

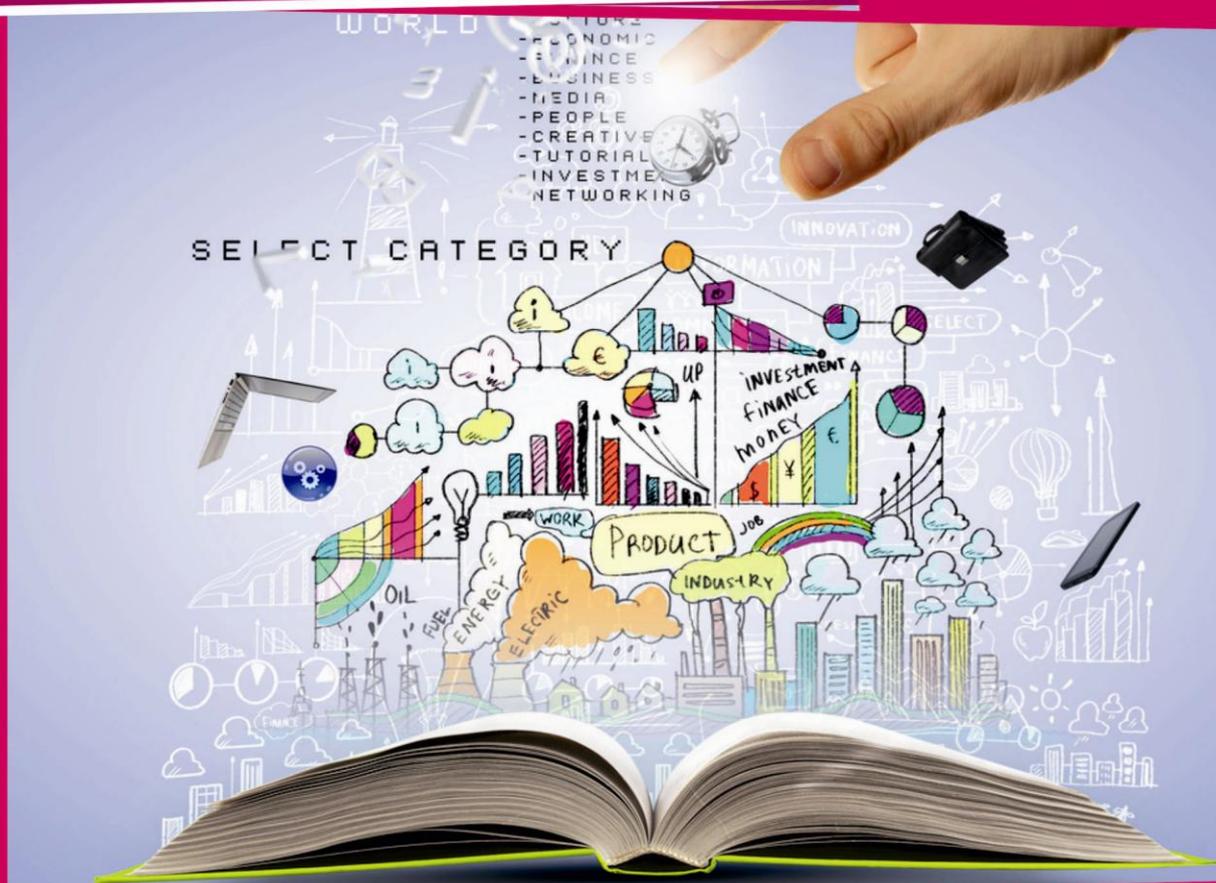


СибАК
www.sibac.info

ISSN 2310-4082

XXIV СТУДЕНЧЕСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

№ 9 (24)



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

г. НОВОСИБИРСК, 2014



НАУЧНОЕ СООБЩЕСТВО СТУДЕНТОВ XXI СТОЛЕТИЯ. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

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

№ 9 (24)
Сентябрь 2014 г.

Издается с октября 2012 года

Новосибирск
2014

УДК 33.07
ББК 65.050
НЗ4

Председатель редколлегии:

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

Редакционная коллегия:

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

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

Электронный сборник статей по материалам XXIV студенческой международной научно-практической конференции. — Новосибирск: Изд. «СибАК». — 2014. — № 9 (24)/ [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: [http://www.sibac.info/archive/economy/9\(24\).pdf](http://www.sibac.info/archive/economy/9(24).pdf)

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

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

ББК 65.050

Оглавление

Секция 1. Менеджмент	5
ИНТЕГРАЦИЯ КОНТРАГЕНТОВ ЦЕПИ ПОСТАВОК КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕТОД СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАКАЗА КЛИЕНТА НА ПРИМЕРЕ КРУПНОГО АВТОМОБИЛЬНОГО КОНЦЕРНА Марков Илья Андреевич Хрущева Ольга Валентиновна	5
Секция 2. Регионоведение	16
АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ Кательницкая Екатерина Владимировна Шевченко Инна Константиновна	16
Секция 3. Реклама и PR	24
ОЦЕНКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ СТРАХОВОГО ПРОДУКТА ЮУРФ ОАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ»: ДМС «СТОП - КЛЕЩ» Шпак Валентина Любомировна Кузнецова Нина Владимировна	24
Секция 4. Экономика	35
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ЗАКЛЮЧЕНИЯ КОНТРАКТОВ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК Авагимян Елена Владимировна Ярошенко Елена Александровна	35
ЧТО ОПРЕДЕЛЯЕТ ВЫБОР ЖЕНЩИНЫ В ОТНОШЕНИИ РОЖДЕНИЯ РЕБЕНКА? Астафьева Анна Михайловна Марковская Елизавета Игоревна	40
ОСОБЕННОСТИ ИПОТЕЧНОГО СТРАХОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ Брынзина Дарья Владимировна, Бутяева Светлана Асхатовна Матинова Файруза Валитовна	40
ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА НА СОВРЕМЕННУЮ ЭКОНОМИКУ Кибардин Михаил Геннадьевич Горбач Светлана Михайловна	56

ВЕДУЩИЕ РЕЙТИНГОВЫЕ АГЕНТСТВА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПРИТОК ИНВЕСТИЦИЙ В РОССИЮ Коваценко Виктор Владиславович Лукашевич Виктор Владимирович	61
МУРОМЦЕВСКИЙ РАЙОН, КАК ОДНА ИЗ ТЕРРИТОРИЙ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ Расщупкин Кирилл Маевский Дмитрий Павлович	67
ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В РОССИИ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО РАЗВИТИЯ Саенко Юлия Вячеславовна Казанский Александр Вячеславович	72
АНАЛИЗ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ Фомина Мария Сергеевна Лаврухина Наталья Викторовна	77
К ВОПРОСУ О МУНИЦИПАЛЬНОМ ФИНАНСОВОМ КОНТРОЛЕ Чернышева Екатерина Николаевна Фирсова Марина Александровна	85

СЕКЦИЯ 1.

МЕНЕДЖМЕНТ

ИНТЕГРАЦИЯ КОНТРАГЕНТОВ ЦЕПИ ПОСТАВОК КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕТОД СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА ВЫПОЛНЕНИЯ ЗАКАЗА КЛИЕНТА НА ПРИМЕРЕ КРУПНОГО АВТОМОБИЛЬНОГО КОНЦЕРНА

Марков Илья Андреевич

*магистрант, факультет логистики, НИУ ВШЭ,
РФ, г. Москва*

E-mail: marrkkoff@yandex.ru

Хрущева Ольга Валентиновна

*научный руководитель, старший преподаватель, факультет логистики
кафедра управления цепями поставок, НИУ ВШЭ,
РФ, г. Москва*

Сегодняшнее разнообразие проблем, с которыми сталкиваются корпорации, настолько велико, что очень сложно подобрать для всех них общий ключ решения. В современной литературе по логистике и управлению цепями поставок большое внимание уделяется такому понятию как бизнес-процессы, их моделированию и совершенствованию. Однако, как правило, большинство авторов описывают бизнес-процессы только в теоретических аспектах, не уделяя должного внимания тому, как это работает на практике. В результате этого, очень часто они предлагают очень сложные решения проблем, которые абсолютно не подходят компаниям, и забывают об элементарных вещах таких, как интеграция контрагентов в цепи поставок.

В текущей статье будет произведен анализ на основе деятельности департамента дорожно-строительной техники такого автомобильного концерна, как ЗАО «Вольво Восток» (компания является российским представительством крупнейшей международной компании “Volvo Group”).

На сегодняшний день рынок дорожно-строительной техники развивается и характеризуется высоким уровнем конкуренции, поэтому компании,

функционирующие в данной отрасли, включаются в борьбу абсолютно за каждого клиента. Вследствие дороговизны каждой единицы товара потеря постоянного покупателя может привести к значительному снижению выручки и себестоимости реализованной продукции, а это в результате может негативно отразиться на чистой прибыли компании. Поэтому в таких условиях наиболее интересно изучить опыт организации, которая является одним из лидеров в своей отрасли и пытается различными способами удержать свои конкурентные преимущества. Для этого им необходимо постоянно изучать и совершенствовать свои бизнес-процессы. Совершенствование бизнес-процессов является важной составляющей любой компании, поскольку это позволяет им оставаться конкурентоспособными на рынке, а также помогает повышать уровень обслуживания клиентов.

Таким образом, в данной статье будет произведено исследование, которое покажет, насколько эффективно интеграция контрагентов цепи поставок может влиять на бизнес-процессы компании.

Компания ЗАО «Вольво Восток» имеет слаборазвитый уровень логистического сервиса. Это доказывает таблица 1, в которой уровень логистического сервиса представлен через составляющие «совершенного заказа». Низкий показатель «совершенный заказ» напрямую связан со слабым функционированием такого бизнес-процесса, как выполнение заказа клиента. Поэтому для того, чтобы добиться эффективного функционирования всех бизнес-процессов, компании необходимо функционировать ключевой, который был назван выше. Основные проблемные зоны цепи поставок компании «Вольво Восток», требующие улучшения, охарактеризованы частыми сбоями и задержками во времени. К данным «узким местам» цепи поставок отнесены процесс документооборота и таможенной очистки, а эти процессы, в свою очередь, требуют совершенствования ключевого бизнес-процесса выполнения заказа клиента.

Таблица 1.

**Уровень логистического сервиса через составляющие
«Совершенного заказа»**

Ключевой показатель	Ед. измер.	Фактич. значение	Целевое значение
Доставка точно в срок	%	75	99
Сохранность груза	%	93	99
Доля груза надлежащего качества/состояния	%	95,5	99
Доля доставленной продукции, с правильно оформленной документацией	%	90	99
«Совершенный заказ»	%	59,95	99

Для улучшения ряда выявленных проблем необходимо максимальным образом интегрировать контрагентов в рассматриваемой цепи поставок с целью сокращения времени выполнения заказа, повышения скорости документооборота, более быстрого прохождения таможенной очистки, повышения качества логистического сервиса и, следовательно, сокращения затрат. Наиболее максимальной интеграции всех участников цепи поставок можно добиться путем внедрения единой информационной системы, которая позволит решить текущие проблемы.

Данное исследование будет состоять из двух частей: первая будет представлять теоретические аспекты, а вторая будет отражать непосредственно практическое применение изученной теории. В свою очередь теоретическая составляющая даст понимание того, что такое бизнес-процесс и какие методологии позволяют осуществлять моделирование и совершенствование бизнес-процессов. Кроме этого, будет также представлен качественный анализ ряда информационных систем и наиболее подходящий в будущем будет применен для решения наших проблем.

Методические основы моделирования и совершенствования бизнес-процессов

В логистике существует два вида декомпозиции ЛС: объектная и процессная. Объектная представляет собой декомпозицию ЛС

на структурные подразделения: подсистемы, элементы, звенья, каналы, цепи. На основе объектной декомпозиции предприятие может определить структуру логистической сети, канала, цепи применительно к проблеме формирования цепи поставок [5, с. 26].

Бизнес, построенный на процессной декомпозиции ЛС, позволяет компании решать ряд ключевых задач логистики — от сокращения затрат и времени и оптимизации использования ресурсов до достижения стратегического соответствия требованиям потребителей определенного сегмента рынка. Моделируя основные бизнес-процессы в информационной системе, осуществляя контроль над ними и проводя своевременное совершенствование, любая организация может гораздо точнее описывать каждое свое действие, находить «узкие места» в своей деятельности и мгновенно реагировать на изменения как внешней, так и внутренней среды [5, с. 29].

В современной зарубежной и отечественной литературе авторы выделяют множество методов, которые предназначены для генерации задач совершенствования бизнес-процессов. Одним из наиболее эффективных методов разрешения поставленных в первой главе проблем (повышения уровня логистического сервиса и сокращения времени выполнения заказа) является моделирование и совершенствование бизнес-процессов компании.

Важной задачей стратегического планирования логистики является этап определения ключевых бизнес-процессов компании. «Идентификация бизнес-процесса» является начальным этапом в алгоритме их моделирования и совершенствования. Процедура моделирования и совершенствования бизнес-процесса представлена ниже (рис. 1) [3, с. 797]:



Рисунок 1. Алгоритм моделирования и совершенствования бизнес-процесса

В данной процедуре важную роль играет моделирование бизнес-процессов. Именно на этих этапах осуществляется выбор методологии и инструментов моделирования. В алгоритме моделирования и совершенствования выявленный и смоделированный «AS IS» бизнес-процессы анализируются. На основе анализа компании удастся понять, добавляет ли данный бизнес-процесс ценность для ее клиентов, соответствует ли данный бизнес-процесс стратегиям и целям компании и как он влияет на эффективность компании в целом. Бизнес-процессы, которые не добавляют ценности для потребителей и для фирмы, как правило, неэффективны и требуют более детального изучения и последующего совершенствования. Совершенствование бизнес-процесса предполагает моделирование бизнес-процесса «TO BE». Затем усовершенствованный бизнес-процесс внедряется и, как правило, приводит к повышению эффективности деятельности компании и улучшению ее финансовых показателей [4, с. 798].

Основные методологии, направленные на моделирование и совершенствование бизнес-процессов

На сегодняшний день и в литературе, и на практике применяется множество средств и инструментов, которые позволяют смоделировать бизнес-процессы. Среди наиболее популярных в практической деятельности CASE-методологий выделяют следующие: SADT;; ARIS; SCOR; UML; BPWin, ERWin, OOWin; Oracle; SilverRun [2, с. 506]. Однако в данном исследовании была использована методология ARIS для моделирования и совершенствования бизнес-процессов. Данный выбор связан с тем, что данный инструмент очень качественный для начального этапа изучения технологии моделирования бизнес-процессов. Кроме этого, данная методология позволяет внедрить информационную систему, реализация которой будет рассмотрена в следующей главе данной работы.

Теоретические аспекты интеграции контрагентов в цепи поставок

Прежде чем внедрять какую-то информационную технологию для интеграции контрагентов цепи поставок, необходимо изучить ряд инструментов и выбрать наиболее подходящую.

