение средств организаций на счетах и во вкладах (депозитов) 30 крупнейших российских коммерческих банков, млн руб.**

млн руб.			Отчетная дата			
			01.02.2012	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015
Средства на счетах организаций	государственных	в руб.	313 783	420 067	527 353	400 939
		в ин. валюте	16 479	15 531	14 076	35 396
	негосударственных	в руб.	2 715 510	2 541 296	3 150 173	3 523 803
		в ин. валюте	599 264	532 018	596 473	1 045 175
Депозиты юридических лиц		в руб.	3 236 393	3 983 583	3 869 218	5 097 157
		в ин. валюте	1 372 843	1 449 133	1 877 312	3 856 192
Итого:			8 254 272	8 941 628	10 034 605	13 958 662

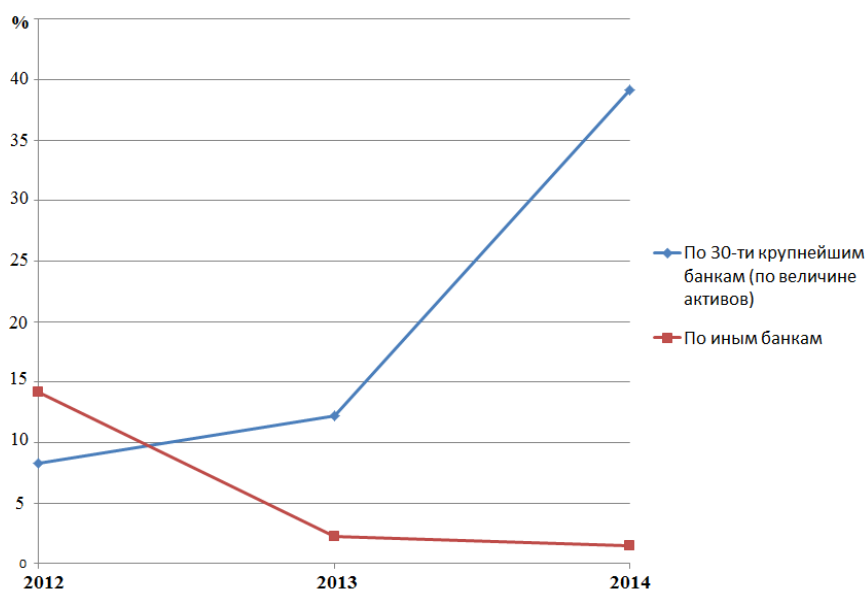
По данным таблицам можно составить еще одну таблицу, отражающую ситуацию по наименее защищенному размещению средств юридических лиц на настоящий момент. Данные получим с помощью вычитания суммы средств, размещенных на счетах и во вкладах 30 крупнейших российских коммерческих банков из общей суммы средств, размещенных юридическими лицами в российских банках:

Таблица 3.

**Размещение средств организаций на счетах и во вкладах (депозитах) российских коммерческих банков, не входящих в число тридцати крупнейших, млн. руб.**

млн руб.			Отчетная дата			
			01.02.2012	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015
Средства на счетах организаций	государственных	в руб.	105 704	107 967	141 483	116 088
		в ин. валюте	12 362	38 001	21 428	74 642
	негосударственных	в руб.	1 449 218	1 537 816	1 539 667	1 307 252
		в ин. валюте	159 154	178 832	158 325	373 479
Депозиты юридических лиц		в руб.	1 359 483	1 613 337	1 729 673	1 469 661
		в ин. валюте	350 215	447 052	421 504	729 886
Итого:			3 436 136	3 923 005	4 012 080	4 071 008

Эти средства, если принять гипотезу о том, что банки, не входящие в число тридцати крупнейших российских банков, являются менее надежными, защищены в меньшей степени. Страхование вкладов на эти средства не распространяется; возврат денежных средств при процедуре ликвидации в полной мере обычно не осуществляется, так как юридические лица не являются кредиторами первой очереди. Однако эти денежные средства являются потенциально важным ресурсом для развития экономики страны. При этом отсутствие гарантирования возврата средств вкладчику-юридическому лицу при отзыве лицензии у коммерческого банка, как мы видим из таблиц 1 и 2, ведет к еще большей концентрации капитала у крупнейших (по величине активов) банков страны: так, темпы прироста средств юридических лиц по тридцати крупнейшим банкам год от года растут, а по банкам, не входящим в число тридцати крупнейших — уменьшаются (рисунок 3). Безусловно, такое положение дел объясняется рациональным поведением юридических лиц, но при этом возможно сокращение рыночных возможностей менее крупных банков.



**Рисунок 3. Сравнительная динамика темпов прироста общей суммы средств юридических лиц по тридцати крупнейшим банкам и по иным банкам за 2012—2014 гг., в процентах**



Можно выделить два вида возможных решений сформулированной в ходе проведенного анализа проблемы отсутствия в рамках системы страхования вкладов в России страхования вкладов и счетов юридических лиц — административное и рыночное.

Административное решение проблемы заключается в разработке соответствующего механизма, который предусматривал бы осуществление обязательного страхования вкладов юридических лиц в определенных пределах (по аналогии со страхованием вкладов физических лиц). При принятии такого решения одним из негативных последствий может стать невозможность для АСВ выплатить денежные средства по всем застрахованным вкладам; рост же отчислений в АСВ приведет к увеличению издержек коммерческих банков, что, в свою очередь, повлечет за собой удорожание банковских услуг для клиентов. При этом возникает также проблема определения предельного размера страхового возмещения по данному виду вкладов.

Рыночное решение проблемы заключается в развитии системы добровольного страхования вкладов. Передача рисков страховым компаниям позволит избежать увеличения издержек коммерческих банков и будет влиять лишь на издержки той организации, которая принимает решение застраховать свой банковский вклад. В России добровольное страхование вкладов на настоящий момент не является востребованным видом страхования, однако при разумном подходе к оценке рисков и разработке адекватных тарифов, которые были бы способны стать конкурентной альтернативой процентным издержкам юридических лиц при выборе более надежного банка, добровольное страхование вкладов имеет шансы на развитие. При этом банковская сфера является достаточно прозрачной ввиду банковского надзора и условий предоставления банками отчетности, что могло бы облегчить проведение необходимых актуарных расчетов. Также можно опираться на опыт зарубежных стран, в том числе и стран ближнего зарубежья: так, некоторые страховые компании республики Молдова предлагают услуги по добровольному страхованию вкладов как физических лиц (суммы превышения над

суммой, подлежащей обязательному страхованию), так и юридических лиц (всей суммы вклада) [8]. Это говорит о том, что при грамотном подходе разработка фундамента для осуществления данного вида страхования с учетом российской специфики также может быть возможна.

Оба вида решений подразумевают преодоление определенных препятствий, однако при реализации любого из этих вариантов должен значительно повыситься уровень доверия юридических лиц к размещению средств на счета и во вклады российских банков (в том числе не являющихся крупными), что в дальнейшем может привести к увеличению конкуренции в банковском секторе и улучшению рейтинга страны в целом. На взгляд автора, благоприятные последствия решения проблемы страхования вкладов (депозитов) юридических лиц в долгосрочной перспективе позволяют сделать вывод о целесообразности дальнейшей разработки этого вопроса.

### **Список литературы:**

1. Бизнес-словарь. WebFinance, Inc., 2015. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.businessdictionary.com/definition/deposit-insurance.html> (дата обращения 03.03.2015 г.).
2. Информация о регистрации и лицензировании кредитных организаций в 2014 году // Официальный сайт Банка России. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=bank\\_system/inform\\_14.htm&pid=pdko\\_sub&sid=inr\\_lick](http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=bank_system/inform_14.htm&pid=pdko_sub&sid=inr_lick) (дата обращения 03.03.2015 г.).
3. Кембриджский онлайн-словарь. Cambridge University Press 2015. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/business-english/deposit-insurance> (дата обращения 03.03.2015 г.).
4. Обзор банковского сектора Российской Федерации (интернет-версия). Аналитические показатели. № 146, декабрь 2014 г. // Официальный сайт Банка России. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.cbr.ru/analytics/bank\\_system/obs\\_1412.pdf](http://www.cbr.ru/analytics/bank_system/obs_1412.pdf) (дата обращения 03.03.2015 г.).
5. Обзор деятельности в 2010 году // Официальный сайт Федеральной корпорации по страхованию вкладов США-FDIC. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://www.fdic.gov/bank/historical/bank/2010/index.html> (дата обращения 03.03.2015 г.).
6. О ликвидации кредитных организаций // Официальный сайт Банка России. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://cbr.ru/credit/likvidbase/print.asp?file=about.htm> (дата обращения 03.03.2015 г.).

7. Официальный сайт Ассоциации по защите депозитов Швейцарии. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.esisuisse.ch/> (дата обращения 03.03.2015).
8. Официальный сайт страховой компании «Moldasig». [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://moldasig.md/> (дата обращения 03.03.2015 г.).
9. Рейтинги банков РФ в разрезе активов банков, декабрь 2014 года // Информационное агентство «Банкир.ру». [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://bankir.ru/rating/?month=12&year=2014> (дата обращения 03.03.2015 г.).
10. Рейтинги банков РФ в разрезе активов банков, ноябрь 2014 года // Информационное агентство «Банкир.ру». [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://bankir.ru/rating/?month=11&year=2014> (дата обращения 03.03.2015 г.).
11. Сведения о размещенных и привлеченных средствах // Официальный сайт Банка России. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.cbr.ru/statistics/?Prtid=sors> (дата обращения 03.03.2015 г.).
12. Соколов А.Н. Страхование банковских вкладов в России и усиление его роли в развитии банковской системы: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.10 М., 2011 — 179 с. ил.
13. Список банков, лишившихся лицензии // Официальный сайт Федеральной корпорации по страхованию вкладов США-FDIC. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://www.fdic.gov/bank/individual/failed/banklist.html> (дата обращения 03.03.2015).
14. Список банков, у которых ЦБ РФ отозвал лицензию в 2014 г. // Информационный портал Bankinside.ru. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://bankinside.ru/article/spisok-bankov-u-kotoryh-cb-rf-otozval-licenziyu-v-2014-g> (дата обращения 03.03.2015 г.).
15. Статистический блок // Официальный сайт Федеральной корпорации по страхованию вкладов США-FDIC. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <https://www2.fdic.gov/SDI/SOB/> (дата обращения 03.03.2015 г.).
16. Тарадаева А.В. Развитие системы страхования банковских вкладов в России: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.10. Саранск, 2012 — 24 с.
17. Федеральный закон «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» от 23.12.2003 г. № 177-ФЗ (ред. от 29.12.2014 г.). [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_172915/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172915/)
18. Экспресс-выпуск. Обзор банковского сектора Российской Федерации (интернет-версия). Аналитические показатели. № 147, 2014 г. // Официальный сайт Банка России. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.cbr.ru/analytics/bank\\_system/obs\\_ex.pdf](http://www.cbr.ru/analytics/bank_system/obs_ex.pdf) (дата обращения 03.03.2015 г.).

# **НАУКА И ИННОВАЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАУКОЕМКОГО СЕКТОРА ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ**

***Рассолова Елена Николаевна***

*студент 4 курса кафедры экономическая теория и экономическая политика  
Набережночелнинского института  
(филиала) Казанского (Приволжского) федерального университета,  
РФ, г. Набережные Челны  
E-mail: [hedgehog0593@mail.ru](mailto:hedgehog0593@mail.ru)*

***Любова Ольга Витальевна***

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент  
Набережночелнинского института  
(филиала) Казанского (Приволжского) федерального университета,  
РФ, г. Набережные Челны*

Наука — двигатель прогресса, «локомотив» экономики любого государства. Доподлинно известно, что страны с высоким уровнем научно-техническим потенциалом НТП обладают мощной экономикой, базисом которой являются инновации, последние достижения науки и техники, которые заставляют другие государства «гоняться» за данными продуктами. Одной из такой стран стала Япония, которая, не обладая большими природными ресурсами, имеет одну из самых сильных экономик мира, т. к. основной упор делается именно на наукоемкие отрасли [4]. Однако в России ситуация складывается не лучшим образом, так как наиболее развитыми секторами отечественной экономики являются: ресурсодобывающий, оборонно-промышленный сектор [3]. Во многих случаях это отрасли с большой долей государственного вмешательства, т. к. по мнению аналитиков, без государственной поддержки эти секторы просто бы «рухнули», терпели бы одни убытки, что привело бы к полному обрушению экономики. В рамках данной статьи мы постараемся рассмотреть вопрос развития инновационного сектора экономики.

Актуальность данного исследования состоит в том, что инновации являются показателем успешной экономики страны, повышая ее конкурентоспособность на международной арене. Дело в том, что мировое сообщество

(а именно развитые страны постиндустриального развития) постепенно переходит к информационной сфере, где продукты интеллектуального труда ставятся в один ряд с материальными объектами. Идея становится движущим элементом развития экономики, т. к. ее реализация может принести огромную прибыль ее автору. Высокий уровень развития инновационного сектора экономики позволит повысить конкурентоспособность страны и увеличить инвестирование и капиталовложения в отечественную экономику. Для более глубокого анализа нами было проведено социологическое исследование, направленное на оценку развития науки и инноваций в Российской Федерации.