Начать хотелось бы с CMS (Content Management System) — информационная система, которая позволяет обеспечивать совместный процесс создания, редактирования и управления контентом на сайте. Большинство CMS имеют модульную архитектуру, а это, в свою очередь, позволяет администратору сайта самому настраивать те аспекты, которые ему необходимы для работы. Сайты, которые разрабатываются на основе CMS разрабатываются на таких технологиях, как: веб-сервере, хранилище данных, для обеспечения работы самой системы используется веб-приложение, визуальный редактор страниц, файловый менеджер и т. д. На сегодняшний день есть ряд систем управления сайтом, которые бывают платные и бесплатные и выстроенные по различным принципам. На каждом сайте существует панель управления, которая является лишь составной частью программы CMS, которой вполне достаточно для того, чтобы полноценно управлять сайтом

и редактировать его содержимое. Данная информационная система не подойдет для решения выявленных ранее проблем, поскольку не обладает достаточной безопасностью и скоростью передачи информации слишком низкая. Кроме этого, избежать ручной работы не получится. А это не позволит добиться максимальной интеграции среди контрагентов цепи поставок [5, с. 95].

Следующей технологией является MS SharePoint — программное обеспечение, которое состоит из веб-портала для организации совместной работы между контрагентами цепи поставок и содержит модуль поиска необходимой информации и документации, модуль создания форм для ввода информации и т. д. Сайты, которые создаются на основе SharePoint и используются как хранилище для документации и различного типа информации, к которой можно открыть доступ абсолютно всем участникам цепи поставок. Пользователи, которые получают доступ к документам, имеют возможность их редактировать, используя технологии управления. Однако данный инструмент также является весьма не надежным и имеет ряд недостатков, связанных с управлением данной системой. Например, если один из контрагентов цепи поставок отредактировал какой-либо документ в библиотеке данных, то другой пользователь уже не имеет возможности его изменять, в результате чего ситуации подобного рода очень часто приводят к конфликтам между сторонами [5, с. 95].

ECM (Enterprise Content Management) — управление корпоративным информационным контентом предприятия. Данная система позволяет управлять документами и остальными данными компании, обрабатывать и редактировать, но только лишь на уровне предприятия. Кроме этого, данная система является самостоятельной и не имеет подключения к остальным учетным системам компании. Таким образом, данная информационная технология также не подходит для решения наших проблем, поскольку вообще не предполагает обмена информацией между контрагентами [5, с. 97].

IDM — данная информационная систем также, как и предыдущая применяется для управления контентом внутри предприятия. IDM позволяет

обрабатывать абсолютно разные форматы документов, однако система не подходит для устранения обнаруженных нами проблем [5, с. 97].

EDI (Electronic Data/Document Interchange) — электронный документооборот, который используется для автоматизации операций обмена данными и документами в электронном формате [1, с. 409]. Технология EDI разделяется на два типа стандартов: информационная система с целью автоматизации управления внешним контентом и различным электронным обменом документов за счет контролируемых уполномоченными на это организациями стандартов; Информационная система, позволяющая автоматизировать информационные потоки внутри предприятия.

Удобство использования EDI заключается в том, что данная система имеет общий сервер, к которому каждый контрагент подключается один раз и приобретает практически неограниченную возможность связываться и обмениваться данными с другими участниками цепи поставок, не задумываясь об особенностях их учетных систем и документооборота [1, с. 96]. Таким образом, благодаря внедрению EDI все контрагенты «играют» по единым правилам и решают одну единственную задачу — собственное подключение к EDI серверу. При этом одного участника не волнует, каким образом подключены к данному серверу другие участники, поскольку провайдер EDI берет все эти задачи на себя. Суть работы EDI заключается в создании определенных стандартизированных сообщений, которые обрабатываются на EDI-платформе. То есть данные сообщения преобразуются «на входе» - к стандартному виду, «на выходе» — к виду получателя [7, с. 3].

Следовательно, вышеописанное говорит о том, что EDI-система является наиболее предпочтительной для решения проблем в рассматриваемой нами компании. Стоит отметить, что реализация системы EDI не подразумевает необходимость в замене старой информационной системы любого класса (например, SAP, 1С и т. д.), а предполагает лишь установку дополнительного модуля, который позволит осуществлять подключение через существующую учетную систему [7, с. 15].

Однако хотелось бы более подробно остановиться на основных достоинствах данной технологии: Конфиденциальность информации; Достоверность информации (за счет использования оповещения о местонахождении сообщений); Гарантия доставки; Оперативность; Точность; Экономичность (сокращение персонала на 75 % и затраты на расходные материалы — на 80—85 %).

Исходя из вышеперечисленных преимуществ, многие исследователи EDI говорят о том, что внедрение EDI-системы могут позволить компании добиться значительного улучшения эффективности цепи поставок за счет надежной и скоростной передачи информации/документов/данных между контрагентами. Более того, EDI является не только удобной системой обмена документами, но и взаимовыгодным для всех партнеров цепи поставок решением для бизнеса [1, с. 96].

Существует несколько видов EDI-стандартов электронного документооборота, которые изучаются каждой компанией при реализации EDI: EDIFACT, XML [7, с. 8]. EDIFACT представляет собой передачу закодированных стандартизированных EDI-сообщений между серверами взаимодействующих участников в режиме офлайн [7, с. 409].

Кодирование осуществляется с помощью справочников стандарта ISO, стандартов EDIFACT (на основе словаря стандартных сообщений EANCOM) и справочников стандартов других компаний [6, с. 410]. Кроме этого, разработаны также программы-конверторы, которые позволяют преобразовывать электронные сообщения в определенный формат. На сегодняшний день, существует около 170 сообщений, которые поддерживаются UN/EDIFACT, однако на практике используются, как правило, следующие: ORDRSP (ответ на заказ на поставку); PRICAT (Каталог цен); INVOIC (счет); DESADV (Уведомление об отправке); ORDERS (заказ на поставку); DELNOT (ТОПГ-12).

Обмен информацией между компаниями осуществляется через сети VAN и Internet (рис. 2) [7, с. 12].

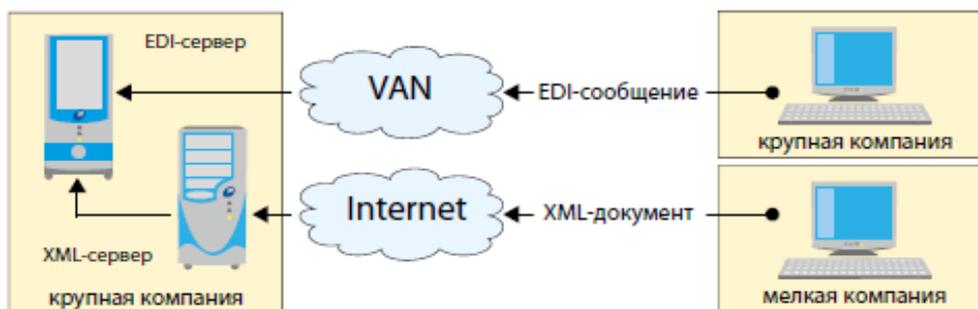


Рисунок 2. Схема обмена электронными документами для мелких и крупных компаний через разные сети

Важно сказать, что наиболее эффективным и безопасным внедрением EDI является ее интеграция с ERP-системой и VAN-сетью, поэтому этот способ и применяется зачастую крупными компаниями.

В данной статье были продемонстрированы методические основы моделирования и совершенствования бизнес-процессов и были показаны теоретические аспекты интеграции контрагентов цепи поставок. В результате этого был произведен сравнительный анализ ряда инструментов и был выбран наилучший из них (Electronic Data/Document Interchange).

Таким образом, в следующей статье технология EDI будет применена, как лучшая практика для повышения уровня интеграции в цепи поставок, снижения времени выполнения заказа клиента и повышения уровня обслуживания клиентов.

Список литературы:

1. Беспалов Р.С. Электронный обмен данными на основе EDI // Пример реального проекта. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://chat-kamchat.ru/Texts/EDI_Bespalov.pdf (дата обращения: 10.09.14).
2. Дыбская В.В. Управление складированием в цепях поставок. М.: Альфа-Пресс, 2009. — 414 с.
3. Дыбская В.В., Зайцев Е.И., Сергеев В.И., Стерлигова А.Н. Логистика: интеграция и оптимизация логистических бизнес-процессов в цепях поставок / М.: Эксмо, 2008. — 797 с.
4. Иванов Д.А. Управление цепями поставок. СПб.: Политехн. ун-т, 2009. — 294 с.

5. Корпоративная логистика в вопросах и ответах / Под общ. и научн. ред. проф. Сергеева В.И. М.: Инфра-М, 2013. — 58 с.
6. Пушкова А.А. Реализация технологии EDI обмена данными в цепях поставок // Логистика и управление цепями поставок, — № 5, — 2011. — С. 95—98.
7. Электронный обмен данными // Журнал BlueBook. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://ecr-all.org/files/bluebook_edi_.pdf (Дата обращения: 10.09.14).
8. The Volvo Group Annual Reports 2013 // Volvo Group Official Website. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www3.volvo.com/investors/finrep/ar13/ar_2013_eng.pdf (Дата обращения: 10.09.14).

СЕКЦИЯ 2. РЕГИОНОВЕДЕНИЕ

АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Кательницкая Екатерина Владимировна
студент Южного Федерального Университета,
РФ, г. Таганрог
E-mail: katelnickaya1991@mail.ru

Шевченко Инна Константиновна
научный руководитель, д-р экон. наук,
профессор Южного Федерального Университета,
РФ, г. Таганрог

На современном этапе перестройки в структуре российской экономики на первое место выдвигает проблему, связанную с привлечением прямых иностранных инвестиций в обрабатывающий сектор промышленности.

В настоящее время в сложной экономической ситуации, характеризующейся включая острый дефицит ресурсов для производственного инвестирования и модернизации экономики, значимость не спекулятивных, долгосрочных зарубежных инвестиций для России трудно переоценить. Учитывая серьезную технологическую проблему не успеваемости российской экономики в большинстве позиций, требуется иностранный капитал, который может принести современные методы управления и новые технологии, и будет способствовать развитию отечественных инвестиций.

Финансовые ресурсы, обращаясь в капитал в денежной форме и рассчитанные для формирования производственного процесса. Будучи запущенными в оборот, они несут доход. Оборот денег осуществляется путем передачи в ссуду и вложения их в предпринимательство. Долгосрочные вложения финансовых ресурсов представляют собой инвестиции. Целью инвестиций является выгодное вложение капитала [2].

Поэтому, представляется возможным, определить инвестиции как совокупность долгосрочных финансовых вложений, материальных и трудовых ресурсов (как государственных, так и частных) в различные сферы национальной (внутренние инвестиции) или зарубежной (заграничные инвестиции) экономики с целью увеличения накоплений и получения прибыли.

Прямыми инвестициями являются инвестициями прямых инвесторов, то есть инвестиции физических и юридических лиц, владеющих не менее 11 % акционерного капитала или акций предприятия, дающих право на участие в управлении предприятием; кредиты от совладельцев предприятия; взносы в уставный фонд; стоимость оборудования, переданного прямым инвестором; реинвестированный доход.

Прямые иностранные инвестиции являются участниками иностранного капитала и реализуют инвестиционные проекты на территории стран-реципиентов инвестиций, которые характеризуется активным участием инвестора (или его представителей) в деятельности организации. Наиболее востребованная форма капиталовложений для развивающихся экономик, позволяет реализовывать большие и важные проекты, а при этом в страну поступают новейшие технологии, новые практики корпоративного управления.

Прямые иностранные инвестиции:

- Комбинируют перенос практических навыков и управленческого профессионализма с взаимовыгодным объемом ноу-хау.
- Обладают мультипликативным эффектом, положительно отражающемся на производственно и на других секторах экономики.
- Активизируют конкуренцию и могут способствовать развитию малого и среднего бизнеса.
- При правильной организации, стимулировании и размещении в состоянии ускорить восстановление профилирующих отраслей и регионов.
- Стабилизируют занятость и повышают уровень доходов населения [4].

Таким образом, Прямые Иностранные Инвестиции являются эффективным средством модернизации экономики развивающихся стран.

Опыт большинства развивающихся стран показывает, что всплеск инвестиционной активности в экономике начинается с поступлением иностранного капитала. Создание собственных передовых технологий в ряде стран начиналось с освоения технологий, привнесенных иностранным капиталом. Здесь представляется целесообразным рассмотреть и оценить разные подходы к определению экономического содержания инвестиционной деятельности, структуры инвестиций, других составляющих элементов инвестиционной сферы, и в частности способов государственного воздействия на ее развитие [3].

Увеличение потока иностранных капитальных вложений и повышение эффективности инвестиционной деятельности, идущих в российскую экономику может стать одним из главных направлений изменения курса современных экономических реформ.

Объем поступлений иностранных инвестиций в экономику России неуклонно возрастает, начиная с 2010 года. При этом доля прямых инвестиций в 2013 году достигла максимального значения за рассматриваемый период и составила 15,35 %. Ежегодные объемы поступления иностранных инвестиций, и их структура по типам представлена в таблице:

Таблица 1.

Динамика ПИИ в экономике России за период с 2010 по 2013 гг.

	2010	2011	2012	2013
Иностранные инвестиции – общий объем	114 746	190 643	154 570	170 180
Доля прямых инвестиций	12,04%	9,66%	12,08%	15,35%
Доля портфельных инвестиций	0,94%	0,42%	1,17%	0,64%
Доля прочих инвестиций	87,03%	89,92%	86,75%	84,01%

Источник: данные Росстата, расчеты НРА

Наряду с ростом фактических объемов ПИИ в 2010—2013 годах также отмечалось улучшение позиций России в одном из ведущих международных исследований, посвященных ПИИ в индексе доверия прямых иностранных инвестиций [8].

Если в 2010 году Россия занимала только 18 место, то по итогам 2013 года вплотную приблизилась к десятке лидеров, заняв 11 место. Продвижение России в данном рэнкинге свидетельствует о росте интереса международных компаний к прямым инвестициям в российскую экономику.

Статистика по притоку ПИИ в Россию внешне выглядит достаточно благоприятной, однако относиться к этим цифрам следует с известной долей осторожности. Значительная доля поступающих в Россию ПИИ возникает в результате так называемого «круговорота капитала» — явления, при котором поступающие в страну инвестиции возникают в результате возвращения капитала, ранее выведенного в офшорные юрисдикции.

Практически все ПИИ, поступающие из Кипра или Британских Виргинских островов, имеют российское происхождение, что подтверждается, в частности, тем, что указанные территории входят одновременно в число крупнейших инвесторов в российскую экономику и в число крупнейших реципиентов российских инвестиций. Несмотря на то, что в течение 2013 года о необходимости деофшоризации неоднократно говорилось на самом высоком уровне, конкретных результатов в этом направлении добиться пока не удалось, о чем прямо было сказано в Послании Президента Федеральному Собранию, озвученном в декабре 2013 года.

Вложения из офшорных зон по-прежнему составляют значительную долю в общем притоке иностранных инвестиций, и рассматривать данные по ПИИ нужно обязательно с учетом этой особенности.

Еще одной проблемой, связанной с ПИИ, является неоднородность их распределения между регионами России. Показатель притока ПИИ может быть использован в качестве индикатора эффективности региональной инвестиционной политики, однако его практическое использование осложняется тем, что в него включаются офшорные ПИИ, возникновение которых не связано с созданием благоприятного инвестиционного климата для иностранных инвесторов. Напротив, широкое распространение офшорных схем может быть следствием неудовлетворительных условий ведения бизнеса,

вынуждающих предпринимателей регистрировать свои компании в офшорных зонах для минимизации налогов, защиты бизнеса или с иными целями. Объем ПИИ может выступить в роли индикатора инвестиционной привлекательности регионов только в случае исключения из общего притока ПИИ вложений, осуществляемых из офшорных зон [5].

Российские регионы имеют огромный потенциал в привлечении иностранных инвестиций. Однако неразвитость инфраструктуры, слабость формальных и неформальных институтов ведут к спаду инвестиционной активности.

Один из важнейших факторов резкого замедления экономического роста в России в 2013 г. — не просто стагнация, а падение инвестиций в основной капитал. Если в целом по экономике они в январе-июне по предварительной оценке Росстата сократились на 1,4 %, то по отчетности крупных предприятий в рамках региональной статистики (что в чем-то показательнее оценок на макроуровне с досчетами) они в январе-мае упали гораздо сильнее — на 6,6 %.

Если бы не подстегиваемый завершающимися олимпийскими стройками рост инвестиций в Южном федеральном округе (21,1 %), то падение инвестиций в экономике было бы еще больше — при гипотезе о нулевом росте инвестиций на юге темп роста совокупных инвестиций упал бы, по оценкам аналитиков, еще приблизительно на 2 % [7].

Негативное влияние замедления инвестиционной динамики состоит в том, что оно выглядит чрезмерным даже с учетом замедления роста экономики в целом, что, в общем-то, ведет к стабилизации уровня загрузки мощностей и снижению потребности в инвестициях. Но даже с учетом этого фактора рост инвестиций должен был бы быть выше при прочих равных, так как во всех построенных нами спецификациях инвестиционной функции для России значимость роста экономики в предшествующий год определяется с эластичностью от 0,7 до 1,2. Это значит, что рост инвестиций должен был бы в этом году быть на уровне не ниже 3,0—3,7 %, а аналитики пока

наблюдают заметное их падение, заставляющее говорить о настоящем инвестиционном провале [4].

И было бы неправильно объяснять его исключительно резким снижением сальдированного финансового результата экономики (почти на 22 % за январь-май), которое в соответствии с российской инвестиционной функцией могло вычесть, 2,5—2,8 п.п., но никак не реальные 6,6-8,6% (с учетом и без учета инвестиционного «спурта» ЮФО).

Таблица 2.

Рост инвестиций и его факторов в федеральных округах России, % г/г

Федеральные округа	Инвестиции в основной капитал (без МСБ и неформальной деятельности)			Иностранные инвестиции в целом	Промышленное производство	Сальдирован. финансовый результат
	2013 январь- май	2013 1 кв.	2012 год в целом	2013 1 кв.	2013 январь-июнь	2013 январь-май
Южный	121,1	120,7	105,4	101,3	106,8	92,6
Приволжский	110,7	112,7	108,1	83,5	100,6	92,2
Центральный	105,4	111,2	102,6	204,5	97,6	73,4
Уральский	99,4	96,7	104,9	136,5	100,9	83,3
Российская Федерация в целом	93,4	100,1	106,6	165,7	100,1	78,3
Сибирский	92,3	94,6	108,5	302,1	104	72,6
Северо-Кавказский	88,6	87	109,8	8,2	100,8	142,1
Дальне-восточный	71,6	78,5	85,2	19,3	101,8	64,9
Северо-Западный	63,5	63	101,5	144,9	98	91,7

Примечание: МСБ — малый и средний бизнес

Источник: Росстат, расчеты института «Центр развития» НИУ ВШЭ

Дополнительным фактором снижения инвестиций, объясняющим необъясненное известными факторами снижение инвестиционной динамики, могло, послужить «незапланированное» замедление роста выпуска в 2014 году. Во всяком случае, об этом говорит рассмотрение пула данных по динамике инвестиционной активности не по федеральным округам как таковым, а по составляющим их субъектам Федерации.

В 2014 году углубляется инвестиционный кризис. Российская экономика находится в шаге от рецессии. В октябре-ноябре рост ВВП, скорее всего, продолжит замедляться. По итогам 2014 года экономика может

продемонстрировать спад. Поддержать экономический рост можно было бы за счет наращивания инвестиций частного сектора, поступления ПИИ однако напряженная геополитическая обстановка негативно сказывается на желании компаний вкладывать инвестиционные активы [6].

Негативно на динамику экономического роста влияет и внешнеполитическая напряженность, вызванная событиями на востоке Украины. На фоне введенных Западом санкций в отношении Москвы российские компании в июле-августе не привлекали средства за рубежом, финансируя расходы за счет имеющихся средств. Вследствие такого увеличения финансовой нагрузки, скорее всего, пострадали инвестиционные планы компаний, что также привело к замедлению экономического роста.

Россия обладает значительной инвестиционной привлекательностью и диверсифицированным потенциалом регионального экономического и социального развития, необходимыми предпосылками для структурной перестройки экономики.

Основные конкурентные преимущества, которые формируют инвестиционный потенциал и определяют инвестиционную привлекательность Юга России, обуславливаются:

- благоприятными природно-климатическими условиями и достаточной сырьевой базой;
- мощным производственным потенциалом и научным ;
- развитой производственной и транспортной инфраструктурой;
- наличием квалифицированных кадров;
- наличием современной и динамично развивающейся рыночной инфраструктуры [7].

Названные преимущества обеспечивают привлекательность Южного федерального округа не только для развития традиционных отраслевых комплексов: агропромышленного, транспортного, туристско-рекреационного, но также для формирования новых конкурентоспособных сегментов экономики, в том числе инновационного и образовательного кластеров.

При этом инвестиционный ландшафт Юга России отличается своей неоднородностью и изменчивым характером распределения инвестиционной активности по территории округа, что требует проведения особой интеграционной политики, учитывающей различные экономический потенциал регионов и степень подготовленности к осуществлению модернизации экономики округа.

Высокая инвестиционная активность является определяющим фактором экономического роста отдельных территорий и юга России в целом. Поступающий уровень инвестиций в основной капитал можно рассматривать и как важный интегральный показатель, характеризующий институциональную, социальную и экономическую среду в регионе.

Учитывая, что возвышенная инвестиционная активность является непременным условием стабильного экономического роста, осуществить задачу ускоренного социально-экономического развития необходимо и возможно лишь при активном использовании ключевых достижений научно-технического прогресса и эффективном управлении инвестиционными процессами с целью особо полной реализации объективных возможностей территорий и условий деятельности предприятий.

Список литературы:

1. Ашиянц С.А. Иностранные инвестиции в Россию: оценка и перспективы. М.: БИКИ, 2009 — 118 с.
2. Ведомости [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.vedomosti.ru/>. Дата обращения 03.09.2014.
3. Инновационный путь развития для новой России. М, Наука, 2010 — 216 с.
4. Кравчишина А.И. Динамика научно-исследовательской деятельности в России // Вестник РАВИ, — 2009 — № 11. — 3 с.
5. Министерство экономического развития Российской Федерации. Дата обращения 10.09.2014
6. Правительство России [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://government.ru/>. Дата обращения 10.09.2014.
7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gks.ru/>. Дата обращения 05.09.2014.
8. Южное инвестиционное агентство [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://invest-yug.ru/climat/yufo/karta/>. Дата обращения 04.09.2014.

СЕКЦИЯ 3.

РЕКЛАМА И PR

ОЦЕНКА РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ СТРАХОВОГО ПРОДУКТА ЮУРФ ОАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ»: ДМС «СТОП - КЛЕЩ»

Шпак Валентина Любомировна

*студент 5 курса, кафедра менеджмента,
ФГБОУ ВПО «МГТУ им. Г.И. Носова»,
РФ, г. Магнитогорск
E-mail: nina-kw@mail.ru*

Кузнецова Нина Владимировна

*научный руководитель, канд. пед. наук, доцент, кафедра менеджмента,
ФГБОУ ВПО «МГТУ им. Г.И. Носова»,
РФ, г. Магнитогорск*

На успешность деятельности любой организации оказывают влияние множество различных факторов: техническая оснащенность компании, качественная и количественная структура персонала, количество конкурентов, отношение потребителя к компании и многое другое. Каждый фактор оказывает различное влияние. Многое зависит от качества проводимой рекламной кампании. Для того, чтобы рекламная кампания полностью сработала и оказала более значимый эффект, а также не привела к пустым тратам средств, необходимо тщательно планировать и разрабатывать рекламную кампанию, поэтапно и своевременно проводить все мероприятия по созданию и реализации рекламных мероприятий, а также уметь прогнозировать и рассчитывать эффективность рекламной кампании, чтобы понять как она (рекламная кампания) может повлиять на показатели деятельности компании.

Рекламная кампания — это комплекс взаимосвязанных, скоординированных действий, разрабатываемых для достижения стратегических целей и решения проблем предприятия, также являющихся результатом общего рекламного плана для различных, но связанных друг с другом рекламных

обращений, размещенных в различных СМИ в течение определенного периода времени [2]. Рекламная кампания — это целая серия рекламных и стимулирующих сбыт действий, тщательно спланированная, скоординированная и проводимая в течение определенного времени [1, с. 84].

Изучив различные определения рекламной кампании можно заключить, что, во-первых, это программа коммуникации, имеющая общие цели, стратегию, бюджет, часто ориентированная на одну и ту же целевую аудиторию и использующая одни и те же средства распространения информации, во-вторых, рекламная кампания предполагает комплексное использование рекламных средств, в-третьих, вся рекламная кампания должна быть согласована с общей рекламной идеей и с комплексом маркетинга. Можно сказать, что вся рекламная деятельность рекламодателя является совокупностью рекламных кампаний. Цель рекламной кампании — достижение определенного коммуникационного эффекта у целевой аудитории, на которую направлена рекламная деятельность, и побуждение этой аудитории к определенному действию.

В. Песоцкий [4, с. 43] выделил задачи рекламной кампании (табл. 1).

Таблица 1.

Задачи рекламной кампании

Задачи	Содержание задачи
Информирование (стимулирование первичного спроса)	Сообщение рынку о новом товаре, формирование его образа, объяснение принципа его действия, исправление неправильного представления и рассеивание опасений потребителей.
Увещевание (формирование избирательного спроса)	Формирование предпочтения потребителей к товару и поощрения их переключения на этот товар, а также изменение восприятия свойств товара, убеждение совершить покупку.
Напоминание	Поддержание осведомленности потребителей о товаре, о том, что он может потребоваться им в ближайшем будущем, где его можно купить.
Подкрепление	Убеждение нынешних покупателей в правильности сделанного выбора.

Прежде чем перейти к оценке рекламной кампании дадим общую характеристику САК «Энергогарант» [3]. Страховая акционерная компания

«Энергогарант» учреждена решением учредительного собрания акционеров от 15 мая 1992 года. Организационно-правовой формой компании является открытое акционерное общество. Адрес центрального офиса компании «Энергогарант»: 115035, г. Москва, Садовническая наб., 23. Официальный сайт «Энергогарант»: <http://www.energogarant.ru>.

Миссия ОАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ» — созидание и сохранение энергии общего дела в клиентах, партнерах и сотрудниках.

Компания занимает хорошее положение на рынке страховых услуг и имеет устойчивую конкурентную позицию. Основными конкурентами традиционно являются лидеры рынка — СОГАЗ, Ингосстрах, Росгосстрах, Ресо-Гарантия, Альфа-страхование и ВСК. Основные факторы конкурентоспособности компании: 1) финансовая устойчивость, подтвержденная международными и национальными рейтинговыми агентствами; 2) ежегодное наличие прибыли от основной деятельности, превышение нормативов платежеспособности; 3) безупречная репутация и 20-летний опыт работы на рынке; 4) широкий продуктовый ряд, хорошо развитая филиальная сеть; 5) сбалансированный страховой портфель с приемлемой долей в пределах 50 % малорентабельных продуктов моторного страхования; 6) профессиональная управленческая команда.

«Энергогарант» располагает разветвленной сетью более 220 региональных филиалов и представительств, расположенных во всех регионах России, в том числе и Южно-Уральский региональный филиал ОАО «САК» ЭНЕРГОГАРАНТ».

Адрес Южно-Уральского регионального филиала: 455000, Челябинская обл., г. Магнитогорск, ул. Ленина, 27. Контактный телефон: +7 (3519) 23-20-00. Данный филиал «Энергогаранта» имеет представительства в городах Челябинской области и Республики Башкортостан: Челябинске, Магнитогорске, Миассе, Златоусте, Кусе, Карталах, Варне, Бредах, Троицке, Учалах, Сибее, Белорецке, Межгорье, Аскарново, Кусимово и др. На Южном Урале страховая компания «Энергогарант» занимает лидирующие позиции на

страховом рынке (доля рынка 38 %). Клиенты компании — более 100 стратегических партнеров крупного бизнеса, более 2000 предприятий малого и среднего бизнеса, более 60000 физических лиц.

В рамках исследования рассмотрим более подробно рекламную кампанию по продвижению страхового продукта ЮУРФ ОАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ»: полиса добровольного медицинского страхования «СТОП-КЛЕЩ» за последние несколько лет. Страховым случаем является укус клеща.

Существуют две программы ДМС «СТОП-КЛЕЩ»: «Эконом» и «Стандарт Плюс», которые включают в себя: 1) страховой полис, который действует в течение всего года; 2) получение экстренной медицинской помощи в случае укуса клеща (извлечение клеща и введение иммуноглобулина); 3) бесплатное исследование клеща на наличие вирусов клещевого энцефалита и боррелиоза (при выборе программы «Стандарт Плюс»); 4) компания возместит расходы на лечение в случае развития заболевания клещевым энцефалитом и боррелиозом.

Приобрести полис ДМС «СТОП-КЛЕЩ» можно в любом офисе ОАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ». Полис действителен на всей территории России. Застраховать можно граждан любого возраста. Целевой аудиторией данного страхового продукта считаются лица от 18 лет. Заинтересованными в нем будут люди, которые более подвержены риску укуса клеща, к ним можно отнести: садоводов, дачников, жителей поселков (в данном случае находящихся в черте города), а также любителей активного отдыха на природе (туристов, спортсменов, охотников, рыболовов).

Страхование от укуса клеща является очень актуальным и важным для жителей именно этого региона. Южно-Уральский регион является одним из эндемичных по клещевому энцефалиту, т. е. именно в таких регионах фиксируются (и достаточно часто) случаи заболеваемости клещевым энцефалитом. Вся территория Челябинской области и 2/3 территории республики Башкортостан являются эндемичными (табл. 2).

Таблица 2.

Количество человек, пострадавших от укуса клеща в 2013—2014 гг.

	2013 год	2014 год
Челябинская обл.		
Всего, чел.	8321	8939
В том числе, чел.:		
дети	2478	2322
взрослые	5843	6617
г. Магнитогорск		
Всего, чел.	830	962
В том числе, чел.:		
дети	215	274
взрослые	615	688

Несмотря на факторы, которые влияют на увеличение продаж страхового продукта, перечисленные выше, существуют и некоторые отрицательные моменты, которые также следует учитывать при создании рекламной кампании. К ним относятся непосредственно страховые компании — конкуренты, которые также предоставляют ДМС от клещевого энцефалита. В табл. 3 рассмотрим конкурентные преимущества и недостатки страховых компаний г. Магнитогорска.