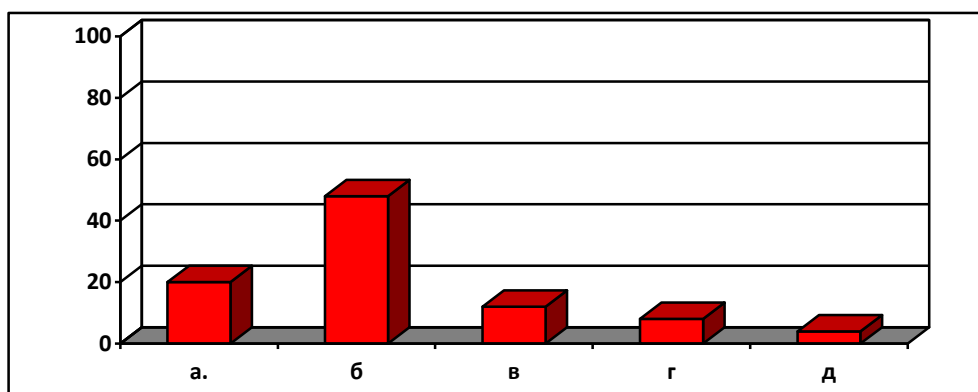
Респондентам, в возрасте 20—25 лет, в количестве 50 человек была предложена анкета, состоящая из 10 вопросов, касающихся актуальных проблем науки и инноваций. В ходе обработки данных были получены следующие результаты:

В целом, респонденты вполне положительно относятся к действиям государства в области инновации и науки. Положительный ответ: — 52 %, нейтральный 20 %, негативно 28 %.

Отношение к отечественной науке: нейтральное — 56 % положительное — 32 %, , негативно — 12 %.

Среди причин, вызвавших замедление развития современной науки, респонденты отмечают:

1. «Утечка мозгов» (20 %);
2. Малое финансирование (48 %);
3. Непродуманность реформ в данной области (8 %);
4. Малая привлекательность науки как отрасли (8 %);
5. Иные причины (4 %).



***Рисунок 1. Факторы, тормозящие развитие современной науки, %***

Среди проблемных наукоемких отраслей респонденты выделяют: экологически чистые технологии, энергосбережение (56 %), оборонные технологии (16 %), системы искусственного интеллекта (12 %), биотехнологии (12 %), другие отрасли (4 %), и, наоборот, наиболее сильными отраслями являются оборонная промышленность (48 %) и нано технологии (32 %). По мнению опрошенных, именно эти сферы могут иметь максимальную отдачу в российской экономике при выходе наукоемкой продукции на международный рынок.

На данном этапе развития Российская Федерация все еще находится под влиянием ресурсодобывающих отраслей, так как большая часть доходов поступает именно из этой сферы (так считает 84% респондентов), но, как известно, такая «сырьевая экономика» не может быть эффективной в долгосрочной перспективе даже несмотря на то, что Россия занимает первое место по запасам природных ископаемых [2]. Дело в том, что ресурсы со временем исчерпываются, к тому же, у РФ есть весьма сильные конкуренты на этом поприще: США, Германия, к тому же, существует сильная зависимость от биржевых сводок на нефть и иные виды природных ископаемых. В таких условиях срочно нужно предпринимать шаги для реанимирования российской экономики и перехода от добывающей экономики к производящей. По мнению респондентов, наукоемкий сектор может повысить престиж экономики РФ, так на вопрос «Как можно увеличить экономическую эффективность от иннова-

ционной деятельности в России?» мнение опрошенных распределилось следующим образом:

а. Финансирование и поддержка проектов молодых ученых и изобретателей, упрощенная система получения патентов;

б. Государственно-частное партнерство в сфере науки и инноваций;

в. Увеличение числа ученых, возможность для их развития в нашей стране;

г. Выход на мировой рынок инновационных технологий;

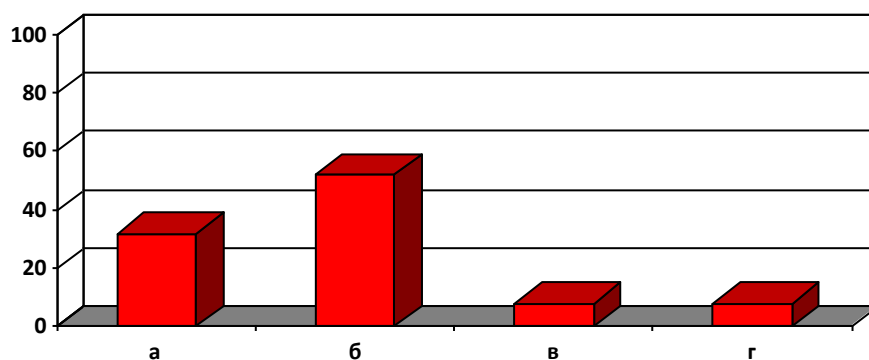
Финансирование и поддержка проектов молодых ученых и изобретателей, упрощенная система получения патентов. По мнению респондентов, финансирование науки в достаточном объеме позволит увеличить размер наукоемкой продукции на мировом рынке, но это должно сопровождаться упрощением процедуры получения патентов на изобретения и инновации, т.к. на наш взгляд, на данном этапе развития она слишком трудоемка. Данная мера позволит снизить затраты на покупку инноваций за рубежом, будет стимулировать отечественных изобретателей и ученых на создание все более совершенных новшеств, которые потом будут внедряться на предприятиях и в организациях и повышать эффективность труда.

Государственно-частное партнерство в сфере науки и инноваций. Как известно, на настоящий момент, основная забота о науке находится на «плечах» у государства, что приводит к тому, что развитие наукоемкого сектора практически стоит на месте. Часть респондентов (24 %) отметили, что государственно-частное партнерство в сфере науки и инноваций по примеру развитых стран может «облегчить ношу государства» и будет стимулировать развитие данной отрасли. Дело в том, что государство и бизнес должны стать партнерами в этой сфере, так как мировой опыт показывает, что инвестировать в науку сейчас выгодно, так как сейчас наиболее сильной страной может считаться та, у которой наиболее сильные технологии [1].

Увеличение числа ученых, возможность для их развития в нашей стране. Респонденты считают (28 % от общего числа), что необходимо поддерживать работников науки, создавая им необходимые условия для развития. Практика

показывает, что без нужных условий не может идти речи ни о каком развитии. В сущности, не совсем благоприятные обстоятельства в сфере науки и побуждают так называемую «утечку мозгов», которая, как указывалось выше, является одной из причин, тормозящих развитие данной отрасли. Респонденты отметили (64 %) сильной стороной отечественной науки именно ученых, изобретателей, указывая на то, что этот научный потенциал нужно сохранить во что бы то ни стало. Так, например, в качестве мер по противодействию «утечке мозгов», опрошенные отметили:

- а. Создание благоприятных социальных условий для ученых (32 %);
- б. Финансирование проектов и экономическое стимулирование деятельности (52 %);
- в. Повышение привлекательности науки (8 %);
- г. Иные меры (8 %).



**Рисунок 2. Меры по противодействию «утечке мозгов», %**

Все выше перечисленные способы свидетельствуют о степени заинтересованности нашей аудитории проблемами отечественной науки. С респондентами нельзя не согласиться в том, что необходимо поддерживать научный потенциал РФ, как самую сильную составляющую отечественной науки, создавая необходимые условия для его развития. Ведь, как отметили респонденты (80 %): «при правильном управлении — российская наука войдет в число лидеров», а также «квалифицированный ученый — основа инновационного потенциала страны» (84 %), что еще раз доказывает, что российские



ученые нуждаются в поддержке своей деятельности. Главная цель — выход наукоемкой продукции на мировой рынок как фактор повышения эффективности инновационной деятельности в России может быть достигнута при совмещении всех указанных факторов, включая финансирование проектов, государственно-частное партнерство и поддержку ученых, что позволит повысить престиж отечественной науки, снизит миграцию научного потенциала и даст новые статьи доходов федерального бюджета.

Таким образом, наукоемкий сектор отечественной экономики находится на пути повышения конкурентоспособности на мировой арене. Мероприятия по увеличению доли инновационного сектора начали проводиться сравнительно недавно, и нельзя делать однозначные выводы по этому поводу. Однако у Российской Федерации есть мощный научный потенциал, который просто необходимо реализовать для того, чтобы отечественная экономика успешно функционировала в условиях мирового рынка.

### **Список литературы:**

1. Дежина И.Г. Государство, наука и бизнес в инновационной системе России. М.: ИЭПП, 2008. — 227 с.
2. Козловский Е.А. «Сырьевая экономика: источник процветания или помеха развитию?» [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://mgri-gggu.ru/index.php?ELEMENT\\_ID1=587](http://mgri-gggu.ru/index.php?ELEMENT_ID1=587) (Дата обращения: 17.12.14).
3. Комков Н.И., Гаврилов С.Л., Нешков О.А. Анализ возможностей и условий перехода к инновационному развитию экономики России [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=books/sa2004/kom\\_gav](http://www.ecfor.ru/pdf.php?id=books/sa2004/kom_gav). (Дата обращения: 17.12.14).
4. Леонтьева Е.Л. Экономика Японии в условиях мирового кризиса (2008 г. — первый квартал 2009 г.) // Япония. Ежегодник. — 2009. — № 38. — С. 57—64.

# ИССЛЕДОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕГИОНОВ И ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕСТА ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ СРЕДИ СУБЪЕКТОВ РФ

*Румянцев Артем Олегович*

*студент 5 курса, кафедра прикладной математики ЛГТУ,*

*РФ, г. Липецк*

*E-mail: [rumyantsev\\_art@mail.ru](mailto:rumyantsev_art@mail.ru)*

*Кузнецова Елена Васильевна*

*научный руководитель, канд. физ.-мат. наук, доцент кафедры прикладной*

*математики ЛГТУ,*

*РФ, г. Липецк*

В настоящее время уровень жизни населения в России является одной из острых социально-экономических проблем. Россия отличается высокой неравномерностью экономического развития регионов, что является следствием географического положения, различной ресурсной обеспеченности, неодинаковых природно-климатических условиях и других факторов. Актуальной задачей является определение позиции того или иного региона на экономической карте России.

В данной работе рассматривается классификация субъектов Российской Федерации по однородным с точки зрения уровня экономического развития группам (кластерам). Подобная задача решается в [1].

Экономическое состояние региона характеризуются множеством показателей, которые определяют уровень жизни населения.

В процессе подготовки к проведению анализа были собраны статистические данные по экономическим показателям для 80 субъектов Российской Федерации за 2011 год. Данные взяты с сайта Федеральной службы государственной статистики Росстат [2]. Для обработки и анализа данных используется программный пакет Statistica 7.0.

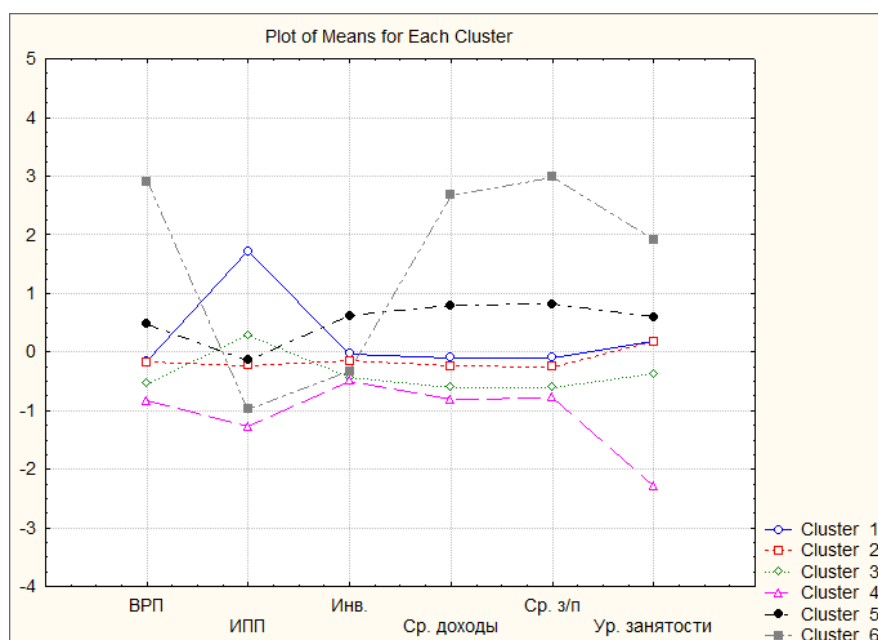
В качестве экономических показателей, характеризующих развитие регионов, в работе используются:

- валовой региональный продукт на душу населения;
- индекс промышленного производства;

- инвестиции в основной капитал;
- среднедушевые доходы;
- средняя заработная плата;
- уровень занятости населения.