Таблица 3.

Сравнительная характеристика программы страхования от клещевого энцефалита в страховых компаниях г. Магнитогорска

Страховая компания	Страховое покрытие, тыс. руб.	Страховая премия, руб./чел.		Примечание (действие договора, наличие скидок, вид лечения, иммуноглобулин (Имм.))
		Дети	Взрослые	
ВСК	300	180 в городе 230 за городом	230 в городе 300 за городом	На 5 день. Скидок нет. Имм. в больницах города.
Альфа Страхование	200	150 — 6 мес. 200 — год	175 — 6 мес 270 — год	Скидок нет. Имм. от компании.
Росгосстрах	250	180	250	На 3 день. Скидок нет. Имм. в МЦ Тет –а-Тет.
Ингосстрах	100-150	250	250	На 5 день. Имм. в больницах города.

СОГАЗ	50, 100	150, 180	190, 220	На 5 день. Скидки для юр. лиц. Имм. в больницах.
Согласие	500	200	200	На следующий день. Скидок нет. Имм. в больницах.
РЕСО Гарантия	100 150	300 500	300 500	Скидок нет. Имм. в больницах.
Энергогарант	150 — дети 200 — взрослые	150	250, 200 при коллективном 350,300 при коллективном	С 6 дня. Скидки за коллективное страхование. Имм. от компании.

Таким образом, программы страхования у всех страховых компаний имеют одинаковые условия страхования, разница заключается в суммах страховых покрытий, страховых премий, и в наличии скидок по программе страхования. Из представленных компаний можно выделить явных конкурентов ЮУРФ ОАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ», это компании: ВСК, Альфа Страхование, Согласие, т.к. у них высокое страховое покрытие, есть скидки и относительно невысокие страховые премии. Также одним из важных факторов является сезонность данного вида страхования, так как клещевая активность начинается с конца апреля и прекращается с наступлением морозов, таким образом, в зимний период данный вид страхования не является актуальным.

При планировании и разработке рекламной кампании следует учитывать все, как положительные, так и отрицательные факторы, которые оказывают влияние на конкурентоспособность программы ДМС «СТОП-КЛЕЩ» ЮУРФ ОАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ».

Рекламная кампания, созданная по программе ДМС «СТОП-КЛЕЩ» и проводимая Южно-Уральским региональным филиалом, распространяется на территории Челябинской области и республики Башкортостан. Целевой аудиторией данной рекламной кампании являются совершеннолетние граждане данного региона. Название рекламной кампании является неизменным в течение нескольких лет и звучит так: «Маленький враг — большая опасность». И на всей рекламной продукции присутствуют заголовки с данной фразой.

Проанализируем, как осуществлялась рекламная кампания несколько лет назад. Она включала в себя, как статьи в газете (газета печаталась ЮУРФ ОАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ» и распространялась в больницах и поликлиниках), так и статьи в интернете, на различных сайтах. В статьях была информация, как правило, следующего характера: актуальность проблемы, свежая статистика укусов клеща по региону, мнение ведущих специалистов по данной проблеме, указывались варианты того, как можно обезопасить себя от клеща, преимущества страхования от клещевого энцефалита, а также адреса офисов компании, телефоны горячей линии.

Статья под названием «Мнение экспертов. Клещевой энцефалит: маленький враг — крупная опасность» была опубликована на сайте магнитогорского информационного агентства «Верстов.Инфо» в апреле 2012 года. Статья под названием: «Энергогарант: маленький враг — большая опасность» была опубликована в мае 2012 года на сайтах: «Безформата.ru Магнитогорск», «Магнитогорский металл», «Магнитогорский рабочий». Позже, в 2013 г. использовались СМС — рассылка, радиореклама и различная печатная продукция: листовки, буклеты, плакаты.

Проанализируем особенности рекламной кампании по программе ДМС «СТОП-КЛЕЩ» в 2014 г.

Информационные статьи на сайтах «Верстов Инфо», «Магнитогорский металл», «Диалог Пресс». Выходы от 2 до 3 раз в месяц в течение трех месяцев — май, июнь, июль.

ЮУРФ ОАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ» использует коммерческие письма, а именно, в данном случае речь идет о рекламном тексте на обратной стороне счетов оплаты, которые выдаются страхователям. Рекламным отделом филиала компании «Энергогарант» была подготовлена серия красочных и информативных шаблонов для изготовления рекламной печатной продукции, которая используется для продвижения страховой программы «СТОП-КЛЕЩ». К такой продукции относятся: плакаты, листовки, наружная реклама (растяжка).

Плакаты формата А2 размещены во всех офисах компании, они содержат: описание программы страхования, преимущества, краткую статистику по данной проблеме в стране и в регионе, пример страхового случая и выгоду от страхования, а также номера телефонов горячей линии. Листовки формата А5 распространены на всех сотрудников отделов страхования, информация в листовке достаточно краткая и включает в себя только преимущества от страхования, а также описание двух программ (эконом и стандарт-плюс) в табличной форме.

Также компания проводит акцию для дошкольных общеобразовательных учреждений. Учреждения информируются с помощью листовок формата А5, где подробно описаны условия данной акции. Акция для ДОУ действует с 1 марта по 30 сентября 2014 года. Условием акции является сбор страховых поступлений на минимальную сумму, которая зависит от численности детей в детских садах. Призом в данном случае будет являться денежная премия в размере 5 % от собранной суммы.

Листовки и плакаты, применяемые по программе ДМС «СТОП-КЛЕЩ» в 2014 г., представлены на рис. 1.

Страхование Акционерная Компания ЭНЕРГОГАРАНТ

ПРОГРАММА ДОБРОВОЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО СТРАХОВАНИЯ «СТОП-КЛЕЩ»

Большая ЗАЩИТА ОТ маленького ВРАГА!

НАШЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ
«Энергогарант» предлагает вам новые условия добровольного медицинского страхования от клещевого энцефалита по программе «Стоп-клещ» с исследованием клеща на опасные вирусы.

ВАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА СТРАХОВАНИЯ ПО ПРОГРАММЕ «СТОП-КЛЕЩ»:

- Ваш полис действует в течение всего года;
- Вы получаете экстренную медицинскую помощь при укусе клеща (исследование клеща и введение иммуноглобулина);
- Вы сможете бесплатно исследовать клеща на наличие вирусов клещевого энцефалита и боррелиоза, выбрать вариант программы «Стандарт Плюс»;
- «Энергогарант» возместит Вам расходы на лечение в случае развития заболевания клещевым энцефалитом или боррелиозом;
- Вы можете получить скидку при семейном страховании (от 3-х человек), а также бонусы и подарки от наших партнеров.

Вы МОЖЕТЕ ПОЛУЧИТЬ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ИНФОРМАЦИЮ И ОФОРМИТЬ ПОЛИС У АГЕНТА СТРАХОВОЙ КОМПАНИИ «ЭНЕРГОГАРАНТ».

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА КЛИЕНТАМ 24 ЧАСА:
8-912-805-25-25 - Челябинская область
8-937-480-25-25 - Республика Башкортостан (без регионов)

ТРЕВОЖНАЯ СТАТИСТИКА в России ежегодно:

- 500 000 человек каждый год страдают от укусов клещей
- 33 000 человек дети до 14 лет
- 5 927 человек исследования на наличие опасных вирусов клещевого энцефалита и боррелиоза
- 3 000 человек заболели клещевым энцефалитом

в Челябинской области:

- 29 704 человека на Южном Урале пострадали от укуса клеща в 2013 г.
- 15 000 человек пострадали от укуса клеща в Челябинской области в 2013 г.
- 4 000 человек дети до 14 лет
- 263 человека госпитализировано с подозрением на клещевой энцефалит;

в Республике Башкортостан:

- 15 598 человек пострадали от укуса клеща в 2012 г.
- 4 227 человек дети до 14 лет
- 6 734 клеща исследованы в лаборатории ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в РБ»
- 489 клещей инфицированы вирусом клещевого энцефалита

ОСТОРОЖНО! КЛЕЩ!
Лечение болезней, которые могут передаваться через укус клеща, очень медленное. При укусе клеща человеку проводится иммуноглобулин из расчета 1 ампула на 10 кг веса. Одна доза лекарста стоит 800 - 1 000 рублей. Следовательно, поставка одной ампулы обойдется всего 1 месяцу. Исследование клеща стоит от 600 до 1 000 рублей. В случае развития заболевания понадобится от 70 000 до 100 000 рублей на лечение и реабилитацию в зависимости от тяжести заболевания и комфортности пребывания в больнице. Значительные суммы для семейного бюджета!

ВНИМАНИЕ! ПРИ УКУСЕ КЛЕЩА ВАМ НУЖНО ОБРАТИТЬСЯ К ВРАЧУ В ТЕЧЕНИЕ 3 ДНЕЙ.

ДОБРОВОЛЬНОЕ МЕДИЦИНСКОЕ СТРАХОВАНИЕ «СТОП-КЛЕЩ»

Большая ЗАЩИТА ОТ маленького ВРАГА!

ВАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА СТРАХОВАНИЯ:

- Ваш полис действует в течение всего года;
- Вы получаете экстренную медицинскую помощь при укусе клеща (исследование клеща и введение иммуноглобулина);
- Вы сможете бесплатно исследовать клеща на наличие вирусов клещевого энцефалита и боррелиоза, выбрать вариант программы «Стандарт Плюс»;
- «Энергогарант» возместит Вам расходы на лечение в случае развития заболевания клещевым энцефалитом или боррелиозом;
- Вы можете получить скидку при семейном страховании (от 3-х человек), а также бонусы и подарки от наших партнеров.

Программа ДМС «Стоп-клещ»	Что входит в себя каждый проработан «Стоп-клещ»?	Сумма, на которую вы будете застрахованы, руб.	Способность возмещ на 1 год работы, руб.	Способность возмещ на 15 лет, руб.	Способность возмещ при семейном страховании (от 3-х человек), руб.
ЭКОНОМ	Амбулаторное медицинское обследование (специализированный лабораторный анализ)	250 000	250	—	200
СТАНДАРТ ПЛЮС	Профилактическая прививка от клещевого энцефалита и боррелиоза + Исследование клеща на клещевой энцефалит и боррелиоза	500 000	350	150	300

Информационная поддержка Компания 24 часа: 8-912-805-25-25 - Челябинская область, 8-937-480-25-25 - Республика Башкортостан (без регионов)

Рисунок 1. Плакат и листовки по программе ДМС «СТОП-КЛЕЩ», 2014 г.

ЮУРФ ОАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ» проводит акцию: при предъявлении чека аквапарка «Водопад чудес» в любом офисе страхования можно получить 5 % скидку по программе «СТОП-КЛЕЩ», при этом также будут действовать и другие скидки. Изготовлены и размещены два баннера размером 240x400 см., в которых указаны условия акции. Баннеры расположены на фасаде и с торца здания аквапарка.

Также проводится акция, условием которой является получение 5 % скидки при предъявлении билета мультимплекса “JazzCinema”. По данной акции изготовлены аналогичные по оформлению баннера растяжки размером 92x215 см. Две такие растяжки размещены в ТЦ «Джаз Молл». Пример используемых баннера и растяжки по программе ДМС «СТОП-КЛЕЩ» представлены на рис. 2.



Рисунок 2. Баннер и растяжка по программе ДМС «СТОП-КЛЕЩ», 2014 г.

Рассмотрев рекламные мероприятия, проводимые рекламным отделом ЮУРФ ОАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ» перейдем к оценке эффективности данных мероприятий, которую рассчитаем исходя из изменения количества страхователей.

Сразу стоит отметить, что на увеличение числа страхователей влияет не только реклама, а также и другие немаловажные факторы:

- ежегодное увеличение плановых показателей,

- улучшение работы страховых агентов,
- мотивирование других участников (брокеров) и другие.

Анализ рекламных мероприятий ЮУРФ ОАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ» по программе ДМС «СТОП-КЛЕЩ» за 2013 и 2014 гг. позволяет оценить их эффективность. Так как это сезонный вид страхования наиболее активный приток клиентов фиксируется весной, а именно в период с марта по май, далее идет спад покупательской активности. Поэтому анализировать будем показатели за три месяца: март, апрель и май.

В табл. 4 перечислим показатели эффективности рекламной кампании 2013 и 2014 гг., проводимой ЮУРФ ОАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ» по программе ДМС «СТОП-КЛЕЩ».

Таблица 4.

Показатели эффективности рекламной кампании по программе ДМС «СТОП-КЛЕЩ» в 2013 и 2014 гг.

Показатель	2013 г.	2014 г.	Изменение	Изменение,%
Количество договоров, заключенных за период, шт	3 825	4 500	675	18
Среднее количество страхующихся в полисе, чел	2	2	0	0
Страховая премия, руб.	225	225	0	0
Выручка за период, руб	1 721 250	2 025 000	303 750	18
Затраты на рекламу, руб.	45 000	50 000	5 000	10
Удельный вес затрат на рекламу в объеме выручки, %	0,026	0,025	- 0,001	- 4
Затраты за период, руб	1 032 750	1 215 000	182 250	18
Прибыль за период до налогообложения, руб	688 500	810 000	121 500	18
Чистая прибыль за период, руб.	550 800	648 000	97 200	18

Анализ данных табл. 4 позволяет сделать следующие выводы: количество договоров компании по сравнению с 2013 годом увеличилось на 675 штук, что составило 18%. При этом, соответственно и выручка увеличилась на 18 %. Из таблицы видно, что расходы на рекламу увеличились на 10 % и составили 50000 рублей. Таким образом, удельный вес расходов на рекламу в выручке составил 0,025 и по сравнению с предыдущим годом уменьшился на 4 %. Здесь нужно также учитывать, что в расчеты входят все затраты на рекламу за год,

однако количество договоров, а соответственно и выручка даны только за прошедшие три месяца 2014 года и за аналогичный период 2013 года. Таким образом удельный вес затрат на рекламу будет уменьшаться с каждым последующим месяцем отчетного года, так как затраты на рекламу больше не изменятся, в то время как ежемесячно будут заключаться новые договоры.

Проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

- Компания «Энергогарант» большое внимание уделяет рекламной деятельности, фирменному стилю (оформление офисов, дресс-код, брендбуки), имеет много печатной продукции, сувенирной продукции, готовит рекламную продукцию в зависимости от мероприятия, на котором она будет использоваться. Компанией широко применяется имиджевая реклама, которая подкрепляется мероприятиями событийного характера.

- Рекламная кампания ЮУРФ ОАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ» по программе ДМС «СТОП-КЛЕЦ» ежегодно претерпевает ряд изменений, которые исключают неэффективные мероприятия (газеты, реклама на радио).

- Рекламная продукция по программе ДМС «СТОП-КЛЕЦ» ежегодно обновляется, является достаточно красочной и информативной.

Список литературы:

1. Катернюк А.В. Рекламные технологии. Коммерческая реклама: Учеб. пособие для вузов. Ростов н/Д.: Феникс, 2008. — 316 с.
2. Назайкин А. Рекламная кампания: виды, этапы, участники. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.nazaykin.ru/AD/campaign/ad_camp.htm (дата обращения 10.04.2014).
3. Официальный сайт ОАО «САК «ЭНЕРГОГАРАНТ». [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.energogarant.ru> (дата обращения 15.04.2014).
4. Песоцкий Е. Современная реклама: Теория и практика. Ростов н/Д.: Феникс, 2003. — 315 с.