Значения данных показателей являются неоднородными. Для устранения разных размерностей нормируем их значения (приводим к общему масштабу). Дальнейший анализ проводим над нормированными величинами.

После исключения из выборки нескольких регионов с нетипичными показателями (г. Москва, Тюменская область) выполним процедуру кластеризации методом к-средних. Рассмотрим разбиение с числом кластеров равным 6.



**Рисунок 1. Средние значения для каждого кластера**

Результаты кластеризации регионов России представлены в таблице 1.

**Таблица 1.**

**Результаты кластеризации регионов Российской Федерации**

Кластер	Регионы	Количество
1	Калужская обл., Тульская обл., Калининградская обл., Ростовская обл., Пермский край, Саратовская обл., Приморский край, Амурская обл.	8
2	Белгородская обл., Владимирская обл., Костромская обл., Курская обл., <b>Липецкая обл.</b> , Смоленская обл., Тверская обл., Ярославская обл., Республика Карелия, Вологодская обл., Новгородская обл., Астраханская обл., Волгоградская обл.,	26

	Республика Башкортостан, Республика Мордовия, Удмуртская Республика, Нижегородская обл., Оренбургская обл., Самарская обл., Челябинская обл., Иркутская обл., Кемеровская обл., Новосибирская обл., Омская обл., Томская обл., Еврейская автономная обл.	
3	Брянская обл., Воронежская обл., Ивановская обл., Орловская обл., Рязанская обл., Тамбовская обл., Псковская обл., Республика Адыгея, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Северная Осетия-Алания, Ставропольский край, Республика Марий Эл, Чувашская Республика, Кировская обл., Пензенская обл., Ульяновская обл., Курганская обл., Республика Алтай, Республика Бурятия, Республика Хакасия, Алтайский Край, Забайкальский край	22
4	Республика Калмыкия, Республика Дагестан, Республика Ингушетия, Кабардино-Балкарская Республика, Чеченская Республика, Республика Тыва	6
5	Московская обл., Республика Коми, Архангельская обл., Ленинградская обл., Мурманская обл., г. Санкт-Петербург, Краснодарский край, Республика Татарстан, Свердловская обл., Красноярский край, Республика Саха (Якутия), Камчатский край, Хабаровский край	13
6	Магаданская обл., Сахалинская обл., Чукотский автономный округ	3

Рассмотрим средние значения натуральных показателей по кластерам.

**Таблица 2.**

### Средние значения показателей

№ кластера	ВРП на душу населения	Индекс промышленного производства	Инвестиции в основной капитал	Средне-душевые доходы	Средняя заработная плата	Уровень занятости населения
Кластер 1	232 109,03	124,08	125 230,00	17 347,09	19 711,20	63,56
Кластер 2	227 329,28	106,40	103 468,48	16 434,48	18 419,50	63,52
Кластер 3	152 792,6	111,1	47 656,5	14 117,6	15 557,7	60,4
Кластер 4	92 600,3	96,8	36 799,5	12 715,9	14 152,4	49,1
Кластер 5	359 563,8	107,2	247 960,2	23 130,2	27 158,2	66,0
Кластер 6	856 617,1	99,6	69 734,0	35 256,6	44 691,2	73,7

В 1-й кластер вошли 8 регионов. Для них характерно самое высокое значение индекса промышленного производства, остальные показатели находятся на среднем уровне.

2-й кластер — самый многочисленный, в него входят 26 регионов, большинство из которых принадлежат Центральному федеральному округу. Состав кластера достаточно однороден (средние значения нормированных

показателей колеблются в малых пределах). Все показатели объектов данного кластера находятся на среднем уровне.

3-й кластер насчитывает 22 региона с показателями ниже среднего. Преимущественно это регионы Центрального, Приволжского и Сибирского федеральных округов.

В 4-й кластер вошли 6 регионов с самыми низкими значениями по всем показателям. В основном это регионы Северо-Кавказского федерального округа.

В 5-й кластер вошли 13 регионов, большинство из которых — регионы Северо-Западного федерального округа. Для этого кластера характерно среднее значение индекса промышленного производства, остальные показатели находятся на уровне выше среднего.

6-й кластер состоит из трех регионов Дальнего Востока с наиболее высоким уровнем ВРП, среднедушевых доходов, средней заработной платы и уровнем занятости населения.

Рассмотрим место Липецкой области в своем кластере по каждому из показателей. В своем кластере, в который вошли 26 регионов, Липецкая область занимает:

- по ВРП на душу населения — 8 место;
- по индексу промышленного производства — 3 место;
- по инвестициям в основной капитал — 10 место;
- по среднедушевым доходам — 10 место;
- по средней заработной плате — 19 место;
- по уровню занятости населения — 15 место.

Для определения структуры взаимосвязей между переменными использовался факторный анализ. Попробуем выделить общие факторы, которые описывают переменные, и дать им экономическую интерпретацию. После поворота факторов методом Варимакс нормализованный получаем следующую матрицу факторных нагрузок:

Variable	Factor 1	Factor 2
ВРП	0,913766	-0,001099
ИПП	-0,189996	0,869651
Инв.	0,303228	0,497967
Ср. доходы	0,954162	0,028579
Ср. з/п	0,934299	-0,041493
Ур. занятости	0,704079	0,237199
Expl.Var	3,242080	1,063066
Prp.Totl	0,540347	0,177178

**Рисунок 2. Матрица факторных нагрузок**

Значения исследуемых переменных определяются двумя факторами. Доля дисперсии, объясненная первым фактором, является наибольшей и равна приблизительно 54 %. Доля дисперсии, объясненная вторым фактором, равна 17,7 %.

Анализ факторных нагрузок показывает, что фактор 1 имеет сильную положительную связь со следующими показателями:

- ВРП на душу населения;
- среднедушевые доходы;
- средняя заработная плата;
- уровень занятости населения.

Можно предположить, что данный фактор характеризует социально-экономическое состояние.

Фактор 2 определяется положительной связью со следующими показателями:

- индекс промышленного производства
- инвестиции в основной капитал.

Можно предположить, что данный фактор характеризует уровень развития промышленности.

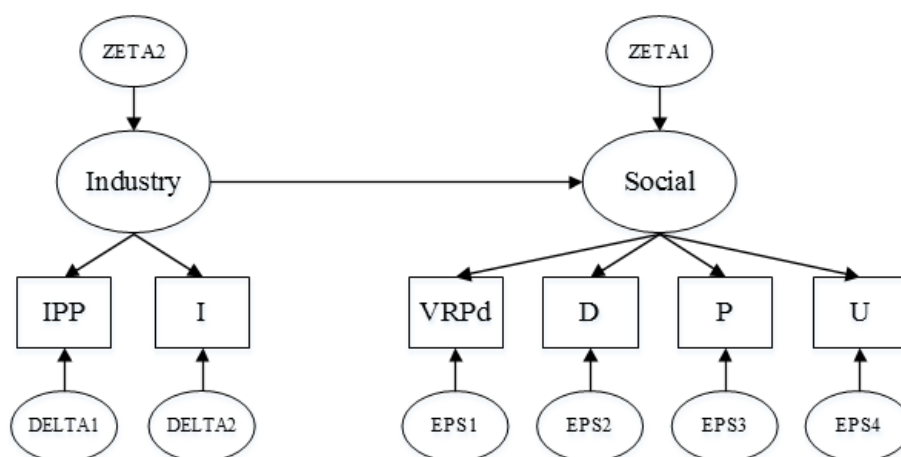
Построим регрессионную модель, связывающую факторы. Для этого используем модуль SEPATH [3, с. 355].

Используем следующие обозначения:

Industry — скрытый общий фактор, характеризующий промышленность;

Social — скрытый общий фактор, характеризующий социально-экономическое состояние;

I — инвестиции в основной капитал  
 IPP — индекс промышленного производства  
 VRPd — ВРП на душу населения  
 D — среднедушевые доходы  
 P — средняя заработная плата  
 U — уровень занятости населения  
 Представим модель в виде диаграммы путей:



**Рисунок 3. Диаграмма путей**

	Parameter Estimate	Standard Error	T Statistic	Prob. Level
(Industry)-1->[IPP]	0,036	0,114	0,311	0,756
(Industry)-2->[I]	0,585	0,047	12,410	0,000
(DELTA1)-->[IPP]				
(DELTA2)-->[I]				
(DELTA1)-3-(DELTA1)	1,003	0,162	6,205	0,000
(DELTA2)-4-(DELTA2)	0,000	0,000		
(Social)-5->[VRPd]	0,402	0,030	13,495	0,000
(Social)-6->[D]	0,467	0,000		
(Social)-7->[P]	0,490	0,028	17,787	0,000
(Social)-8->[U]	0,347	0,055	6,361	0,000
(EPSILON1)-->[VRPd]				
(EPSILON2)-->[D]				
(EPSILON3)-->[P]				
(EPSILON4)-->[U]				
(EPSILON1)-9-(EPSILON1)	0,151	0,028	5,371	0,000
(EPSILON2)-10-(EPSILON2)	0,045	0,019	2,318	0,020
(EPSILON3)-11-(EPSILON3)	0,090	0,025	3,650	0,000
(EPSILON4)-12-(EPSILON4)	0,628	0,103	6,068	0,000
(ZETA1)-->(Social)				
(ZETA2)-->(Industry)				
(ZETA1)-13-(ZETA1)	2,813	0,491	5,731	0,000
(Industry)-14->(Social)	0,431	0,198	2,172	0,030

**Рисунок 4. Оценки параметров модели**

В данной таблице отображены оценки параметров регрессионной модели.

Таким образом, получаем следующие линейные уравнения:

$$IPP = 0,036 \text{ Industry} + 1,003$$

$$I = 0,585 \text{ Industry}$$

$$VRPd = 0,402 \text{ Social} + 0,151$$

$$D = 0,467 \text{ Social} + 0,045$$

$$P = 0,490 \text{ Social} + 0,090$$

$$U = 0,347 \text{ Social} + 0,628$$

$$\text{Social} = 0,431 \text{ Industry} + 2,813$$

Построенную модель можно интерпретировать следующим образом:

- индекс промышленного производства и размер инвестиций в основной капитал находятся в прямой зависимости от уровня развития промышленности;
- с увеличением уровня социально-экономического развития увеличивается уровень ВРП на душу населения, среднедушевые доходы, средняя заработная плата, уровень занятости населения;
- чем выше уровень развития промышленности, тем выше уровень социально-экономического развития.

Таким образом, рассмотрена кластеризация субъектов Российской Федерации по экономическим показателям. Проведен факторный анализ, в результате чего выделены скрытые факторы и определена структура взаимосвязей между переменными. Построена регрессионная модель, связывающая явные и скрытые факторы.

### **Список литературы:**

1. Полякова А.Г. Кластеризация экономического пространства Российской Федерации по уровню устойчивости регионального развития. // Вестник УГТУ-УПИ. Серия: Экономика и управление. — № 1. — 2009. — 0,8 п.л.
2. Федеральная служба государственной статистики Росстат [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gks.ru>
3. Халафян А.А. STATISTICA 6. Статистический анализ данных. 3-е изд. М.: ООО «Бином-Пресс», 2007 г. — 512 с.: ил.



## **ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИИ: ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

***Саркисян Азгануш Азизовна***

*E-mail: [azganush-sarkisyan@mail.ru](mailto:azganush-sarkisyan@mail.ru)*

***Алиева Сабина Шакир кызы***

*студенты 2 курса, кафедра «Экономика и финансы»,  
Финансовый университет при Правительстве РФ (Владикавказский филиал),  
РФ, г. Владикавказ*

*E-mail: [sabishka.1994@mail.ru](mailto:sabishka.1994@mail.ru)*

***Рубаева Ляна Махарбековна,***

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика  
и финансы», Финансовый университет при Правительстве РФ  
(Владикавказский филиал),  
РФ, г. Владикавказ*

Обрабатывающая промышленность, ее развитие является необходимым условием для создания и укрепления независимой финансовой системы страны, обеспечения оборонной безопасности, космических, медицинских, прикладных научных исследований, качественного улучшения здравоохранения, совершенствования компьютерных техники и технологий, средств связи, разработки и внедрения нового технологического уклада.

«Развитие обрабатывающей промышленности определяет положение страны в мировой иерархии, ее возможности влиять (явным или скрытым образом) на мировые события» [3].

Значительные запасы полезных ископаемых на территории России представляют собой конкурентные преимущества отечественной экономики, их использование возможно с целью не только экспорта ресурсов, но и развития отечественной обрабатывающей промышленности.

В период индустриализации отечественной экономики было очевидно, что для выравнивания условий развития относительно конкурентоспособной добывающей промышленности и относительно неконкурентоспособной обрабатывающей требуется механизм компенсационных затрат, как правило, отсутствующий в важнейших странах-производителях продукции обрабатывающей

промышленности. Был создан уникальный экономический перераспределительный механизм, суть которого состояла в том, что природная рента, возникающая в добывающей промышленности, перераспределялась на основе безличных финансовых средств в пользу предприятий обрабатывающей промышленности. Таким способом природная рента использовалась в качестве дотации материальных затрат предприятий обрабатывающей промышленности, в связи с чем уровень затрат в обрабатывающей промышленности снижался. В итоге продукция обрабатывающей промышленности становилась дешевле, увеличивались объемы ее реализации, повышалась ее рентабельность. «Обрабатывающая промышленность выплачивала налог с оборота, часть которого могла направляться на поддержку добывающей промышленности. Кроме того, становилось возможным успешное воспроизводство активной части основного капитала предприятий обрабатывающей промышленности, обновление производимой продукции и самостоятельная разработка новых технологий производства продукции» [1].

Эффективное использование экономического перераспределительного механизма позволило осуществить успешную индустриализацию, что способствовало колоссальному подъему военной промышленности в период Отечественной войны, быстрому послевоенному восстановлению экономики, развитию ракетно-космических и ядерных технологий. После реформы 1965 г, действенность перераспределительного механизма ослабла, т. к. в результате реформы экономическая практика изменилась: отрасли обрабатывающей и добывающей промышленности оказались функционирующими в разных условиях в рамках хозрасчетных форм.

Так, предприятия обрабатывающей промышленности стали более самостоятельными в отношении выполнения плана производства продукции за счет ценностных изменений. В то же время добывающая промышленность значительно увеличила объемы экспорта продукции. В результате структурные сдвиги в экономике замедлились. Экспорт продукции добывающей промышленности явился причиной сокращения реальных объемов дотаций

обрабатывающей промышленности, скрытого роста цен на ее продукцию, уменьшения реальных объемов ее производства. До завершения советского периода в отечественной экономике были ликвидированы оборот безналичных финансовых средств и перераспределительные процессы. Произошло дополнительное сокращение объемов производства машинно-технической продукции. С ликвидацией экономического перераспределительного механизма возросли цены на продукцию добывающей промышленности.

2005—2012 гг. ознаменовались ростом цен на продукцию добывающей промышленности. Увеличение относительных цен на продукцию в добыче полезных ископаемых составило 1,32, добыче топливно-энергетических полезных ископаемых — 1,38, добыче полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических — 1,01. Эти индексы могли быть выше, если бы не единственное за весь постсоветский период снижение цен на природные ресурсы в 2008 г., которое было равно 0,62.

**Таблица 1.**

**Индексы цен на промышленную продукцию по видам экономической деятельности в 2005—2012 гг.**

Вид экономической деятельности	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Средний индекс цен
Производство промышленных товаров	1,13	1,10	1,25	0,93	1,14	1,17	1,12	1,05	1,00
Добыча полезных ископаемых	1,31	1,02	1,52	0,62	1,49	1,17	1,26	1,09	1,32
Добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	1,35	0,96	1,58	0,58	1,61	1,16	1,28	1,11	1,38
Добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических	1,06	1,33	1,10	1,03	0,99	1,31	1,12	0,99	1,01
Обрабатывающие производства	1,08	1,13	1,18	1,02	1,06	1,17	1,08	1,03	0,89
Производство пищевых продуктов, том числе напитков, и табака	1,04	1,08	1,20	1,12	1,07	1,14	1,02	1,07	0,89
Текстильное и швейное производство	1,04	1,04	1,10	1,11	1,06	1,13	1,13	1,01	0,78
Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	1,06	1,07	1,09	1,08	1,05	1,11	1,12	1,13	0,81
Обработка древесины и производство изделий из дерева	1,07	1,07	1,26	1,06	0,95	1,09	1,09	1,02	0,77

Целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность	1,09	1,08	1,12	1,09	1,04	1,10	1,03	1,02	0,76
Производство кокса и нефтепродуктов	1,24	1,02	1,43	0,73	1,28	1,21	1,17	1,05	1,10
Химическое производство	1,11	1,14	1,12	1,07	0,10	1,31	1,10	1,03	0,99
Производство резиновых и пластмассовых изделий	1,12	1,10	1,05	1,08	1,06	1,11	1,06	1,02	0,78
Производство прочих неметаллических минеральных продуктов	1,17	1,19	1,31	1,03	0,92	1,04	1,14	1,07	0,96
Металлургическое производство и производство готовых металлических изделий	1,05	1,25	1,05	1,08	1,04	1,22	1,05	0,97	0,84
Производство машин и оборудования	1,10	1,11	1,14	1,19	1,04	1,06	1,05	1,04	0,87
Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	1,07	1,15	1,09	1,08	1,06	1,10	1,05	1,03	0,80
Производство транспортных средств и оборудования	1,08	1,08	1,09	1,17	0,98	1,12	1,10	1,05	0,83

«В результате роста цен на продукцию добывающей промышленности происходило снижение относительных цен на продукцию обрабатывающей промышленности. Оно составило 0,89, в том числе в производстве: машин и оборудования — 0,87; электрооборудования, электронного и оптического оборудования — 0,80, транспортных средств и оборудования — 0,83. Меньшими значениями характеризовались текстильное и швейное производство — 0,78; обработка древесины и производство изделий из дерева — 0,77; целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность -0,76; производство резиновых и пластмассовых изделий — 0,78. Снижение относительных цен на продукцию обрабатывающей промышленности было бы большим без повышения в постсоветский период относительных цен в 2008 г., равного 1,10. При этом соответствующие показатели составили в производстве: машин и оборудования — 1,27; электрооборудования, электронного и оптического оборудования — 1,16; транспортных средств и оборудования — 1,25. Указанный рост относительных

цен на продукцию обрабатывающей промышленности в 2008 г. был связан со снижением в этом году относительных цен на продукцию добывающей промышленности, оно позволило в рамках сложившейся динамики относительных цен в отечественной экономике единовременно повысить рентабельность ряда производств обрабатывающей промышленности, прежде всего, производства техники» [2].

Рост производства продукции обрабатывающей промышленности, происходивший до 2008 г., сменился в 2009—2010 гг. значительным кризисным сокращением ее производства, а в 2011—2012 гг. некоторой стабилизацией. В этот период продолжились масштабные банкротства и ликвидации предприятий обрабатывающей промышленности. Их результатом явилось снижение среднего возраста машин и оборудования в составе активной части основного капитала обрабатывающей промышленности до 13—17 лет. Однако эти показатели существенно превышают средний возраст техники в составе активной части основного капитала добывающей промышленности, равный 9—11 лет.

Отечественная добывающая промышленность характеризуется высоким уровнем рентабельности. Так, в 2012 г. рентабельность добычи полезных ископаемых в целом составила 31 %, добычи полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических 48,2 %.

**Таблица 2.**

**Рентабельность производства товаров, продукции (работ, услуг) в 2012 г.**

Вид экономической деятельности	Рентабельность, %
<b>I. Добыча полезных ископаемых</b>	31,0
1. Добыча топливно-энергетических полезных ископаемых	28,8
2. Добыча полезных ископаемых, кроме топливно-энергетических	48,2
<b>II. Обрабатывающие производства</b>	11,0
1. Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака	11,1
2. Текстильное и швейное производство	12,3
3. Производство кожи, изделий из кожи и производство обуви	8,1
4. Обработка древесины и производство изделий из дерева	5,3
5. Целлюлозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность	10,5
6. Производство кокса и нефтепродуктов	11,3

7. Химическое производство	22,9
8. Производство резиновых и пластмассовых изделий	9,1
9. Производство прочих неметаллических минеральных продуктов	12,4
10. Metallургическое производство и производство готовых металлических изделий	11,8
из них: металлургическое производство	12,6
11. Производство машин и оборудования	7,7
12. Производство электрооборудования, электронного и оптического оборудования	8,1
13. Производство транспортных средств и оборудования	6,0
из него:	
Производство автомобилей, прицепов и полуприцепов	5,1
Производство судов, летательных и космических аппаратов и прочих транспортных средств	7,5
Экономика в целом	9,7

Добывающая промышленность, по-видимому, скрывает часть своих доходов от налогов посредством завышения расходов и тем самым занижает реальный уровень рентабельности своих производств. Это легко обнаружить следующим образом. Поскольку большое количество низкорентабельных предприятий обрабатывающей промышленности постоянно подвергается банкротству и ликвидации, то их выбытие должно создавать тенденцию к повышению общего показателя рентабельности отечественной экономики. Указанную тенденцию должен поддерживать также постоянный рост цен на продукцию добывающей промышленности и увеличение рентабельности ее производства. Однако рентабельность отечественной экономики в целом снижается. Предприятия отечественной обрабатывающей промышленности имеют крайне низкий уровень рентабельности: в 2012 г. 11,0 %. При этом эффективность производств обрабатывающей промышленности, которые характеризуются небольшим удельным весом малых организаций и соответственно сравнительно длинными производственно-технологическими цепочками, крайне низка.

«К ним относятся производство машин и оборудования (7,7 %), электрооборудования, электронного и оптического оборудования (8,1 %), транспортных средств и оборудования (6,0 %), в том числе автомобилей, прицепов и полуприцепов (5,1 %), судов, летательных и космических и прочих

транспортных средств (7,5 %) и др. Однако даже сравнительно высокий уровень рентабельности, например, химического производства (22,9 %) не обеспечивает необходимого обновления активной части основного капитала и своевременного выбытия устаревшей техники» [1].

Низкий уровень рентабельности отечественных предприятий обрабатывающей промышленности определяется высокими уровнями капитальных и текущих затрат, реальной оплаты труда в этих отраслях. Поэтому стоимость произведенной продукции обрабатывающей отечественной промышленности оказывается более высокой по сравнению со стоимостью аналогичной зарубежной продукции. В условиях глобализации радикальные реформы и вступление России в ВТО, максимальная открытость отечественной экономики по отношению к экономике развитых стран обусловили неконкурентоспособность обрабатывающей промышленности на внутреннем и соответственно на внешнем рынке. Используемые технологии в отечественной обрабатывающей промышленности более топливо-, энерго- и материалоемки по сравнению с современными технологиями западных стран. Крайне малая прибыль отечественных предприятий обрабатывающей промышленности (а иногда и ее полное отсутствие) не в состоянии обеспечить воспроизводство их основного капитала, обновление его активной части, проведение необходимых научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ для обновления продукции, закупки технологий за рубежом.

«Вследствие низкой рентабельности предприятий обрабатывающей промышленности в настоящее время сохранилась только третья часть их количества, отмеченного на начало постсоветского периода. В соответствии с оценками, исходящими из существующих тенденций, в период до 2020 г. может быть утрачена большая часть оставшихся предприятий обрабатывающей промышленности» [2]. Необходимо также отметить, что остаточная стоимость ликвидируемых предприятий обрабатывающей промышленности, наряду с укрываемой от налогообложения прибылью добывающей промышленности, служит источником вывоза из страны капиталов за рубеж.

Рост количества промышленных предприятий, естественно, самым негативным образом сказался на стоимости производимой ими продукции и конкурентоспособности предприятий. Частные собственники промышленных предприятий, получившие в свое распоряжение такие огромные стоимостные активы, оплатить которые в принципе были не способны, воспринимали банкротства и ликвидации своих предприятий как повод перевести стоимостные активы в ликвидную форму и разместить их более выгодным для себя образом. Как правило, их выбором стали обустройство возможного комфортного проживания за рубежом, счета в западных банках и собственность, гарантирующая регулярные доходы. При этом руководящие чиновники не обязательно оказываются, что называется, «в доле» при банкротстве и ликвидации предприятий обрабатывающей промышленности. Массовой формой приватизации отечественных предприятий оказались холдинги, и они по-прежнему доминируют в отечественной экономике. Однако они как форма организации промышленного производства являются препятствием для воссоздания пере распределительных механизмов в рамках значительных вертикально интегрированных структур. Причем существующие холдинги не в состоянии сами, без вмешательства государственных органов власти, преобразоваться в более крупные формы корпораций и на принципиально других основаниях.

В настоящее время более совершенной является система «Сократ» третьего поколения, которая находится в различных фазах развертывания на национальном уровне в нескольких странах. В США уже созданы и работают Комиссия по экономической безопасности при Министерстве торговли, а также Комитеты по стратегическим технологиям на уровне каждого штата — для контроля за развертыванием и взаимовыгодным использованием системы «Сократ» на уровне как федеральном, так и штатов. Кроме того, формируется своеобразная супер академия наук, объединяющая возможности не только США, но и научного сообщества стран-сателлитов. Российской частью данного проекта являются «Роснано» и «Сколково». Таким образом,



в перспективный период предполагается максимально тесное сотрудничество между крупными корпорациями и органами государственной власти США с целью повышения конкурентоспособности корпораций.

Вертикально интегрированные межотраслевые корпорации (ВИМК) — будущее российской экономики. Современная глобализация экономики продемонстрировала, что наиболее конкурентоспособными с точки зрения природно-климатических условий и географического расположения (субтропический климат и морское побережье) являются такие значительные производственные территории для обрабатывающей промышленности, как Западная Европа, США, Юго-Восточная Азия (прежде всего Китай). Кроме того, Юго-Восточная Азия и Китай имеют дополнительное конкурентное преимущество — дешевую рабочую силу. Оно позволяет сократить затраты на производимую в этих регионах продукцию обрабатывающей промышленности, снизить на нее цены и повысить ее конкурентоспособность.