СЕКЦИЯ 4. ЭКОНОМИКА

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ЗАКЛЮЧЕНИЯ КОНТРАКТОВ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

Авагимян Елена Владимировна

*студент 5-го курса, кафедра мировой экономики и организации торговли
РЭУ им. Г.В. Плеханова,
РФ, г. Пятигорск
E-mail: y_elena_a@mail.ru*

Ярошенко Елена Александровна

*научный руководитель, канд. пед. наук, доцент РЭУ им. Г.В. Плеханова,
РФ, г. Пятигорск*

В мире активно развивается модель смешанной экономики, предполагающая многообразные формы собственности и предпринимательства, в которой государство одновременно может выступать в роли гаранта функционирования складывающейся системы и в роли её субъекта.

Одним из важнейших инструментов государственного предпринимательства во многих странах со смешанной экономикой является контрактная система размещения государственного заказа, которая предполагает конкурентную борьбу между соискателями государственного заказа. В качестве предмета конкуренции выступают государственные денежные средства, предназначенные для удовлетворения государственных нужд.

Государство при этом играет двоякую роль в экономической системе: с одной стороны, оно является гарантом исполнения контрактов, а с другой — обладает собственностью и само становится равноправным субъектом контрактных отношений [5, с. 109—110].

Роль государства как субъекта контрактных отношений можно определить, взяв во внимание масштабы государственной собственности в экономике и величину государственных расходов на нужды государства.

Таким образом, государство выступает в качестве крупнейшего потребителя продукции целого ряда отраслей и превращает государственный спрос в существенный фактор развития экономики.

В настоящее время в практику внедряются новые рыночные процедуры и способы размещения государственного заказа. Официальный сайт государственных закупок внешне производит хорошее впечатление своей продуманностью и основательностью. Это объясняется тем, что во внимание берётся один из самых крупных информационных ресурсов по тендерам и закупкам. На сайте госзакупок можно увидеть большое количество актуальных объявлений, представленных в удобном для просмотра пользователей формате.

Цель создания системы содержит пять основных пунктов:

- снижение закупочной стоимости, оптимизация затрат для заказчиков;
- повышение оперативности в информировании о внеконкурсных закупках и предстоящих торгах;
- расширение рынка сбыта для поставщиков;
- создание одинаковых условий всем поставщикам;
- обеспечение прозрачности в отношении конкурсных процедур, связанных с закупкой услуг, работ и товаров, в расчете на поставщиков и государственных заказчиков [3].

Площадка для закупок, распределение по отраслям, регионам и темам закупок позволяет за несколько секунд отыскать необходимый тендер. Она построена на общих принципах федерального закона: отсутствии дискриминации, предотвращении коррупции, обеспечении прозрачности и гласности закупки, развитии добросовестной конкуренции, увеличении возможностей участия в закупках физических и юридических лиц [3].

Важно иметь в виду и то, что контрактные отношения на рынке госзаказов имеют, безусловно, свои особенности:

1. Контракты на рынке госзаказов заключаются на средства федерального бюджета (бюджетов субъектов РФ, местных бюджетов, внебюджетных источников финансирования).

2. Государственный контракт подписывается с победителем конкурса (аукциона) исключительно на основе заявки размещения заказа.

3. Участниками размещения заказа могут быть как юридические, так и физические лица (включая ИП), независимо от их организационно-правовой формы, формы собственности и места нахождения.

4. Государственные заказы могут сопровождаться определёнными социально-экономическими требованиями (например, привлечение субъектов малого предпринимательства) [5, с. 111].

5. Процесс размещения и реализации государственных заказов регулируется государством.

6. Госконтракты имеют особую систему ценообразования, которая предполагает дифференцированную типологию контрактов на все виды товаров и услуг.

Если говорить конкретно о цене контракта, она является существенным условием. Контракт не может считаться заключённым, если в нём не указана цена.

Цена государственного контракта является, как правило, ключевым критерием определения победителей на торгах, проводимых при размещении государственного заказа. Чем ниже цена, предлагаемая участником размещения заказа, тем больше шансов у него подписать соответствующий контракт [2, с. 10].

Согласно ст. 34 Бюджетного кодекса РФ принцип результативности и эффективности использования бюджетных средств означает, что при составлении и исполнении бюджетов участники бюджетного процесса в рамках установленных им бюджетных полномочий должны исходить из необходимости достижения заданных результатов с использованием наименьшего объёма средств [1].

В теории и на практике получила обсуждение проблема определения начальной (максимальной) цены контракта [2, с. 11]. Определению начальной (максимальной) цены контракта должно предшествовать изучение заказчиком (уполномоченным органом) соответствующего рынка.

Минэкономразвития России в рамках создания системы методических документов в целях содействия реализации федерального законодательства о размещении заказов для государственных и муниципальных нужд разработало проект Методических рекомендаций по порядку расчета начальной (максимальной) цены контракта (далее — Методические рекомендации). Приказ Министерства экономического развития РФ от 2 октября 2013 г. № 567 «Об утверждении Методических рекомендаций по применению методов определения начальной (максимальной) цены контракта, цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем)» вступил в силу с 1 января 2014 года.

Настоящие методические рекомендации разработаны в целях оказания помощи заказчикам, уполномоченным органам, уполномоченным учреждениям в определении и обосновании начальной (максимальной) цены контракта при осуществлении закупок с использованием конкурентных способов определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей), цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем), для обеспечения государственных или муниципальных нужд... [4].

Безусловно, для практической реализации рекомендаций необходимо создать развитую инфраструктуру с ценовыми данными (фактическими, справочными, статистическими). Кроме того, потребуются корректировки в организационной структуре государственных и муниципальных заказчиков, а именно – создание специальных подразделений, которые будут отвечать за конъюнктурную работу и расчёты цен. Тем не менее, методические рекомендации являются надёжным инструментом для расчёта начальной (максимальной) цены, в котором четко описываются случаи по применению того или иного метода ценообразования.

На сегодняшний день необходимо создание государственного контрактного права, которое будет носить комплексный характер, предполагать сотрудничество и взаимодействие различных структур государственной власти, включать нормы как гражданского, так и административного права. Несмотря на то, что процесс создания будет носить длительный характер, он необходим для того, чтобы контрактные отношения в сфере государственных закупок приносили наибольший эффект. Ведь, как показывает мировой опыт, в странах с развитой экономикой федеральная контрактная система является одним из важнейших механизмов государственного регулирования развития экономики, а также осуществления крупных научно-технических, инновационных и социально-экономических программ.

Список литературы:

1. «Бюджетный кодекс Российской Федерации» от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 21.07.2014) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2014) // Российская газета от 12.08.1998 г. № 153—154.
2. Кичик К. Максимальная и минимальная цена государственного (муниципального) контракта // Право и экономика. — 2010. — № 7. — С. 9—15.
3. Правила госзакупок // Информационный портал по саморегулированию [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://xn--c1acb8abckhc9l.xn--p1ai/articles/pravila_goszakupok/ (дата обращения 22.09.2014).
4. Приказ Минэкономразвития России от 02.10.2013 № 567 «Об утверждении Методических рекомендаций по применению методов определения начальной (максимальной) цены контракта, цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком (подрядчиком, исполнителем)» // Журнал руководителя и главного бухгалтера ЖКХ, № 1, январь, 2014 (часть II) (Методические рекомендации — начало).
5. Смотрицкая И., Черных С. Институт контрактных отношений на рынке государственных заказов // Вопросы экономики. — 2010. — № 8. — С. 108—118.

ЧТО ОПРЕДЕЛЯЕТ ВЫБОР ЖЕНЩИНЫ В ОТНОШЕНИИ РОЖДЕНИЯ РЕБЕНКА?

Астафьева Анна Михайловна

*студент 2 курса магистерской программы «Финансы» НИУ
«Высшая школа экономики»,
РФ, г. Санкт-Петербург
Email: asta-anya@yandex.ru*

Марковская Елизавета Игоревна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент департамента финансов
НИУ «Высшая школа экономики»,
РФ, г. Санкт-Петербург*

На протяжении долгого времени подавляющее большинство развитых стран характеризуется суженным воспроизводством населения. К сегодняшнему дню некоторые из них уже ощутили его негативное воздействие как на демографическое развитие — деформацию демографической структуры и дальнейшее снижение норм детности, так и на развитие социально-экономическое, которое замедляется из-за роста иждивенческой нагрузки на трудоспособное население. В качестве ответа на демографические вызовы многие страны в разное время предприняли ряд шагов по стимулированию рождаемости.

Аналогичный тренд — позднее деторождение и уменьшение количества несовершеннолетних детей в семье — намечается и в России. Вопрос повышения рождаемости не сходит с повестки дня, разрабатываются различные государственные программы, направленные на повышение уровня рождаемости, снижения количества аборт. О признании важности повышения рождаемости свидетельствует наличие дополнительных социальных выплат со стороны государства женщинам, родившим ребенка. Причем, увеличение денежных выплат происходит с рождением каждого последующего ребенка.

Целевая программа «Повышение рождаемости и поддержка материнства» вступила в силу с 1 января 2007 года сроком на 10 лет. И сейчас уже широко идет обсуждение по поводу ее продления с целью достижения больших

результатов. А какое влияние оказывает программа на решение женщины стать матерью? И оказывает ли, в общем? Дать ответы на эти вопросы достаточно непросто, ведь на решение о рождении ребенка влияют различные факторы, и не всегда они связаны с материальной стороной.

Автор данной работы ставит перед собой задачу выявить, от каких нематериальных факторов, в целом, зависит решение женщины стать матерью, и в какой степени эти факторы оказывают свое влияние.

Новизна настоящей работы заключается в том, на данный момент в отечественной литературе не представлены исследования, выявляющие факторы, которые определяют склонность женщины к рождению ребенка. Отечественные ученые, в целом, изучают, какое влияние оказывает рождение ребенка на заработную плату женщины, график ее работы и пр., но не изучают факторы, оказывающие влияние на само рождение, что явилось поводом для проведения следующего исследования.

В качестве зависимой переменной выбрана бинарная переменная, которая при значении, равном 1, отражает намерение женщины стать матерью (в т. ч. и повторно), а при значении, равном 0, соответственно, ее нежелание. В качестве объясняющих переменных автором были избраны следующие факторы: начало репродуктивного возраста у женщины; возраст, в котором она вступила во взаимоотношения с мужчиной; численность населенного пункта, в котором проживает женщина; а также, относится ли данный населенный пункт к городскому типу; занятость в сфере обслуживания; наличие высшего образования; совместное проживание с мужчиной вне зависимости от того, зарегистрирован ли их брак официально; наличие беременности в прошлом; и если женщина была беременной, то дополнительно исследовались такие факторы, как стала ли она матерью или прервала беременность.

Исследуемые данные были взяты из «Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ-ВШЭ» (RLMS-HSE). С 1992 года в Российской Федерации ежегодно проводится первый и до сих пор

единственный негосударственный мониторинг социально-экономического положения и состояния здоровья населения Российской Федерации (RLMS).

В данной работе использованы данные репрезентативной выборки 19 волны 2010 года «Данные модуля по женскому репродуктивному здоровью». Всего в опросе приняли участие 3371 женщина из разных субъектов Российской Федерации.

В результате обработки данных: удаления пропусков, неоднозначных ответов и прочее, — в конечную выборку попали ответы 1428 женщин, из которых 1233 женщины уже когда-либо были беременными (из них 1175 рожали), а 37 никогда не были беременными и, в целом, не намерены заводить ребенка. Всего 945 женщин ответили, что не думают о материнстве.

Автор данной работы намеренно не взял в расчет количество детей, которое уже имеется у женщины на момент участия в обследовании. Очевидно, что, чем больше детей у женщины уже есть, тем меньше ее желание родить еще одного. Цель исследования — выявить, в общем, что определяет выбор женщины в отношении рождения ребенка (первого, последующего), определить склонность к рождению. При этом автор дополнительно рассмотрел влияние факторов именно на выбор тех женщин, которые уже были беременны.

Изначально автор в качестве одного из определяющих факторов взял сферу занятости женщины. Для этого в модель были введены девять фиктивных переменных, которые при значении, равном 1, определяли конкретную сферу деятельности, а при значении, равном 0, все остальные. Однако большое количество фиктивных переменных могло способствовать вырождению матрицы, поэтому, в конечном итоге, осталась одна такая переменная, которая определяет занятость женщины в сфере обслуживания. Сфера обслуживания была выбрана для анализа постольку, поскольку именно в этой сфере чаще всего возможна неполная занятость, гибкий график работы. К тому же, во время построения модели со всеми девятью переменными, именно этот регрессор оказался значимым в модели. Хотя в дальнейшем

исследовании при построении результирующей модели он стал незначимым. Название данной переменной в модели: service.

Переменная reprice в модели обозначает начало репродуктивного возраста женщины (т. е. сколько ей было лет на момент, когда она стала способна к рождению ребенка). Переменная relman определяет возраст женщины, в котором она впервые вступила во взаимоотношения с мужчиной. Town характеризует, проживает ли женщина в населенном пункте городского типа (в случае равенства 1), popul определяет численность населенного пункта. Marstatus при равенстве 1 означает, что женщина находится в постоянных серьезных отношениях с мужчиной (официальный или гражданский брак), в противном случае — одинока. Автор выбрал именно это разделение, поскольку некоторые женщины могут быть официально зарегистрированы в браке, но при этом не проживать вместе с мужчиной и не иметь семьи в полном смысле этого слова, либо, наоборот, жить с мужчиной и, вместе с тем, не регистрировать свои отношения. Переменная seceduc характеризует наличие только среднего образования, а grad — наличие законченного высшего. Pregn определяет, была ли женщина когда-либо беременной, gb — рожала ли она (живых детей), miscar — были ли преждевременные роды, в результате которых ребенок погибал, abort — прерывала ли беременность. Описательная статистика для всех переменных приведена в таблице 1.

Таблица 1.

Описательная статистика для переменных

	Среднее значение	Минимум	Максимум	Ст. отклонение
extra_kids	0,33824	0,00000	1,0000	0,47327
reprice	13,277	9,0000	19,000	1,2843
relman	18,889	13,000	30,000	2,3213
town	0,42227	0,00000	1,0000	0,49409
popul	1,0586e+006	74,000	8,8812e+006	2,3978e+006
marstatus	0,67717	0,00000	1,0000	0,46772
seceduc	0,28081	0,00000	1,0000	0,44955
grad	0,34944	0,00000	1,0000	0,47696
service	0,20938	0,00000	1,0000	0,40701
pregn	0,86345	0,00000	1,0000	0,34350
gb	0,82283	0,00000	1,0000	0,38195

miscar	0,10294	0,00000	1,0000	0,30399
abort	0,52101	0,00000	1,0000	0,49973

Из данных описательной статистики видно, что всего 33 % опрошенных женщин намерены родить ребенка, 35 % женщин имеют законченное высшее образование, а 28 % — среднее. Остальные не окончили все 10 (11) классов школы, но, возможно, имеют дополнительно диплом ПТУ. 21 % женщин заняты в сфере обслуживания. 86% опрошенных были беременны, 82 % из которых родили живого ребенка, 52 % делали аборт, 16 % столкнулись с преждевременными родами.