ВИМК, сходные по структуре с зарубежными ТНК, представляют собой более высокую степень организации промышленного производства, характеризуемую государственно-корпоративной собственностью. ВИМК объединяет организации разных отраслей экономики в соответствии с определенной производственной вертикалью, является финансово и хозяйственно самостоятельной производственной структурой с участием представителей государственных органов управления. В состав ВИМК входят: добывающие производства, производственно-технологические цепочки, обрабатывающие производства, сервисные центры, организации, выполняющие научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, прикладные исследования. При этом сервисные центры с использованием ремонтов, индивидуальной наладки изделий и их неоднократной модернизации обеспечивают сопровождение произведенной высокотехнологичной продукции в течение ее жизненного цикла.

Вместе с тем в начальный период развития ВИМК необходима их поддержка со стороны государственных органов власти. Она должна быть

адресной с целью уточнения состава ВМИК или оказания им финансовой и других видов помощи. В течение определенного периода необходимой поддержкой является минимизация объемов определенных групп импортных товаров на внутреннем рынке. В рамках ВТО осуществление явной протекционистской политики невозможно. Однако ее цели могут быть достигнуты косвенно, путем проведения проверок, установления новых регламентов, отмены прежних процедур, изменения условий доступа и заимствований активно используемых в развитых странах.

### **Список литературы:**

1. Долгов А. «Сократ» нам друг? Как и почему Россия финансирует технологический рывок США // *Завтра*. 2013. № 52 (1049).
2. Корнев А.К. Потенциал обновления производственного аппарата реальной экономики // *Проблемы прогнозирования*. 2013. № 3.
3. Корнев А.К. Производственный потенциал экономики: накопленные проблемы и способ их решения // *Проблемы прогнозирования*. 2013. № 6.

## **СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЫНКА БАНКОВСКИХ ПЛАСТИКОВЫХ КАРТ В РОССИИ**

*Толкачева Евгения Александровна*

*студент 4 курса, кафедра экономики и управления ТюмГУ(ИФ),  
РФ, г. Ишим*

*E-mail: [tolkacheva.evgeniya@mail.ru](mailto:tolkacheva.evgeniya@mail.ru)*

XXI век — век информационных технологий. Совместно с развитием технологий, бурно развивается банковская сфера, происходит замещение наличных денег пластиковыми картами. Рынок карт в России стремительно растет и количество предложений банка на основе пластика увеличивается.

Банковская пластиковая карта — документ, выдаваемый клиенту банком и используемый для идентификации при безналичной покупке товаров в магазинах или получении наличных денег. В основе расчетов банковской пластиковой картой лежит система договорных отношений между основными участниками операций: с одной стороны — банками, магазинами и предприятиями сервиса, с другой — клиентами банков (держателями карт).

Согласно Положению ЦБ «Об эмиссии платежных карт и об операциях совершаемых с их использованием», кредитные организации могут выпускать 3 вида карт: расчетные (дебетовые), кредитные и предоплаченные.

Дебетовая — используется для совершения операций в пределах суммы денежных средств, находящейся на банковском счете держателя карты и (или) кредита, предоставляемого кредитной организацией — эмитентом клиенту при недостаточности или отсутствии на банковском счете денежных средств (овердрафт).

Кредитная карта используется для совершения операций с помощью средств, предоставленных кредитной организацией в пределах расходного лимита и в соответствии с условиями договора.

Предоплаченная карта как электронное средство платежа используется для осуществления перевода электронных денежных средств, возврата остатка электронных денежных средств в пределах суммы предварительно предос-

тавленных держателем денежных средств кредитной организации в соответствии с требованиями Федерального закона № 161-ФЗ [4].

Каждая карта — это носитель информации в электронном виде, информация наносится следующими способами: графическая запись; эмбоссирование; кодирование на магнитной полосе; чип; лазерная запись (оптические карты).

Самой ранней и простой формой записи информации на карту было и остается графическая запись — наносится цветное фотографическое изображение держателя карты и лазерный образец подписи.

Эмбоссирование — нанесение данных на карточке в виде рельефных знаков. Эмбоссированием на карту наносят фамилию и имя держателя карты.

Магнитные карты — тип карт, имеющих возможность хранения и изменения данных на магнитном носителе, имеют тот же вид, что и обыкновенные пластиковые карты, только на обратной стороне карты имеется магнитная полоса, а также возможны фотография держателя и образец его подписи.

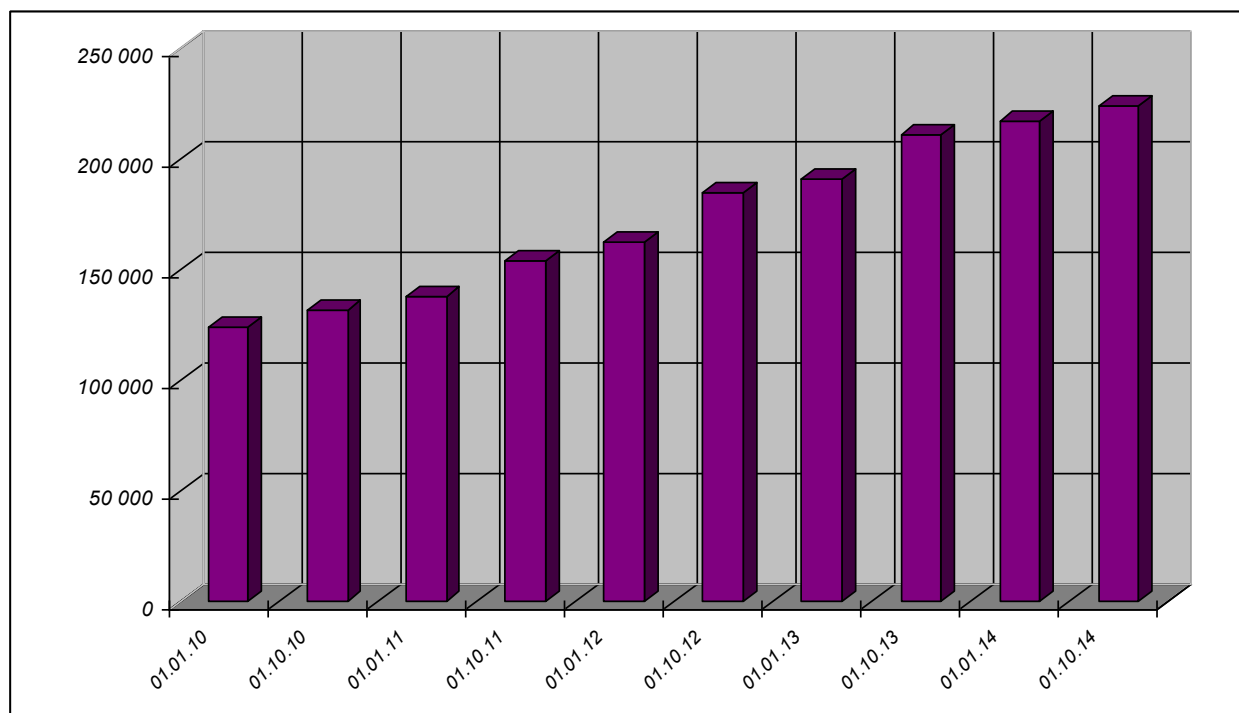
Наиболее защищенная от мошенничества и подделок — карта с чипом (от англ. chip — кристалл с интегральной схемой) или микросхемой. Карточки с чипом также называются смарт-картами.

Карты оптической памяти имеют большую емкость, но данные на них могут быть записаны только один раз. Данные карты в банковских технологиях распространения не получили из-за их высокой стоимости и считывающего оборудования.

Каждая пластиковая карта защищена персональным идентификационным номером (ПИН), обычно, это число, состоящее из 4 цифр (пароль), которое выдается владельцу вместе с картой, без него невозможно снять средства с карточного счета.

С 2015 года Банк России намерен обязать банки оснащать все карты чипом, а не только магнитной полосой. Решение связано с быстрым ростом рынка банковских карт и увеличением рисков мошенничества по ним (Россия занимает 5 место по объему потерь от мошенничества в мире) [1].

Количество выпущенных банковских карт кредитными организациями с 2010 года выросло на 70 %. Ниже представлена динамика эмиссии банковских карт в тысячах единиц с 2010 по 2014 годы.



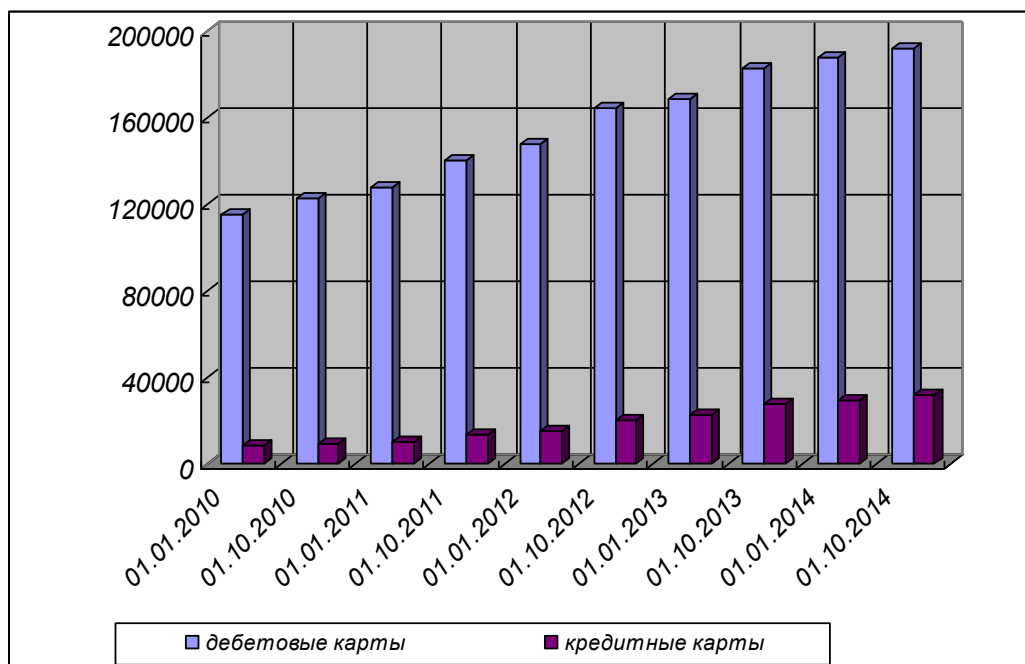
**Диаграмма 1. Количество банковских карт, эмитированных кредитными организациями (в тысячах единиц)**

На диаграмме 1 видно, что рынок пластиковых карт в России бурно развивается в настоящее время. Количество карт в абсолютном выражении за 2010—2014 гг. выросло на 100298 тыс. штук [2], что составляет 170 % от показателя 2010 года.

В 2014 году наибольшую долю в структуре платежных карт составляли расчетные (дебетовые) карты (почти 85,8 % или 192,5 млн. карт). Нужно отметить, что развитие рынка пластиковых карт в Российской Федерации происходит, в основном, за счет реализации зарплатных проектов.

Кредитные карты стали более активно распространяться, преимущественно в связи с реализацией банками различных программ потребительского кредитования. Их доля в общем числе эмитированных карт составила 14,2 % или 31,8 млн. карт.

Ниже представлена динамика выпуска дебетовых и кредитных карт с 2010 года по 2014 в тысячах единиц.



**Диаграмма 2. Количество дебетовых и кредитных карт, эмитированных кредитными организациями (в тысячах единиц)**

Можно сделать вывод, что пластиковые карты приобретают всё большую популярность, так как они имеют большое количество преимуществ: удобство и безопасность хранения денежных средств выше на карте, чем наличными; нет нужды планировать сумму, которую требуется взять в магазин, владельцы карточек с овердрафтом при необходимости могут рассчитывать на сумму, большую той, которой располагают; можно путешествовать, не заботясь об обмене валюты; быстрый способ получения заработной платы; посредством карточки можно быстро и не выходя из дома оплатить товары и услуги в Интернете.

Но так же существуют и недостатки применения пластиковых карт: денежные средства на них доступнее для преступников, чем те, которые лежат на банковском счету, злоумышленник, завладевший карточкой и кодом, при недостаточной расторопности владельца может снять наличность; известны случаи махинаций — подделка, взлом кода, мошенничества при оплате товаров

и услуг в Интернет; не все точки торговли и сервиса имеют терминалы для оплаты банковской карточкой; некоторые банки имеют ограниченное количество банкоматов; если воспользоваться терминалом «чужого» банка, снимается определенный процент комиссионных.

Развитие рынка банковских карт в России позволяет не только увеличить прозрачность операций на финансовом рынке, но и привлечь денежные средства в банковскую сферу, что в свою очередь повышает кредитные возможности банков. Также минимизируются издержки, связанные с обслуживанием наличного денежного оборота, увеличиваются налоговые поступления, развиваются такие сферы деятельности как социальная, производственная, сфера занятости.

### **Список литературы:**

1. Банковские карты обяжут оснащать чипами // [www.lenta.ru](http://www.lenta.ru/news/2013/08/13/chip/) [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://lenta.ru/news/2013/08/13/chip/> (дата обращения 29.01.2015).
2. Количество расчетных и кредитных карт, эмитированных кредитными организациями // Центральный банк РФ [[www.cbr.ru](http://www.cbr.ru)]. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=p\\_sys/sheet013.htm&pid=psrf&sid=itm\\_55789](http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=p_sys/sheet013.htm&pid=psrf&sid=itm_55789) (дата обращения 29.01.2015)
3. О банках и банковской деятельности [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 02.12.1990 № 395-1 (ред. от 29.12.2014). Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
4. Положение об эмиссии платежных карт и об операциях, совершаемых с их использованием [Электронный ресурс]: Положение № 266-П ЦБ РФ от 24 декабря 2004 года. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».

## **АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ ТОВАРООБОРОТА (ЭКСПОРТА/ИМПОРТА) ПО ЗАБАЙКАЛЬСКОМУ КРАЮ СО СТРАНАМИ АТЭС**

***Тюриков Анатолий Викторович***

*студент 3 курса, факультета Экономики и управления,  
кафедра менеджмента ЗабГУ,  
РФ, г. Чита  
E-mail: [turikovt@gmail.com](mailto:turikovt@gmail.com)*

***Устюгова Юлия Владимировна***

*ассистент кафедры Экономики и бухгалтерского учета ЗабГУ,  
РФ, г. Чита*

Забайкальский край — один из уникальных регионов в Российской Федерации по своему ресурсно-сырьевому потенциалу, наличию выгодной транспортной схемы, интегрированной в мировую систему коммуникаций, исключительно ценным рекреационным ресурсам.

Географическое положение региона предопределило развитие торгово-экономических отношений с Китаем и Монголией, являющимися на протяжении многих лет основными внешнеэкономическими партнерами региона, причем на долю Китая приходится более 90 % товарооборота Забайкальского края.

Основным экспортным продуктом для региона является круглый лес, и объемы его поставок весьма преобладают над другими товарами. Торговля со странами ближнего и дальнего зарубежья существовала всегда, но в свете сложившихся последних политических и экономических событий, в сфере международной торговли произошел сильный дисбаланс, вызванный изменением курса валют вследствие ослабления позиции нашей валюты. Так же, исходя из выдвинутых санкций со стороны ЕС, был полностью пересмотрен весь товарооборот касаясь экспорта и импорта между Россией и странами ЕС, а также странами поддерживающими политику ЕС.

Конечно же, Забайкальский край не исключение и все эти мероприятия сказались на внешней торговле, а следовательно, и на всем товарообороте региона. Напомним, какие страны входят в Азиатско-Тихоокеанское Экономическое Сотрудничество (АТЕС): Австралия, Бруней, Канада, Индонезия,



Япония, Республика Корея, Малайзия, Новая Зеландия, Филиппины, Сингапур, Таиланд, США, Тайвань, Гонконг (КНР), КНР, Мексика, Папуа — Новая Гвинея, Чили, Перу, Россия, Вьетнам.

Теперь проанализируем объемы экспорта и импорта (Таблица 1) по Забайкальскому краю и сравним их с предыдущими периодами. Сравняться поставки будут за период с 2011 по 2014 год. Показателем будет считаться стоимость поставок за год в тыс. долларах США.

**Таблица 1.**  
**(Структура внешнеторгового оборота края со странами АТЭС)**

Страна	2011г		2012г		2013г		2014г	
	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт
Австралия	-	1985,9	-	896,3	-	1924,3	-	79
Бруней	-	-	-	-	-	-	-	-
Вьетнам	-	-	-	-	3581,7	-	5508,5	2,5
Гонконг(КНР)	-	-	-	8,4	18,3	1224,2	-	-
Индонезия	-	-	-	-	-	-	-	-
Канада	-	160,1	-	75,9	-	90,4	-	71,5
КНР	91564,7	514571,3	80847,8	496542,4	62560,0	519664	51521,7	393762,2
Малайзия	-	61,2	-	94,5	-	234,2	-	0,9
Мексика	-	869,1	-	429,9	-	115	-	52,7
Нов. Зеландия	-	-	-	402,9	-	386,4	-	52,5
П.-Новая Гвинея	-	-	-	-	-	-	-	-
Перу	-	-	15914,8	-	-	-	-	-
Респ. Корея	3970,2	-	625,4	-	15300	110,7	15318,6	684,6
Сингапур	-	-	-	7,2	-	-	-	-
США	-	318,6	272,3	821,9	-	414	-	312,3
Тайвань	-	31,8	-	59,1	4296,8	196,5	1139,1	17,6
Таиланд	-	4,9	-	39	-	3,2	-	-
Филиппины	-	3,7	-	11	-	5,1	-	0,5
Чили	-	1,1	-	5,8	-	3,2	-	7,1
Япония	4238,1	45,4	3191,2	78,9	3983,9	143,6	13791,4	244,6
<b>ИТОГО</b>	<b>99773</b>	<b>518053,1</b>	<b>100852,5</b>	<b>499473,2</b>	<b>89740,7</b>	<b>524514,8</b>	<b>87279,3</b>	<b>395288</b>

Проанализировав данную информацию о товарообороте между Забайкальским краем и странами АТЭС наблюдаем такую тенденцию, при условии, что 2011 год будет братья за базовый [1; 2]. Первое что, заметно сразу это то, что Россия за все исследуемые периоды очень зависит от импортного товара, ведь стоимость импортированных товаров в регион порой превышала больше 500 млн. долларов США в год. Цифра очень большая по сравнению с тем сколько денег край получает от экспорта, и сколько регион

тратит на импортные товары. Самым активным торговым партнером для региона является Китай, его поставки в край составляют порядка 90% от всего ввозимого в регион товара и продуктов. Из Китая импортируется огромное количество продуктов сельскохозяйственного сектора, и как показывает практика не самого лучшего качества, но по доступным для населения ценам, что просто ставит в тупик местных производителей.

Что касается экспорта, то самый главный продукт для экспорта это круглый лес, 60—70 % которого поставляются также в Китай, причем в виде так называемого «кругляка», то есть необработанный лес, из которого в дальнейшем делают пиломатериалы. Нужно заметить, что такой вид леса является самым дешевым по сравнению с готовыми материалами (брус, доска и т. д.). А что касается экспорта в другие страны то здесь регион малоуспешен и все что может предложить тут же забирает Китай, так же главную роль играет выгодное для нас географическое расположение Китая, и наличие транспортных путей для торговли.

Теперь проанализируем общую картину поведения экспорта и импорта с 2011 года по 2014 г. Здесь стоит отметить, что импорт по состоянию на 2014 год составляет 87 млн. долларов США, в 2011 году данная цифра была равна 100 млн. долларов США, а экспорт по сравнению с 2011 годом упал на 20 % (с 518 млн. в 2011 г., до 395 млн. в 2014 г.) До 2012 года экспорт из региона держался на уровне, но после начал спадать, и связано это с тем, что произвести большего наш регион не может, ведь промышленность края очень плохо развита.

Чего не скажешь об импорте. С каждым годом стоимость импортных товаров либо находилась на одном уровне с предыдущим периодом либо продолжала расти. Поподробнее остановимся на последнем периоде — 2014 г. Здесь ситуация сложилась несколько иначе. Экспорт из региона остался на прежнем уровне, так как наш главный партнер — Китай, не поддавался на провокации запада против России и отношения остались прежними. А вот импорт в регион весьма изменил свое прежнее состояние. Как отмечалось

ранее, в связи с наложением санкций на РФ со стороны ЕС, торговые отношения были пересмотрены и структура ввозимых товаров изменилась, пример тому импортные Австралийские продукты в виде замороженного и охлажденного мяса крупного рогатого скота и других продуктов животного происхождения, для сравнения, в 2011 году стоимость завезенного в регион товара составила 1 млн. 985 тыс. долларов США, а в 2014 году эта сумма была лишь 79 тыс. долларов США. И таких примеров масса, такое стремительное изменение структуры импорта вызвало стремительное повышение цен. Напомним, страна сильно зависит от импортных продуктов питания и в случае наступления чрезвычайной обстановки государство не сможет обеспечить страну необходимыми продуктами питания, что может вызвать в обществе сильнейшие потрясения. В данном случае возникает вопрос о «продовольственной безопасности страны». Данный момент является одной из самых главных проблем государства, ведь если импортные товары перестанут поступать в том количестве в котором они поступают сейчас, наша собственная продовольственная отрасль не сможет обеспечить потребность населения, тем более в силу того что наше сельское хозяйство, а также вся пищевая промышленность в целом малоразвита цены будут крайне высокими так как отрасль находится в зоне развития.

Одним из решений в данной проблеме может стать развитие всего сельскохозяйственного и пищевого комплекса страны, потому что данная отрасль не в лучшем состоянии. А нужно это для того чтобы в период тяжелых экономических и политических ситуаций страна могла находиться на полном продовольственном самообеспечении и не зависеть от импортных продуктов.

### **Список литературы:**

1. Министерство международного сотрудничества, внешнеэкономических связей и туризма. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://минмсвет.забайкальскийкрай.рф>
2. Таможенная статистика внешней торговли Забайкальского края с 2011 по 2014 г. Сайт Федеральной таможенной службы. Сибирское таможенное управление. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://stu.customs.ru/>

## НАЦИОНАЛЬНАЯ СИСТЕМА ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ

*Чекмарёв Станислав Владимирович*

*студент 4 курса, кафедра экономики и управления ТюмГУ(ИФ),  
РФ, г. Ишим*

*E-mail: [staschekmarev@mail.ru](mailto:staschekmarev@mail.ru)*

НСПК (национальная система платежных карт) — проект, цель которого организовать в Российской Федерации платежную систему. Она должна связывать значительную часть российских банков, которые будут эмитировать банковские карты этой платежной системы [2, с. 53].

В 90-х годах начались первые попытки организовать в Российской Федерации НСПК. Лишь в середине марта 2014 г. России дали сильный толчок санкции США, которые были введены из-за добавления полуострова в северной части Черного моря Крыма к составу России. Впоследствии введений санкций “MasterCard” и “Visa”, платежные системы, перестали оказывать услуги для банков РФ. Многие наши граждане и банки, к сожалению, пострадали и испытывали определенные неудобства в то время. После тех событий становится своевременным сделать НСПК. Важно, чтобы система никаким образом бы не изменялась от состояния международных отношений [3, с. 42].

К одним из первых попыток можно отнести 1992 год, когда начала эксплуатироваться национальная система расчетов между банками “STB Card”.

Спустя один год некоторое количество банков, а так же частных лиц, запустили систему платежей «Юнион Кард». Этот год был довольно насыщенным на выпуски платежных систем. В «Юнион Кард» на закате XX века вошли порядка 457 банков, выпустивших около 3 миллионов платежных карт. Вдобавок в 1993 году «Сбербанк России» запустил систему под названием «СБЕРКАРТ». Она к 2010 г. связала 22 банка.

Разнохарактерность локальных платежных систем пластиковых карт неоднократно доставляла людям проблемы. Каждая карта система работала только со своими картами.

Нельзя не отметить, что в 1993 г. в Новосибирском Академгородке начала использоваться платежная система. Она называется «Золотая Корона». Корона выпустила около 8 млн. карт и объединила в себе 87 банков.

Инфраструктура “MasterCard” и “Visa” в России была более развитой, чем инфраструктура локальных платежных систем.

В 1994 г. создается комитет по развитию платежных систем. Главная задача его заключалась в том, чтобы находить недочеты в системе расчетов между банками, а после, существенно влиять на их исправление. Также совет занимался вопросами касаясь рынка банковских пластиковых карт в Москве.

Изучения мирового опыта развития платежных систем пластиковых карт показало, что в РФ существует возможность, используя опыт других стран, избежать долгого строя НСПК. Нужно только объединить усилия банков [1, с. 27].

Чуть позже при ЦБ РФ в составе Международного координационного комитета по вопросам организации платежных систем основывается рабочая группа по новым инструментам платежа. Московское ГТУ Банка России было перенесено в состав группы. Она насчитывала в своей структуре порядка 20 специалистов разного рода.

Главные цели Рабочей группы разделились на два направления:

1. НСПК России.
2. Правовое регулирование со стороны Банка России платежных карт.

Идея организации проекта НСПК впервые публично прозвучало на конференции банка «ОПТИМА», которая прошла в 1995 г.

В 1996 г. группа подходит к стадии организации пилотного проекта НСПК. Благодаря анализу экспертов Международного валютного фонда для воплощения проекта в жизнь было необходимо финансирование в размере 5 млн. долларов США.