Для того, чтобы оценить, какое влияние оказывают вышеуказанные факторы на желание женщины родить ребенка, автором были построены модели пробит и логит (таблица 2). Эти две модели построены как для полной выборки, так и для женщин, которые уже были беременными. Причем, к последним добавляются такие регрессоры, как рождение, аборт и преждевременные роды.

Таблица 2.

Оценивание коэффициентов регрессии с помощью различных моделей

	Полная выборка		Женщины, которые были беременны	
	Probit	Logit	Probit	Logit
const	3,212** (0,5243)	5,537** (0,9068)	3,320** (0,6135)	5,851** (1,065)
repage	-0,03918 (0,02924)	-0,06879 (0,05019)	-0,03817 (0,03168)	-0,07320 (0,05491)
relman	-0,1162** (0,01853)	-0,2017** (0,03237)	-0,1250** (0,02095)	-0,2192** (0,03689)
town	0,3798** (0,08530)	0,6455** (0,1446)	0,3695** (0,09301)	0,6251** (0,1579)
popul	-1,626e-08 (1,808e-08)	-2,826e-08 (3,077e-08)	-2,465e-08 (2,097e-08)	-4,609e-08 (3,577e-08)
marstatus	0,1480* (0,08418)	0,2554* (0,1457)	0,1479 (0,09402)	0,2672 (0,1642)
seceduc	-0,1653* (0,09647)	-0,2789* (0,1685)	-0,1462 (0,1053)	-0,2575 (0,1841)
	Полная выборка		Женщины, которые были беременны	

	Probit	Logit	Probit	Logit
grad	0,4259**	0,7177**	0,3390**	0,5783**
	(0,08968)	(0,1526)	(0,09721)	(0,1654)
service	0,09017	0,1591	0,09350	0,1697
	(0,09518)	(0,1616)	(0,1056)	(0,1805)
pregn	-1,529**	-2,542**		
	(0,1182)	(0,2076)		
gb			-1,257**	-2,088**
			(0,1846)	(0,3115)
miscar			0,06684	0,07950
			(0,1287)	(0,2216)
abort			-0,4670**	-0,8005**
			(0,08256)	(0,1416)
n	1428	1428	1233	1233
Adj. R ²	0,1763	0,1762	0,1195	0,1201
lnL	-752,7	-752,7	-626,2	-625,7

Примечание. * отмечены переменные, значимые на 10 % уровне, ** — на 5 % уровне. Для моделей пробит и логит R² — это McFadden's pseudo-R². LnL — значение теста Log-likelihood

Из представленных табличных данных видно, что направленность действия факторов в моделях одинаковая, а вот степень воздействия — различается, что связано с отличным распределением остатков в данных моделях.

Итак, в результате оценивания было получено значимых 6 регрессоров: relman, town, marstatus, seceduc, grad, pregn, — и const для полной выборки, и 5 регрессоров (relman, town, grad, gb, abort) — для подвыборки.

В результате проверки гипотезы на значимость пробит и логит моделей было выявлено, что модели значимы на 1 % уровне (Likelihood ratio test).

Трактовать результаты пробит и логит — регрессий сложно, поскольку коэффициенты в модели представлены, соответственно, пробитами и логитами. Чтобы интерпретировать результаты, полученные с помощью этих моделей, необходимо взять интегральную функцию, соответственно, от нормального и логистического распределения, т. е. необходимо преобразовать коэффициенты в модели в вероятности — подсчитать маржинальные эффекты для каждой переменной. Автор использует в своем исследовании средние

маржинальные эффекты, избегая расчета предельных эффектов в какой-то определенной точке, поскольку, по мнению автора, это дает более правдоподобные результаты. Значения средних предельных эффектов сведены в следующей таблице.

Таблица 3.

Значения средних предельных эффектов, оказываемых регрессорами на результирующую переменную, подсчитанные для пробит и логит моделей

Переменная	Для полной выборки		Дополнительно для подвыборки	
	Пробит	Логит	Пробит	Логит
const	0,8248	0,8341	0,8295	0,8379
relman	-0,0354	-0,0361	-0,0366	-0,0375
town	0,1027	0,1027	0,0905	0,0887
marstatus	0,0440	0,0444	0,0433	0,0451
seceduc	-0,0478	-0,0465	-0,0407	-0,0406
grad	0,1214	0,1197	0,0916	0,0905
pregn	-0,4580	-0,4471	-	-
gb			-0,3616	-0,3485
abort			-0,1334	-0,1332

Примечание. Несмотря на то, что значения средних маржинальных эффектов переменных marstatus и seceduc подсчитаны для подвыборки, следует помнить, что они являются незначимыми. Стоит отметить, что нулевая гипотеза об обнулении всех параметров параметрических оценок данных факторов влияния отвергается на 1 % уровне значимости для всех моделей (p-value Likelihood ratio test всегда меньше 0,01). Проверка гипотез на равенство какого-либо коэффициента нулю, дала отрицательные результаты на 1 % уровне значимости для всех коэффициентов, кроме marstatus: для marstatus гипотеза отвергается только на 10 % уровне значимости

Обе модели значимы, причем доля правильно предсказанных значений в пробит-модели для полной выборки — 74,6 %, для подвыборки — 76,6 %; в логит-модели, соответственно, 74,9 % и 76,4 %. McFadden's pseudo-R² в обоих случаях равен 0,17 для полной выборки и 0,11 — для подвыборки. Отсюда можно сделать вывод, что модели очень похожи и дают практически одинаковые результаты. Далее автор будет толковать результаты исследования, используя только модель логит.

В результате оценивания факторов, которые определяют выбор женщины в отношении рождения ребенка, были выделены следующие: возраст, в котором женщина вступила во взаимоотношения с мужчиной; совместное проживание

с мужчиной; тип населенного пункта, где проживает женщина; образование, — и, дополнительно, рождение ребенка в прошлом и прерывание беременности для женщины, которая когда-либо уже была беременной.

Итак, в какой степени исследуемые факторы влияют на результирующий показатель? В ходе исследования было определено, что, в среднем, поздние первые взаимоотношения с противоположным полом отрицательно сказываются на решении родить ребенка — вероятность рождения уменьшается на 3,6 п.п. Отрицательно также сказываются наличие у женщины только среднего образования — на 4,7 п.п. и беременность в прошлом — на 44,7 п.п. При этом стоит отметить, что при построении модели логит только со значимыми переменными, переменная *seceduc* стала незначимой.

Проживание женщины в городе, напротив, увеличивает вероятность рождения ребенка на 10,3 п.п., проживание с мужчиной — на 4,4 п.п., и наличие высшего образования — на 12 п.п.

Полученные результаты являются довольно логичными: женщины, вступающие во взаимоотношения с мужчиной в более раннем возрасте, больше подвержены рискам ранней и, к сожалению, нежелательной беременности. Чем старше женщина, тем тщательнее она контролирует свою жизнь и подходит к выбору партнера более серьезно. Наличие у женщины только среднего образования уменьшает вероятность, возможно, потому, что семейный доход является недостаточно высоким, чтобы обеспечить еще одного ребенка. Фактор заработной платы не рассматривался в данном исследовании, так как автор ставил перед собой задачу исследования именно нематериальных факторов, но он может быть проанализирован в дальнейших исследованиях. Проживание в городе оказывает положительное влияние, скорее всего, потому, что в городских поселениях качество медицинского обслуживания и уровень развития социальной инфраструктуры выше, что влияет на решение женщины, особенно экономически активной, стать матерью. Проживание с мужчиной придает женщине некую уверенность в завтрашнем дне, ей есть с кем воспитывать и обеспечивать ребенка всем

необходимым. То, что женщина в прошлом уже была беременна, оказывает отрицательную вероятность на рождение, возможно, потому, что она уже является матерью.

Причины, почему 37 женщин, которые не были беременны, не собираются иметь детей в будущем, автор не исследовал в силу того, что данная подвыборка (37 единиц) является довольно нерепрезентативной, и для изучения этого вопроса ее необходимо увеличить (этой возможности на данный момент автор не имеет).

Изучая подвыборку женщин, которые когда-либо были беременны, получили практически аналогичные результаты, что и для полной выборки. Дополнительно было выявлено, что наличие детей снижает вероятность рождения еще одного ребенка на 35 п.п., а наличие аборт — на 13 п.п., т. е. есть вероятность того, что если в прошлом женщина прерывала беременность, то и в будущем она, скорее, будет избегать появления ребенка.

Полученный результат о снижении вероятности рождения последующего ребенка на 35 п.п. вполне отражает окружающую реальность: в настоящее время все чаще встречаются семьи с одним ребенком, много семей с двумя детьми, а вот существование семьи с тремя и более детьми становится редкостью. Одна из причин — поздние первые роды, вследствие откладывания женщиной рождения первого ребенка по причине самореализации в профессиональной сфере.

Выводы

В ходе исследования факторов, определяющих выбор женщины в отношении рождения ребенка, было выделено 4 основных фактора: возраст, в котором женщина вступила во взаимоотношения с мужчиной; совместное проживание с мужчиной; тип населенного пункта, где проживает женщина; образование, - и, дополнительно, рождение ребенка в прошлом и прерывание беременности для женщины, которая когда-либо уже была беременной. При этом было установлено, что проживание женщины в населенном пункте городского типа, совместное проживание с мужчиной и наличие высшего

образования оказывают положительное влияние на желание женщины стать матерью. А такие факторы, как поздние взаимоотношения с мужчиной, наличие только среднего образования, беременность, роды и аборты — отрицательное.

Таким образом, если рассматривать результаты данного исследования в контексте повышения рождаемости, то автор предлагает следующее.

Во-первых, стоит провести дополнительное обследование женщин, которые, в целом, не хотят иметь детей, с целью выявления тех причин, которые приводят их к этому решению.

Во-вторых, необходимо проанализировать, каким именно образом проживание в городе оказывает свое влияние на желание женщины стать матерью. Возможно, это наличие определенной инфраструктуры, уровень медицинского обслуживания и прочее. Или сама городская обстановка, темп жизни? Что именно оказывает влияние?

В-третьих, необходимо и дальше пропагандировать институт семьи, использовать лозунг «Ребенок должен расти в полной семье». И, по мнению автора, более тщательно подходить в школах и детских садах к воспитанию мальчиков: они — будущие мужчины, которые должны уважать женщину и уметь обеспечивать свою семью.

Список литературы:

1. «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ-ВШЭ (RLMS-HSE)», проводимый Национальным исследовательским университетом — Высшей школой экономики и ЗАО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.hse.ru/rlms/spss>

ОСОБЕННОСТИ ИПОТЕЧНОГО СТРАХОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Брынзина Дарья Владимировна,

Бутяева Светлана Асхатовна

*студенты 5 курса, кафедра бухгалтерского учета СиБГУ,
РФ, Республика Башкортостан, г. Сибай
E-mail: darya.brynzina.92@mail.ru*

Матинова Файруза Валитовна

*научный руководитель, старший преподаватель СиБГУ,
РФ, Республика Башкортостан, г. Сибай*

На сегодняшний день в Российской Федерации существует система добровольного страхования недвижимости, которая, по мнению многих специалистов, находит все больше приверженцев.

Однако, данная система страхования недвижимости не пользуется достаточным успехом за рубежом. В большинстве развитых стран мира к услугам обязательного страхования жилья прибегают в основном при условии ипотечного кредитования. Так, например, в США более 80 % недвижимости положено в ипотеке, и страхование данного вида имущества является обязательным условием кредитного договора. Страхование иного вида недвижимости происходит по усмотрению граждан, иными словами на добровольной основе.

Система ипотечного кредитования в России также обязывает граждан страховать получаемое под залог имущество, в частности жилую площадь. Гражданин (залогодержатель) обязан за свой счет страховать недвижимость в полной стоимости от возможных непредвиденных ситуаций, которые могут привести данное имущество к утрате или повреждению, а если полная стоимость страхуемого имущества превышает размер обеспеченного ипотекой обязательства — на сумму не ниже суммы этого обязательства. Для прочего вида недвижимости в России предусмотрено добровольное страхование.

На данный момент развития системы страхования в России для граждан, желающих уберечь свое имущество, в частности жилые квартиры, дома,

предусмотрено два варианта страхования. Первый вариант предусматривает возможность страхования за счет муниципальных программ, второй же предполагает обращение в коммерческие страховые службы.

В Москве программу добровольного страхования координирует Городской центр жилищного страхования, а также несколько страховых компаний, отобранных на конкурсной основе. В данном случае предоставляются условия страхования от пожара, различного рода взрывов, аварий, связанных с коммунальной системой и воздействия погодных условий.

Недвижимость можно застраховать от пожара и действий по его ликвидации, взрывов бытового газа, аварий коммунальных систем и воздействия погодных явлений. По последним данным в Москве застрахованы граждане, в чьем распоряжении находится 1 млн. 665 тыс. квартир, или 52,6 % жилых помещений из подлежащих страхованию. Данные значения подтверждают тот факт, что хотя страхование уже давно стало обыденностью, и недвижимость давно стала одной из главных материальных ценностей в жизни, страхование жилья, хотя и входит в число популярных услуг, не является основной статьей расходов среднего класса населения.

В России все более важным при покупке жилья становится его страхование. Особенно это касается случаев, когда квартира приобретается в кредит, как уже было сказано выше.

Многие граждане задаются вопросом: «Как же выбрать страховую компанию так, чтобы в случае наступления страхового случая не пришлось страдать?»

Для начала тем, кто решает прибегнуть к страхованию своего жилья, необходимо определить, какой вид страхования выбрать. Страхование квартиры может осуществляться по различным видам рисков. Это может быть страхование титула (то есть права собственности на квартиру); страхование имущества от несчастного случая; страхование гражданской ответственности, связанное с причинением вреда третьим лицам.

По мнению специалистов, реализующих услуги страхования, при ипотечном кредитовании заключается договор комплексного ипотечного страхования, который включает страхование титула, имущества и жизни заемщика. Также принято считать, что тарифы по комплексному страхованию обычно ниже, чем при страховании каждого вида риска отдельно.

На сегодняшний день в России наиболее распространенными, по мнению экспертов этой области, являются договоры страхования имущества, нежели договоры страхования титула и страхования гражданской ответственности.

До подписания договора страхования необходимо обязательно ознакомиться с правилами страхования и условиями договора. При этом надо учитывать, что условия договора будут иметь преимущество перед правилами страхования. Таким образом, если договором страхования будут предусмотрены иные условия, чем правилами страхования, то будут применяться условия договора страхования.

Специалисты советуют при выборе страховой компании руководствоваться иными суждениями, нежели советы и мнения друзей и знакомых. Для наиболее правильного выбора страховой компании можно ознакомиться с рейтингами страховых компаний. При выборе компании необходимо также проверить наличие лицензии. Для более полного представления о выбранной компании не будет лишним также ознакомиться с бухгалтерской отчетностью за несколько лет.