В начале XXI века принимаются законы, чтобы создать нормативную базу для национальной системы платежных карт.

Следующей проблемой для развития НСПК стали банки. Они не могли достигнуть договоренности о том, кто же всё-таки будет зарабатывать

на проекте. Тем временем на российском рынке крепко закрепили свое лидерство платежные системы “MasterCard” и “Visa”. Появлялись группы банков-партнеров. В состав «ОПС» входит около 100 банков.

В 2010 г. разрабатывается ФЗ, в котором планировалось организовать НСПК в России и препятствовать обработке российских денежных операций с помощью банковских карт за рубежом. Когда закон издали о запрете транзакций за рубежом ничего не было сказано. Этому повлияли американские компании, которые могли бы потерять очень прибыльный для них рынок.

В 2011 г. создается платежная система под названием «ПРО100». В планах было выдать всем гражданам РФ электронные карты этой системы, благодаря чему «ПРО100» стала бы НСПК. Но многие технические и организационные задачи не были решены, из-за чего система так и не стала национальной.

Сегодня же национальная система платежных карт обрабатывает первые транзакции. Процессинговый центр проводит платежи между российскими компаниями и частными лицами. Первые пять банков накануне совершили расчеты по внутрироссийским операциям с картами системы “MasterCard”. Подключение остальных участников финансового сектора должно завершиться к 31 марта.

Сначала главными номинантами на эксплуатацию их технологий в плане основы НСПК являлся продукт Сбербанка «Универсальная электронная карта» и платежная система из Новосибирска «Золотая корона». Но комиссия экспертов при центральном банке Российской Федерации постановила, что необходимо строить технологическую платформу национальной системы платежных карт с чистого листа.

Для перехода на НСПК банкам потребуется вносить некоторые изменения. Например, обеспечить маршрутизацию по российским транзакциям.

В планах у НСПК заключить коммерческие договоры с такими большими компаниями как: “Visa”, “MasterCard”, “Union Pay”, “American Express”.

Так же в планах у НСПК выйти на операционную окупаемость и стать прибыльным к середине 2015 г.

«Газпромбанк» строит свои отношения с национальной системой платежных карт в соответствии с ФЗ и указаниями с банком РФ. Он намерен

с 1 апреля получать услуги операционного и платежного центра национальной системы платежных карт в соответствии с правилами оказания операционных услуг и услуг платежного клиринга.

Крупнейший банк России «Сбербанк» уже подписал и отправил в ЦБ дополнительное соглашение к договору банковского счета, которое позволяет проводить расчеты с картами. Через НСПК будут обрабатываться только те платежи, где получатель и отправитель средств являются российскими юридическими или физическими лицами. Если же один из контрагентов иностранец, то процессинг не изменится. Ими будет заниматься зарубежные центры платежных систем. Перевод транзакций на национальную форму должен снизить риски со стороны контрагентов и обеспечить бесперебойность работы платежной системы.

Перестройка процессинга по операциям внутри России «Visa» и «MasterCard» на территорию государства РФ будет немало значимым условием их признания в НСПК. Это сделает их свободными от уплаты обеспечительного взноса, который установил ЦБ.

В конце декабря «МастерКард» и НСПК заключили договор о переводе процессинга на территорию РФ. Это позволит «МастерКард» не платить с ЦБ обеспечительный взнос, который требуется по закону о национальной платежной системе.

«Российская экономика, как и любая другая, подвержена цикличности. Мы были свидетелями того, что российские банки из-за кризисов становились банкротами, а сегодня мы видим в России здоровую финансовую систему», — отметил президент MasterCard Europe Хавьер Перес.

«Visa», международная платежная система, в скором времени примет договор о переводе транзакций внутри России на процессинг НСПК.

### **Список литературы:**

1. Дробозина. Финансы. Денежное обращение. Кредит. М.: Финансы и Статистика, 2011.
2. Лилеев Д. Пластиковые деньги /Деловые люди, № 10, 2012.
3. Цуприков С. «Микропроцессорные платежные карточки направления развития» /Банковские системы, № 31, 2012.

## **МОДЕЛИРОВАНИЕ МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ПРИ CES ПРЕДПОЧТЕНИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

***Чернова Надежда Дмитриевна***

*студент 2 курса магистратуры, кафедра прикладной математики,  
Финансовый университет при Правительстве РФ,  
РФ, г. Москва  
E-mail: [nadezda.ch.91@gmail.com](mailto:nadezda.ch.91@gmail.com)*

***Шаповал Александр Борисович***

*научный руководитель, д-р физ.-мат. наук, профессор, кафедра прикладной  
математики, Финансовый университет при Правительстве РФ,  
РФ, г. Москва*

На протяжении достаточно долгого периода времени центральное место в теории международной торговли принадлежало моделям международной конкуренции и специализации [1, с. 45]. Эти модели применимы в тех случаях, когда встречные потоки товаров между двумя торгующими странами существенно различаются по своему составу, то есть представляют собой продукцию разных отраслей. Такой тип торговли можно назвать межотраслевым. Основной задачей таких моделей было объяснить выгоду, направление торговли и ее международную специализацию.

Однако в 60—70-х гг. XX столетия начали проявляться черты внутриотраслевой торговли [1, с. 45]. Страны стали обмениваться товарами, представляющими одну отрасль: например, автомобилями, бытовой техникой, продуктами питания и проч. Также характерной чертой современной торговли является наличие множества разновидностей, брендов одних и тех же товаров, выпускаемых множеством фирм. Этому способствуют гигантские супер- и гипермаркеты, вмещающие огромное количество товаров. Основными сетями этих магазинов владеют мультинациональные компании (МНК), что способствует тому, что часто в разных странах предлагаются для продажи одни и те же наборы брендов, и огромные потоки схожих товаров перемещаются между странами [1, с. 45].



Внутриотраслевая торговля, в отличие от межотраслевой, основана на сходстве торгующих стран (сходство уровней развития, предпочтений потребителей, технологий). В связи с этим в конце 1970-х гг. Авинашем Дикситом и Джозефом Стиглицем была разработана модель монополистической конкуренции, в основу которой легла теория монополистической конкуренции Чемберлина. В настоящее время теория Диксита-Стиглица является составной частью макроэкономики и смежных научных областей [3, с. 2].

На основе модели Диксита-Стиглица была разработана теория о предпочтениях потребителей при постоянной взаимозаменяемости товаров. Проблема CES-предпочтений изучалась многими специалистами (Комбс, Майер, Тисс, 2008; Жеболодько, Коковин, Тисс, 2010). Однако эта теория была развита дальше и была введена модель с неопределенными макроэкономическими переменными (Шаповал, Гончаренко, 2013).

Рассмотрим основные положения теории Диксита-Стиглица. Согласно ей, экономика состоит из двух секторов: сельскохозяйственного и промышленного. В сельскохозяйственном секторе однородные товары производятся при постоянной прибыли и продаются на совершенноконкурентном рынке. В промышленном же секторе фирмы производят дифференцированные товары при увеличивающихся доходах и продают его на рынке монополистической конкуренции.

В экономике существует  $L$  потребителей с одинаковыми предпочтениями. Эти предпочтения соответствуют функции полезности Кобба-Дугласа:

$$U = CM^\mu A^{1-\mu}, 0 < \mu < 1 \quad (1)$$

где:  $A$  — количество сельскохозяйственного товара;

$C$  — это константа, выбранная таким образом, что коэффициент косвенной полезности нормирован к 1;

$M$  — количество совокупного дифференцированного товара промышленного производства и может быть выражена через CES-индекс

$$M = \left( \sum_{i=1}^n q_i^\rho \right)^{1/\rho}, \quad 0 < \rho < 1 \quad [2, \text{с. 55}]. \quad (2)$$

В формуле (2) используются следующие обозначения:

$q_i$  — количество потребляемого товара вида  $i$ ;

$n$  — общее количество имеющихся видов товара;

$\rho$  — параметр, обозначающий величину, обратную к степени дифференциации видов товара.

Определим, какую часть своих средств они тратят на промтовары и сельскохозяйственные товары. Для этого необходимо решить систему вида:

$$\begin{cases} CM^\mu A^{1-\mu} \rightarrow \max \\ PM + p_a A \leq y \end{cases}, \quad \mu \in (0,1) \quad (3)$$

Для определения количества потребляемого товара, то есть спроса на него, при заданной величине расходов  $E$  потребителя следует решать задачу

$$\begin{cases} M = \left( \sum_{i=1}^n q_i^{(\sigma-1)/\sigma} \right)^{\sigma/(\sigma-1)} \rightarrow \max \\ \sum_{j=1}^n p_j q_j \leq E \end{cases} \quad (4)$$

Решением данной задачи будет являться

$$q_i = \frac{p_i^{-\sigma}}{\sum_{j=1}^n p_j^{-(\sigma-1)}} E, \quad i = \overline{1, n} \quad (5)$$

Выражение (5) представляет собой функцию совокупного спроса на товар вида  $i$ . Данное уравнение показывает, что если одна из фирм установит цену выше, чем у конкурентов, то это приведет к уменьшению потребления соответствующего товара, но так как потребители предпочитают потреблять различные товары, то спрос на данный вид товара останется положительным.

Также это выражение обозначает, что добавление нового вида товара увеличивает знаменатель, что в свою очередь ведет к снижению потребления уже имеющихся видов товара до тех пор, пока цены остаются неизменными.

Помимо потребителей в модели рассматриваются также и фирмы. В сельскохозяйственном секторе используется только неквалифицированная рабочая сила. Предположим, что существует совершенная конкуренция и постоянная прибыль, таким образом, цена сельскохозяйственного товара  $p_a$  равна предельным издержкам, которые в свою очередь равны производству предельной рабочей силы и заработной платы в сельскохозяйственном секторе:

$p_a = m_a w_a$ . Предположим, что один работник производит один товар, поэтому  $m_a = 1$ . Следовательно, цена этого товара равна заработной плате неквалифицированных рабочих. Поскольку сельскохозяйственные товары являются единицей исчисления, то  $p_a = w_a = 1$ .

Каждая фирма продает только один вид товара, при этом не существует двух фирм, продающих одинаковые товары, что привело бы к ценовой конкуренции. Следовательно,  $n$  видов промышленных товаров продаются  $n$  различными фирмами. Таким образом, можно определить количество видов товара как количество фирм. Технологии производства одинаковы везде и для всех товаров, здесь нет сравнительных преимуществ.

Задача фирмы состоит в максимизации своей прибыли

$$\pi_i = p_i q_i - C(q_i) = (p_i - mw)q_i - fw, \quad (6)$$

где спрос  $q_i$  задан функцией  $q_i = p_i^{-\sigma} P^{\sigma-1} E$  [2, с. 63].

Решив задачу фирмы можно найти оптимальное количество товара  $q^*$ , выпускаемое каждой фирмой, а также равновесную цену на товары фирм  $p^*$ :

$$q^* = \frac{fw(\sigma - 1)}{mw} = \frac{f(\sigma - 1)}{m}, \quad (7)$$

$$p^* = \frac{\sigma}{\sigma - 1} mw. \quad (8)$$

Поскольку фирма использует квалифицированную рабочую силу в количестве  $l^* = f + mq^* = f\sigma$ , то количество фирм  $n^*$  можно определить из условия полной занятости:

$$n^* = \frac{L}{\sigma f}. \quad (9)$$

$n^*$  не обязательно может являться целым числом. Поэтому значение  $n^*$  берется как наибольшее целое число меньше и равное  $n^*$ . Увеличение экономики не отражается на размере фирм, но на уровне рынка есть скалярный эффект: чем больше увеличение количества работников (потребителей)  $L$ , тем сильнее увеличение количества фирм и, следовательно, количества видов товара. До тех пор, пока постоянные издержки превосходят 0, количество фирм и разновидностей товара конечно.

Равновесная зарплата работников выражается как

$$w^* = \frac{\mu}{1 - \mu} \frac{L_a}{L}. \quad (10)$$

Итак, можно сделать вывод, что равновесие на рынке монополистической конкуренции задается четырьмя выражениями параметрами:  $q^*$ ,  $p^*$ ,  $n^*$ ,  $w^*$ .

Как уже известно, размеры фирм в отрасли достаточно малы по отношению к рынку в целом, поэтому каждая из них считает, что ее решение относительно цены товара никак не отразится на рыночной ситуации. Однако это не верно, поскольку цена товара влияет на индекс цены, который в свою очередь связан со спросом на товар. Фирма не осведомлена о спросе на ее товар, то есть она воспринимает его как случайную величину  $q\zeta$ ,  $q$  — это оптимальный спрос на товары, а  $\zeta$  является случайной величиной с законом распределения  $F(z)$ . Допустим, что случайная величина имеет равномерное распределение, где  $E(z) = 1$ ,  $\sigma_z = \sigma$ . Далее будет показано, как введенный

в модель параметр неопределенности повлияет на поведение потребителей и фирм в экономике.

Оптимальный спрос на товары  $q(x)$  определяется путем решения задачи потребителя (подразумевается, что фирм бесконечное количество):

$$\begin{cases} U = M^\alpha A^{1-\alpha} \rightarrow \max \\ \int_N p(x)q(x)dx + p_A A \leq Y, \end{cases} \quad (11)$$

где  $M$  имеет вид

$$M = \left( \int_N (q(x))^\gamma dx \right)^{1/\gamma}, \quad (12)$$

$$q(x) = \alpha Y \frac{P^{\gamma/(1-\gamma)}}{(p(x))^{1/(1-\gamma)}}. \quad (13)$$

Поскольку спрос на товар зависит от его цены, то фирма должна оптимизировать цену товара. Могут иметь место две ситуации: спрос превышает предложение и предложение превышает спрос. Первая из них может произойти с вероятностью  $P(s < q\zeta) = (1 - F(s/q))$ . Вторая — с вероятностью  $P(s > q\zeta) = dF(z)$  для любого значения  $\zeta = z$ . Учитывая все вышесказанное, можно записать выражение для математического ожидания прибыли фирмы, которую она собирается максимизировать:

$$\begin{aligned} \pi(x) = & (p(x) - w(x))s(x)(1 - F(s(x)/q(x))) + \\ & + \int_{-\infty}^{s(x)/q(x)} (p(x)q(x)z - w(x)s(x))f(z)dz - \varphi w(x), \end{aligned} \quad (14)$$

где  $\varphi w(x)$  — это постоянные издержки. После замены переменных  $t = s/q$  выражение (14) примет вид:

$$\pi(x) = (p(x) - w(x))t(x)q(x) - p(x)q(x) \int_{-\infty}^{t(x)} F(z)dz - \varphi w(x) \rightarrow \max . \quad (15)$$

Решением данной задачи будет являться выражение

$$t = (2\sqrt{3}\sigma + 2) \frac{\gamma - 1}{\gamma - 2} . \quad (16)$$

Из условия свободного входа на рынок

$$\pi(x) = (p(x) - w(x))t(x)q(x) - p(x)q(x) \int_{-\infty}^{t(x)} F(z)dz - \varphi w(x) = 0 \quad (17)$$

можно определить равновесный спрос на товары  $q^*$ , цену товаров  $p^*$  и зарплату работников  $w^*$ :

$$q = \frac{\varphi\gamma}{1 - \gamma} \frac{1}{t} , \quad (18)$$

$$p = \frac{L_a}{L} \frac{\alpha t / \gamma}{1 - \alpha \tilde{F}_c(t)} , \quad (19)$$

$$w = \frac{L_a}{L} \frac{\alpha \tilde{F}_c(t)}{1 - \alpha \tilde{F}_c(t)} , \quad (20)$$

где

$$\tilde{F}_c(t) = \frac{(\sqrt{3}\sigma + 1)^2}{\sqrt{3}\sigma} \frac{1 - \gamma}{\gamma(2 - \gamma)^2} . \quad (21)$$

Для определения оптимального количества фирм в отрасли будем использовать уравнение баланса денег:

$$\int_0^N (s(x) + \varphi) dx = L . \quad (22)$$

Принимая во внимание (18) и факт, что  $s = tq$ , получим:

$$N = \frac{L(1-\gamma)}{\varphi}. \quad (23)$$

Решение задачи потребителя является средним значением спроса на товар фирмы  $i$ . Но каким же образом влияет изменение неопределенности на спрос? При увеличении неопределенности спрос на товар уменьшается вследствие того, что спрос имеет обратную зависимость от решения задачи фирмы  $t$ , где  $t$  имеет прямую зависимость от  $\sigma$ . Зависимость цены товара и зарплаты сотрудников предприятий отрасли от неопределенности имеют одинаковый характер: убывание при  $0 < \sigma < 1$  и возрастание при  $\sigma \geq 1$ , однако заработная плата при этом растет быстрее цены товара. Как было выяснено в процессе исследования, значение  $\sigma$  никаким образом не влияет на предложение и количество фирм в отрасли. В принципе, это объяснимо: предложение контролируется фирмой, потому что она его и создает.

Выражаю благодарность моему научному руководителю профессору Шаповалу А.Б. за помощь в написании статьи.

### **Список литературы:**

1. Матвеев В.Д. Модель монополистической конкуренции Диксита-Стиглица: межстрановая версия / Экономическая школа. Альманах, том 7, 2011. Международная экономика / отв. ред. А.П. Киреев, В.Д. Матвеев. СПб.: «Экономическая школа» ГУ ВШЭ, 2011. — стр. 45—56.
2. Combes P.-P., Mayer T., Thisse J.-F. Economic Geography The Integration of Regions and Nations. Princeton University Press, 2008. — 399 с.
3. Zhelobodko E., Kokovin S., Thisse J.-F. Monopolistic Competition: Beyond the CES, PSE Working Papers halshs-00566431, 2010. — 40 с.

## **НДФЛ: ЛЬГОТЫ И ВЫЧЕТЫ**

***Штук Екатерина Александровна***

*студент 3 курса, кафедра мировой экономики и налогообложения ТГУ,  
РФ, г. Томск  
E-mail: [ekaterinashtuk@gmail.ru](mailto:ekaterinashtuk@gmail.ru)*

***Рюмина Юлия Александровна***

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент ТГУ,  
РФ, г. Томск*

Говоря о значимости налога на доходы физических лиц, как в экономической, так и социальной политике государства, стоит отметить, что любой налог, в том числе и НДФЛ, выполняет не только фискальную, но и регулируемую функцию. В рамках регулирующей функции возникновение подоходного налогообложения обусловлено рядом условий. Во-первых, только при достаточно высоком уровне экономического развития, обуславливающим соответствующие доходы, а также с увеличением числа больших доходов возникают условия для введения подоходного налогообложения [1]. Во-вторых, лишь с середины XIX в. налогоплательщики начали связывать уплату налога с осуществлением своего гражданского долга. Это произошло за счет увеличения налоговой культуры населения, а также увеличения доли государственных расходов на социальные нужды [2].

Подоходное налогообложение в наше время играет огромную роль в налоговых системах многих стран. Именно такие поступления составляют основную доходную часть бюджетов большинства государств. На современном этапе развития экономики, и в частности налоговой системы, налог на доходы физических лиц выступает не только элементом фискальной политики, но и важным инструментом макроэкономической политики государства. Более того, налог на доходы физических лиц является своего рода индикатором состояния экономики. Доля НДФЛ в государственном бюджете напрямую связана с экономической ситуацией в стране.

С помощью НДФЛ государство способно реализовывать грамотную социальную политику за счет регулирования ставок и предоставления нало-



говых льгот. То есть, подоходное налогообложение должно применяться таким образом, чтобы не только обеспечить казну достаточным количеством финансовых средств, но и содействовать решению социально-экономических проблем в обществе.

Необходимо учитывать особенности рыночной экономики для того, чтобы подоходное налогообложение было максимально эффективным на разных стадиях экономического цикла. Для изменений в лучшую сторону стоит обратиться к опыту зарубежных стран, в которых система подоходного налогообложения реализуется с максимальной эффективностью, как для бюджета, так и для каждого отдельного гражданина.

В настоящее время во многих развитых зарубежных странах существует тенденция к применению прогрессивной ставки налога на доходы физических лиц. Такая система налогообложения, характерная для развитых стран, позволяет не только пополнять доходы государственной казны, но и выравнивать уровень социального расслоения.

Например, в центральной стране Европейского союза, Германии, такая система зарекомендовала себя с положительной стороны. В стране довольно высокий уровень жизни населения и развития экономики в целом. Стоит добавить, что система подоходного налогообложения в Германии достаточно гибкая, что позволяет подстраиваться под каждую группу населения с помощью различных налоговых вычетов и льгот. Это, в свою очередь, способствует максимальному притоку средств в бюджет.

Теперь рассмотрим Китай. Данное государство является крупнейшей страной Юго-Восточной Азии с самой большой численностью населения. Более того, Китай зарекомендовал себя с позиции сильной державы, которая с каждым годом все больше наращивает темпы экономического роста. В этой стране также с успехом применяется прогрессивное подоходное налогообложение. Более того, поступления от разных источников облагаются по разным процентным ставкам. Например, доходы от предпринимательской деятельности и доходы с продукции семейных хозяйств в зависимости от размера облагаются

по ставкам от 5 до 35 %. Налогообложение заработной платы рабочих и служащих происходит таким образом: сумма ежемесячного дохода минус твердая сумма расходов (800 юаней) с дальнейшим обложением налогом по 9-ступенчатой прогрессивной шкале налоговых ставок.

Что касается Российской Федерации, то вопрос о введении прогрессивного налогообложения обсуждается довольно часто, но введение его в действие в настоящее время не может быть осуществлено по ряду объективных причин. Основная из них — тяжелая и нестабильная экономическая ситуация в стране. В сложившихся обстоятельствах любые коренные изменения будут восприняты враждебно. В долгосрочной перспективе прогрессивное налогообложение может быть использовано исключительно с учетом детального анализа и подготовки, иначе это может привести к уходу налогов в тень и увеличению социальной дифференциации населения [3].

Важной составляющей подоходного налогообложения является применение налоговых вычетов и льгот. Именно с помощью этих инструментов государство может эффективно распределять налоговую нагрузку между различными группами населения, что в свою очередь, снижает уровень социальной дифференциации. Несмотря на большое разнообразие налоговых вычетов и льгот, существует целый ряд проблем, отражающихся на эффективности применения данных инструментов не только для государства, но и для отдельных граждан в частности.

В нашей стране в последнее время существует тенденция к выделению социальной функции налогообложения как основной. Ведь именно НДФЛ выступает одним из показателей социальной справедливости в обществе. Исходя из этого, подоходное налогообложение постоянно изменяется, размеры льгот и вычетов увеличиваются. Например, в 2011 г общая сумма налоговых вычетов составила 324,7 млрд. руб. Несмотря на столь внушительную сумму, вычеты не могут оказывать существенного снижения налоговой нагрузки на отдельную семью. На практике социальные и налоговые вычеты имеют существенное значение лишь для обеспеченных групп населения [4].

В ст. 218 НК РФ представлены все группы населения, имеющие право на получение вычетов, а также размеры этих вычетов. На первый взгляд видно, что все нуждающиеся группы населения могут воспользоваться своими правами и получить положенный им вычет. Но, важным моментом является то, что вычеты не уменьшают итоговую сумму для уплаты, а лишь снижают размер налоговой базы. Что в свою очередь не оказывает заметного снижения общей суммы налога, предназначенной для зачисления в бюджет. Более того, проблемы с получением необходимых документов и недостаточная информированность населения о своих правах также лишают многих граждан положенных им льгот.

Рассмотрим конкретную жизненную ситуацию. Работник организации Иванов участвовал в боевых действиях на территории Республики Афганистан. Ежемесячный оклад Иванова составляет 30 000 руб. Ему предоставляется стандартный налоговый вычет в размере 500 руб. Без учета вычета ежемесячный платеж составил бы  $30\,000 \cdot 13\% = 3900$ . С учетом вычета  $(30\,000 - 500) \cdot 13\% = 3250$ . Получаем  $3900 - 3250 = 650$ . Таким образом, Иванов может сэкономить лишь 650 руб. Такая сумма не может существенно повлиять на ежемесячные расходы одного человека.

Показанный пример наглядно иллюстрирует неэффективность существующей системы налоговых вычетов. Необходимо реформирование налоговой системы, чтобы все социальные инструменты приносили реальную помощь отдельным гражданам и одновременно максимизировали поступления в бюджет. Такая сложная задача должна решаться путем проведения тщательного анализа настоящей ситуации в сфере налогообложения и экономики в целом. Стоит обратиться к многолетнему опыту наиболее развитых зарубежных стран в сфере налогообложения. Такой детальный анализ в совокупности с реальной оценкой нынешнего состояния российской экономики и, в частности, системы налогообложения сможет дать положительный результат. Важно, чтобы все коренные изменения включались в жизнь страны постепенно.

Только таким образом можно достигнуть долговременного положительного результата и одобрения всеми гражданами государства.

### **Список литературы:**

1. Гензель П.П. Прямые налоги. Очерк теории и практики. Л.: Финансовое издательство НКФ СССР, 1927.
2. Улыбина Л.В. Экономическое содержание подоходного налогообложения // Вестник Российского института кооперации. — 2014. — № 15. — С. 31.
3. Назаров В. 5 доводов против введения прогрессивного подоходного налога / Forbes. — 2011. — [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://http://www.forbes.ru> (дата обращения: 15.12.2014).
4. Юрченкова Н.В. Налоговые вычеты по НДФЛ как элемент социализации налоговой политики / Известия Тульского Государственного Университета. — 2013. — № 4-1. — С. 60.

*ДЛЯ ЗАМЕТОК*

**НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ.  
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ**

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

№ 3 (30)  
Март 2015 г.

В авторской редакции

Издательство «СибАК»  
630099, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 16, офис 807.  
E-mail: mail@sibac.info



**СибАК**  
[www.sibac.info](http://www.sibac.info)