Отметим и тот факт, что при покупке жилья в кредит, зачастую при выборе конкретной ипотечной программы возможно прибегнуть к услугам лишь той страховой компании, которая аккредитована при конкретном банке. По этой причине по различным ипотечным программам условия страхования не всегда совпадают.

Принято считать, что ежегодный платеж по договору страхования равен 0,8—1,2 % от размера кредита, умноженного на 10 %. Также следует учитывать тот факт, что данная ставка может колебаться как в сторону увеличения, так и в сторону уменьшения или может не меняться вообще. Методика

определения величины платежа по страхованию у каждой страховой компании своя, и на нее могут влиять различные факторы. К примеру, существует зависимость от возраста заемщика, состояния его здоровья и другие.

Через какой-то промежуток времени после получения кредита заемщик по согласованию с кредитуемым банком может поменять страховую компанию на ту, где условия кажутся наиболее выгодными. Сравнивая предложения по договору страхования, необходимо также учитывать и список страховых случаев, то есть случаев, при наступлении которых будет производиться выплата. В одном договоре страхуются только стены, а в другом может страховаться и содержимое квартиры. Также могут отличаться и списки заболеваний, при которых выплачивается денежная сумма.

Выбирая страховую компанию среди аккредитованных по конкретной ипотечной программе, хороший специалист обеспечивает не только низкий размер ежегодных платежей по страховому договору, но и наиболее оптимальный список страховых случаев.

Выдавая ипотечный кредит, любая финансовая организация старается максимально снизить возможные риски. Одним из способов снижения рисков финансовых организаций и является ипотечное страхование. Какие конкретно риски будет покрывать минимальный страховой полис, зависит от требований банка, но схема оформления страхового договора унифицирована и одинакова для всех ипотечных заемщиков. Суть данного вида страхования состоит в том, что приобретенный полис позволит защитить интересы и заемщика, и банка, выдающего кредит. При этом выгодоприобретателем по данному полису будет именно банк как основная рискующая сторона.

Согласно определению, ипотечное страхование — это вид страхования, при котором страховая сумма служит для погашения кредита, полученного под залог недвижимости. По факту это отличный способ сокращения рисков с помощью обязательства компенсации возможных убытков. Согласно закону «Об ипотеке» данный вид страхования практикуется как неукоснительное условие оформления ипотеки, распространяясь на весь ее срок.

Считается, что благодаря ипотечному страхованию, клиент приобретает уверенность в завтрашнем дне, поскольку избавляет себя от рисков, связанных с потенциальным ущербом. При этом сегодня принято страховать не только предмет залога (в данном случае это недвижимость), но и жизнь, трудоспособность, а также право собственности заемщика. Но главное, что принципиально отличает ипотечное страхование от традиционного страхования, — это то, что в этом случае страхуется имущественный интерес выгодоприобретателя, связанный с ненадлежащим исполнением заемщиком обязанностей по кредитному договору.

Иначе говоря, вся процедура — это сокращение финансовых рисков, которое позволяет сделать условия кредитования более мягкими для потенциальных заемщиков. Такая практика, уже активно применяется в развитых странах и считается одним из надежных инструментов сокращения ипотечных рисков.

В настоящее время наиболее распространено комплексное страхование, как было указано выше. Безусловно, страховщикам выгодно предлагать комплексное страхование: с одной стороны оно дает им возможность продать больше своих продуктов, и с другой стороны, оно также позволяет заемщику и банку обезопасить себя практически от всех возможных рисков.

Необходимо отметить, что бывают ситуации, когда банк требует застраховать жизнь и здоровье созаемщика по ипотечному кредиту. В основном данное требование возникает в ситуациях, когда при выдаче кредита учитывались доходы созаемщика в значительном размере.

Также может возникнуть и такая ситуация, при которой заемщик или, например, его работодатель застраховал ранее жизнь и трудоспособность в какой-либо страховой компании, и ему не хочется менять страховщика этих рисков, то ему можно подобрать тот банк, который готов зачесть существующий у заемщика страховой полис, не смотря на то, что страховщик не является его партнером.

Тарифы на страхование рисков определяются индивидуально, в зависимости от их количества, особенностей заемщика и приобретаемой недвижимости. В среднем страхование жилого объекта недвижимости у разных страховых компаний колеблется от 0,3 до 0,5 %, страхование жизни и трудоспособности заемщика ипотечного кредита изменяется в пределах 0,3—1,5 %, и, наконец, страхование титула тарифицируется в диапазоне от 0,2 до 0,7 % от суммы страхового договора. Таким образом, ориентировочная сумма расходов на ипотечное страхование составляет около 1—1,5 % в год от остатка по кредиту.

Что касается сроков окончания действия договора ипотечного страхования, то они считаются истекшими при полном погашении ипотечного долга. И, если вдруг окажется, что кредит выплачен досрочно, а страховка действительно более длительное время — страховая компания по запросу заемщика возвращает неиспользованную часть уплаченного взноса.

Итак, в данной статье подробно рассмотрена система ипотечного страхования, которая в настоящее время приобретает все больший спрос среди населения Российской Федерации. Наряду с этим, необходимо констатировать и тот факт, что среди населения России начинают преобладать люди, которые действительно интересуются системой страхования, и, которые стремятся разбираться в нюансах страхового дела самостоятельно, что не может не радовать.

Список литературы:

1. Рыбин В.Н. Основы страхования: учеб. пособие. М : КноРус, 2013. — 232 с.
2. Кузнецова И.А. Страхование жизни и имущества граждан: практ. пособие. М.: Дашков и К°, 2013. — 228 с.
3. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://kupil-kvartiru.narod.ru/>

ВЛИЯНИЕ ИНТЕРНЕТА НА СОВРЕМЕННУЮ ЭКОНОМИКУ

Кибардин Михаил Геннадьевич

*студент 2 курса, факультет экономики и права БарГУ,
Республика Беларусь, г. Барановичи
E-mail: velotyr@gmail.com*

Горбач Светлана Михайловна

*преподаватель, факультет экономики и права БарГУ,
Республика Беларусь, г. Барановичи*

Интернет, как один из важнейших факторов глобализации, определяет характерные черты ее развития. Если раньше в развитых клиентоориентированных экономиках в условиях жесткой конкуренции побеждал тот, кто лучше и полнее удовлетворял потребности потребителей, то сегодня к этим двум ключевым параметрам добавилась скорость во всём многообразии её определений. Сюда входят и способность показать свою рекламу быстрее и на более заметном месте, чем конкуренты, быстрее ответить на запрос клиента, быстрее принять и обработать заказ, быстрее доставить. Обычно пользователь тратит значительное время на поиск товаров либо услуг, осуществляя поиск в сети Интернет. Объективный спрос на конкретную, оперативную информацию рождает предложение — мобильные приложения, которые в условиях роста числа покупок через Интернет с мобильных устройств могут определять успешность того или иного предприятия [4].

Множество компаний, включая и те, что имеют реальные производственные мощности, а не просто посредники делают основную ставку в развитии бизнеса на продажи через Интернет по следующим причинам: низкая стоимость привлечения потенциального покупателя и относительно дешевая реклама; достаточно легкий и быстрый выход на целевую аудиторию; отсутствие географических ограничений; возможность осуществлять деятельность не только в «домашнем» регионе, но также и вне его рамок, в том числе в других странах; возможность представить весь ассортимент продукции с детальным описанием и иллюстрациями, что приводит к повышению

конверсии; сравнительно небольшие издержки, связанные с входом на рынок и выходом с него.

Выход в сеть обуславливается и тем, что Интернет стал основным местом поиска необходимых товаров и услуг. Качественный веб-сайт может приводить больше клиентов, чем реклама в СМИ, участие в выставках и «холодный обзвон» вместе взятые, либо как минимум существенно влиять на уровень продаж.

Сегодня очень распространены и активно действуют такие платежные сервисы как Яндекс.Деньги, WebMoney, PayPal, MasterCard, Visa и др. Данные сервисы предлагают совершать платежи с использованием удобных мобильных приложений, позволяющих распоряжаться своими безналичными деньгами в любой точке мира, где есть выход в Интернет. Это увеличивает глобальное присутствие, клиентскую базу, число транзакций и, следовательно, прибыль системы [2].

Став неизменным спутником человека, телефон и/или планшетный компьютер находятся всегда рядом с ним, тогда как стационарный компьютер далеко не всегда доступен. Сегодня компании, ориентированные на долгосрочную перспективу и тесно работающие с постоянными клиентами, начинают предлагать различные мобильные сервисы, позволяющие совершать заказы любой степени сложности или, по крайней мере, относящиеся к стандартизованным товарам или услугам. Клиентам это дает удобство и скорость размещения заказа, а компаниям сверхлояльную клиентскую базу. Выход в сеть с мобильных устройств позволяет купить билет на самолет, приобрести интересующую книгу или разместить заказ на поставку комплектующих другой фирмы тогда, когда это удобно пользователю в режиме реального времени.

Относительно, не так давно появился такой тип услуг как Интернет-банкинг. Интернет-банкинг — это доступ к вашим счетам в режиме реального времени 24 часа в сутки 7 дней в неделю. Услуга интернет-банкинга благоприятствует увеличению эффективности проведения финансовых

операций. Интернет-банкинг позволяет не выходя из дома осуществлять многие банковские операции, это несомненно привело к тому, что это стало одной из самых востребованных банковских услуг. Он также обладает достаточно высокой степенью защиты, что позволяет выполнять самостоятельно различные банковские операции в интернете.

К примеру, благодаря услуге интернет-банкинга можно выполнять такие операции как: проверка баланс счета, перевод денежных средств, оплата счетов и установка автоматического снятия средств на оплату регулярных платежей.

Возможность круглосуточного доступа к интернет-банкингу в любое удобное для клиента время, несомненно, является удобным способом использования банковской карточки. Также исключена необходимость физического посещения филиала банка для осуществления различных банковских операций, которые пользователь может произвести у себя дома либо даже с мобильного устройства.

Система интернет-банкинга предлагает высокий уровень конфиденциальности при управлении личными финансами. Для входа в систему необходимо воспользоваться уникальным идентификационным номером пользователя и паролем. Также пользователь может не только выполнять различные электронные операции, но и получить доступ к последней информации о комиссионных условиях и денежно-кредитной политике банка, о новых банковских продуктах и многом другом. Что является очень удобным в современном мире [3].

Интернет-трейдинг — это способ доступа к торгам на фондовой бирже с использованием интернета, как средства связи. В последние десятилетия такой способ торговли получил очень широкое распространение, хотя и возник относительно недавно. Это связано с тем, что благодаря повсеместному проникновению интернета в жизнь каждого человека, доступ к торгам на бирже стал вполне реален для каждого. Пока далеко не все знакомы с возможностями интернет-трейдинга, как способа вложения и приумножения своего капитала. Однако уже на данном этапе развития экономики именно это услуга стала

лучшей альтернативой банковским вкладам, покупке недвижимости для сохранения и увеличения личного капитала. Это значит, что сегодня каждый может покупать и продавать акции, зарабатывая на этом — а это есть не что иное, как интернет-трейдинг [1].

Некоторые и сейчас представляют фондовую биржу в виде «биржевой ямы» — большого зала, где мужчины эмоционально машут какими-то бумажками и показывают друг другу что-то на пальцах. Те времена давно канули в лету, а шум взволнованных торговцев на торговой площадке перерос в шум серверов в офисах бирж по всему миру. То есть, инвесторы получили возможность торговать на бирже, видя все, что на ней происходит, самостоятельно принимая решения, и мгновенно заключая сделки, не выходя из собственного дома, офиса или дачи.

Интернет-трейдинг имеет несколько сильных аргументов в свою пользу:

- приемлемая стоимость операций купли-продажи;
- высокая ликвидность;
- прозрачность сделок и низкие спреды (разница между лучшими ценами покупки и продажи в один и тот же момент времени на какой-либо актив (акции, фьючерсы, опционы);
- быстрое открытие счета при минимальном стартовом капитале.

Как правило, доступ к торгам предоставляется онлайн-брокером. Онлайн-брокер предоставляет своим клиентам программное обеспечение для связи с биржей для проведения торгов и осуществляет техническую поддержку данной деятельности. В этой цепочке взаимодействий онлайн-брокер является неотъемлемым звеном, именно он предоставляет доступ для осуществления торгов на торговой площадке, т.е. на бирже.

Таким образом, характер последних изменений позволяет предположить, что наиболее рациональной и экономически обоснованной тенденцией в глобальном масштабе будет не только выход в глобальную Сеть и существенное смещение акцентов на осуществление продаж через сетевые ресурсы, но и выход на конечного потребителя через мобильные версии сайтов

в общем, и мобильные приложения в частности. Аудитория клиентов, осуществляющих покупки через Интернет является сверхлояльной, чем не может похвастать ни один другой канал сбыта товаров. Современные службы доставки позволяют эффективно решать вопросы поставки приобретенной продукции в любую точку планеты. Интернет решает вопрос выхода на целевую аудиторию и генерацию продаж, а службы доставки дают возможность участвовать в ВЭД компаниям практически любой величины и характера деятельности.

Интернет-технологии являются одним из наиболее важных факторов, влияющих на формирование современного общества. Они оказывают воздействие практически на все, что касается образа жизни людей, их образования и работы, а также взаимодействия правительства и гражданского общества. Информационные технологии быстро становятся жизненно важным стимулом развития мировой экономики, они также дают возможности частным лицам, фирмам и сообществам, занимающимся предпринимательской деятельностью, более эффективно и творчески решать экономические и социальные проблемы.

Список литературы:

1. Гарнаев А.Ю. Excel, VBA, Internet в экономике и финансах: СПб: издательство ВHV, 2002. — 816 с.
2. Гуров Г.Г. Интернет для бизнеса. М., 1997. — 304 с.
3. Соколова А.Н., Геращенко Н.И. Электронная коммерция: мировой и российский опыт. М.: Открытые системы, 2000. — 263 с.
4. Кент П. Internet / Пер. с англ. В.Л. Григорьева. М.: Компьютер, ЮНИТИ, 2002. — 356 с.

ВЕДУЩИЕ РЕЙТИНГОВЫЕ АГЕНТСТВА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ПРИТОК ИНВЕСТИЦИЙ В РОССИЮ

Коваценок Виктор Владиславович

*студент 2 курса, экономический факультет СпбГУ,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: victorkovatsenko@gmail.com*

Лукашевич Виктор Владимирович

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент кафедры мировой экономики
СпбГУ, РФ, г. Санкт-Петербург*

Известно, что в современном мире какие-то страны по тем или иным причинам имеют более высокий уровень экономического развития, нежели другие. Однако экономика не стоит на месте, она постоянно развивается, появляются новые институты, позволяющие улучшать уровень жизни людей и догонять отстающим развитые страны. Одним из таких институтов являются иностранные инвестиции.

Следовательно, у развивающихся стран возникают возможности преодолевать своё отставание за счёт чужого капитала из чужой страны. Основная задача на сегодня — найти способ привлечь инвесторов в свою экономику и научиться эффективно использовать предоставленные ресурсы. Стоит отметить, что особенно ценен импорт капитала в виде прямых иностранных инвестиций (ПИИ). «Они являются вложениями в реальный сектор экономики. ПИИ не только стимулируют экономический рост, но и приводят в производство новые технологии, ноу-хау и новый менеджмент рыночного типа» [6, с. 23].

Перед Россией сегодня стоит задача запустить инвестиционный механизм экономического роста. Именно он поможет найти решение накопившихся острых проблем и дать толчок развитию реального сектора экономики. Пока наша страна не использует в полной мере возможности ПИИ. Россия занимает одно из последних мест среди растущих рынков по величине ПИИ на душу населения. Сложность положения с притоком ПИИ в экономику России заключается как в их мизерности по отношению к ВВП (2—3 %), так и в том,

что их потоки направляются отнюдь не в те отрасли и регионы, которые в большей степени нуждаются в модернизации. Так, 70 % ПИИ-потоков направляются в торговлю и сырьевые отрасли, 60 % ПИИ сконцентрировано в Москве и Санкт-Петербурге [5].

Тут возникает вопрос, что определяет объем и структуру иностранных инвестиций в России? Во-первых, это инвестиционная политика государства. Во многом от ее эффективности зависит положение страны в отношении ПИИ. Еще одним немаловажным фактором, влияющим на объем привлеченных инвестиций, являются оценки и рейтинги авторитетных международных рейтинговых агентств. Как правило, инвесторы при выборе места приложения капитала ориентируются на позицию страны в таком рейтинге. Однако, далеко не всегда оценка данная агентством оказывается объективной, в то же время она может стать определяющей для иностранного инвестора и в конечном счете отрицательно сказаться на притоке ПИИ в страну.

Именно о таких оценках пойдет речь в данной статье.

Обычно такие рейтинги используются для допуска тех или иных инвестиций в списки приемлемых и ограничений на вложения. Причем они оценивают исключительно способность компаний, государств, региональных органов власти платить по долговым обязательствам, а не возможности для роста экономики страны. Так, к примеру, страна с авторитарным режимом, делающая все возможное для обслуживания умеренного внешнего долга, будет иметь больший рейтинг, чем молодое демократическое государство, активно пользующееся заемными средствами на развитие инфраструктуры [1].

Особый интерес к рейтингам проявляется в период рецессий и кризисов, когда начинается «массовое бегство» за качеством инвестиционных продуктов. Инвесторы желают незамедлительно получать информацию о состоянии платежеспособности тех или иных компаний или государств. В связи с этим нередко на рейтинговые агентства обрушивается критика со стороны все тех же инвесторов и государственных регуляторов за несвоевременное

предоставление оценки экономики страны или компании. И, как следствие, возникает вопрос об авторитете рейтинговых агентств. Тем не менее, на мировом рынке существуют 3 самых влиятельных агентства из США, контролирующих более 95% рынка данного сектора. Это Moody's, Fitch, Standard & Poor's (S&P).

Рассмотрим на примере S&P зависимость оценки рейтингового агентства и приток ПИИ в Россию. После кризиса 1998 года рейтинг России долгое время оставался на уровне неинвестиционного (оценка «BB+» и ниже) в эти же года мы видели некую стагнацию в плане роста притока ПИИ. Поэтому целесообразно рассмотреть изменение кредитного рейтинга России за последние 10 лет (рис. 1), с того момента как наша страна вошла на инвестиционный уровень (оценки «BBB-» и выше).

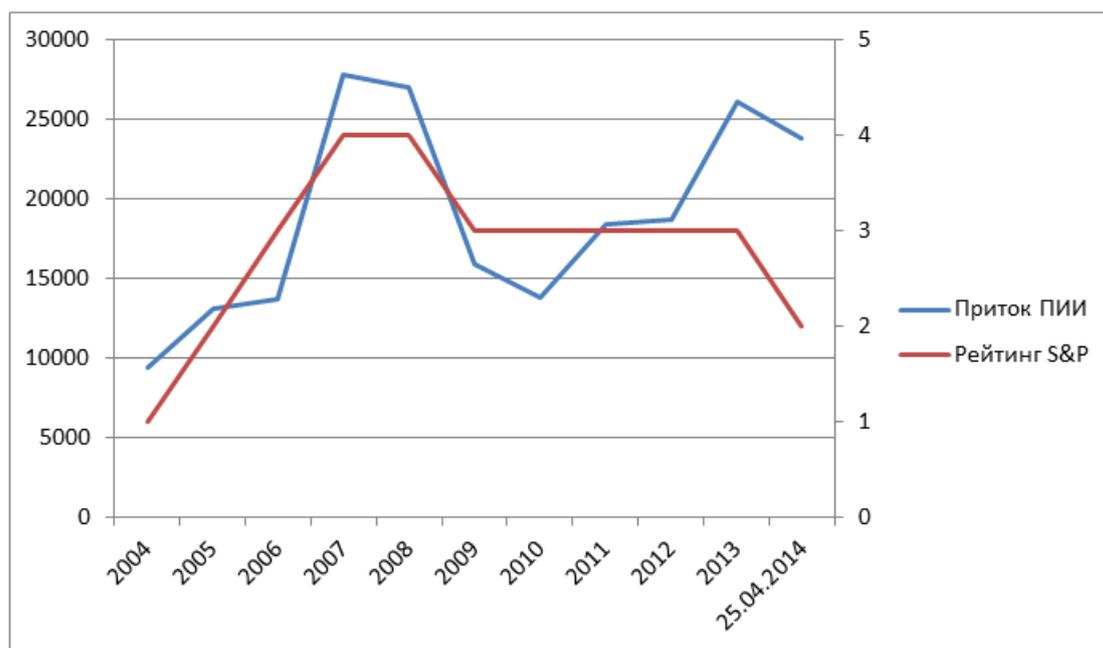


Рисунок 1. Приток ПИИ и рейтинг S&P 2004—2014 гг. Источник: S&P [3], Росстат [5]. Примечание: значение «BB+»=1, «BBB-»=2, «BBB»=3, «BBB+»=4, значение притока ПИИ за 2014 год прогнозируемое

Как видно из рис. 1, динамика изменения рейтинга S&P очень схожа по направлению с изменениями объемов привлеченных ПИИ. Одновременно с переходом России в разряд инвестиционной группы (2005 г.) мы видим

существенный рост притока ПИИ, который продолжается на фоне повышения оценки S&P. Спад в 2009 г. также прочно связан с рейтингом S&P. Причем можно заметить что, повышение оценки ведет к гораздо большему увеличению объемов ПИИ, снижение же приводит к сильному спаду. Получается, что рейтинговые агентства являются катализатором увеличения или уменьшения притока ПИИ. Вероятно, некие объективные условия заставляют агентства повысить рейтинг страны, далее инвесторы опираются на данную оценку и начинают еще активнее вкладывать средства, ровно то же самое с точностью наоборот происходит при снижении рейтинга.

Исходя из предыдущего анализа, можно сказать, что оценки в рейтинговых агентствах могут существенно влиять на решения инвесторов. В связи с этим возникает очень острая проблема, связанная с высокой монополизацией рынка рейтинговых агентств, причем все они базируются в одной ведущей мировой экономической державе — США.

В свете последних событий и обострения геополитической ситуации между Россией и Украиной 25.04.2014 г. рейтинговое агентство S&P понизило рейтинг России до «BBB-», что является гранью между инвестиционной и неинвестиционной категориями привлекательности независимого эмитента (государства в данном случае). Другие 2 агентства (Moody's и Fitch) также понизили свои прогнозы по российской экономике. Но ведь Россия является страной с одним из самых низких соотношений госдолга к ВВП (около 10 %) и способна платить по своим долговым обязательствам [4]. Вероятно, существовал некий другой мотив понижения рейтинга.

На недавнем специальном совещании у первого вице-преьера Игоря Шувалова эксперты, представители российских банков и рейтинговых агентств, единодушно расценили эти решения как политически мотивированные, которые, однако, несут в себе экономические последствия. Данное понижение рейтинга ведет к удорожанию кредита, падению цен на российские активы, девальвации рубля, снижению инвестиционной привлекательности страны, на фоне и без того немалого оттока капитала (более 50 млрд. \$ только за 1 кв.

2014 г.) [7]. Американские рейтинговые агентства диктуют условия, как инвестировать пенсионные накопления НПФ, их оценки являются определяющим фактором для ЦБ при регулировании работы российских банков на внешних рынках [2].

Таким образом, «большая тройка» американских рейтинговых агентств является не только экономическим, но и мощным политическим манипулятором. Задача государства на сегодня — дать российским агентствам такие же возможности, какими сейчас пользуются Moody's, Fitch и Standard & Poor's, и для начала предоставить ЦБ право аккредитации рейтинговых агентств. А дальше задача самих рейтинговых агентств — встать в один ряд с «большой тройкой».

Итак, различные кредитные рейтинги существенно влияют на инвестиционный климат и даже могут определять политику таких регуляторов, как ЦБ. Несовершенство рынка рейтинговых агентств, диктование условий на нем только тремя крупными американскими игроками является существенной проблемой для всего остального мира, в том числе и для России. Проблема стала еще более очевидной после эскалации конфликта на Украине и ухудшения отношений России с Западом. Следует как можно скорее создать необходимую нормативную базу и соответствующие условия для появления и выхода на мировую арену независимых рейтинговых агентств из России. На наш взгляд, было бы наиболее эффективным заручиться поддержкой у ведущих развивающихся стран, чтобы сместить баланс сил на мировой арене в сторону от американской гегемонии. Нынешние дружеские отношения со странами БРИКС позволяют работать в данном направлении.

Список литературы:

1. Зачем нужны кредитные рейтинги? // Forbes.ru ежеднев. интернет изд. 2011 21 авг. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.forbes.ru/ekonomika-opinion/finansy/69427-zachem-nuzhny-kreditnye-reitingi> (Дата обращения 02.09.14).

2. Зубков И. «Тройке» поставили неуд // Российская газета — Федеральный выпуск № 6367 (95). [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rg.ru/2014/04/25/reiting.html> (Дата обращения 18.05.14).
3. Общие сведения о кредитных рейтингах // Standard & Poor's Financial Services LLC [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.standardandpoors.com/ru_RU/web/guest/home (Дата обращения 02.09.14).
4. Раздел макроэкономической статистики // Вести экономика ежеднев. интернет изд. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.vestifinance.ru/macro/statistics> (дата обращения 19.09.14).
5. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.gks.ru> (Дата обращения 04.09.14)
6. Фишер П. Привлечение ПИИ в Россию: 5 шагов к успеху: Практическое руководство/ П. Фишер. М., Флинта, Наука, 2004 — 323 С.
7. United Nations Conference on Trade and Development [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.unctad.org> (Дата обращения 02.09.14).

МУРОМЦЕВСКИЙ РАЙОН, КАК ОДНА ИЗ ТЕРРИТОРИЙ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА ОМСКОЙ ОБЛАСТИ

Расщупкин Кирилл

*магистрант, факультет экономики и сервисных технологий
Омский государственный институт сервиса,
РФ, г. Омск
E-mail: kafgd@list.ru*

Маевский Дмитрий Павлович

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

Согласно положениям перспективной программой развития туризма в Омской области, для стимулирования региональной туристской отрасли планируется применить кластерный подход. В этой связи на территории области определено пять районов, которые войдут в структуру формируемого туристского кластера. Исследование посвящено изучению туристского потенциала одной из кластерных территорий — Муромцевскому муниципальному району.

Омская область вошла в число 30 регионов России, в которых туристические потоки превышают 100 тысяч посещений в год. Вопрос развития туризма в Омской области в последнее время активно обсуждается правительством нашей страны. Утверждена программа по развитию туристской отрасли региона ««Развитие культуры и туризма» на 2014—2020 годы» [1], в которой в качестве методологического инструмента развития туризма региона обозначен кластерный подход. Согласно данному документу структуру туристского кластера Омской области вошли пять муниципальных районов: Муромцевский, Тарский, Большеуковский, Тюкалинский, Большереченский и Одесский. На основе учета туристского потенциала территорий.

Цель данного исследования заключается в определении перспективных для развития видов туризма в Муромцевском районе.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи: 1. Изучить природные ресурсы, историко-культурные объекты,

событийные мероприятия с позиции туристской аттрактивности. 2. Изучить туристскую инфраструктуру территории. 3. Предложить перспективные направления развития туризма в Муромцевском районе Омской области.

Социально-экономическая характеристика района. Экономика Муромцевского района представлена следующими отраслями: сельское хозяйство, перерабатывающая промышленность, транспорт и связь, жилищно-коммунальное хозяйство, услуги в сфере туризма, строительство. Через р.п. Муромцево проходит дорога областного значения, соединяющая областной центр с Седельниковским районом Омской области. Из общей протяженности дорог 55,2 % — дороги областного значения. Транспортным сообщением охвачены 52 населенных пункта [2].

В структуру отрасли связи в Муромцевском районе входят: Омский филиал ОАО «Ростелеком», ООО «Милеком», сотовые операторы: Билайн, МТС, Теле2, Мегафон, Муромцевский почтамт УФПС Омской области — Филиал ФГУП «Почта России». Охват населения услугами связи, включая сотовую, по оценке составляет более 70 %. Доходы консолидированного бюджета района в 2012 году составили 446 млн. руб., доля налоговых и неналоговых доходов в структуре бюджета составляет 21,4 %. Налоговые и неналоговые доходы бюджета района сформированы в основном за счет налога на доходы физических лиц, налога на совокупный доход, доходы от использования имущества, находящегося в муниципальной собственности, общий удельный вес которых в объеме собственных доходов составил 91,7 % [2].

Услуги культуры оказывает 40 учреждений клубного типа. В районе есть кинодосуговый центр с 6 филиалами, 29 библиотек, историко–краеведческий музей, две детских школы искусств с тремя филиалами. Доля фактической обеспеченности учреждениями культуры от нормативной потребности составляет 198 % (клубами и учреждениями клубного типа) и 55 % библиотеками [2].

Краткая характеристика природно-рекреационных ресурсов территории.

Основной водной артерией Муромцевского района является мелководная река Тара, протяженность ее по району составляет 184 км, ширина от 60—100 м. Пресные озера в долине реки Тара такие как озеро Линево, озеро Данилово, озеро Щучье, озеро Шайтан. Также следует отметить наличие заказников, часть из которых имеет статус регионального значения (заказники «Аллапы», Бергамакский», охотхозяйство «Муромцевское»). На территории района обитают такие представители природного мира как лоси, косули, бобры, куницы, колонок, хорьки, горностаи, белки, ондатры, зайцы-беяки, лисы, тетерева, куропатки белые, водоплавающая и болотная дичь

Культурно-исторические ресурсы территории и событийные мероприятия. На территории Муромцевского района располагается 202 объекта культурного наследия, в том числе 164 объекта археологического наследия, включенных в единый государственный реестр объектов культурного наследия. Муромцевский Краеведческий Музей создан в 1985 г. — является основным центром сосредоточения культурно-исторических достопримечательностей. Экспонаты музейного комплекса раскрывают богатейшую материальную и духовную культуру древней и современной истории района. Также следует отметить насыщенность районной жизни событийными мероприятиями. Регулярно проводятся районные праздники спорта, в которых принимают участие жители населенных пунктов всех сельских поселений.

Большое развитие получил биатлонный спорт, в котором наши земляки добились значительных успехов. К массовым событийным мероприятиям следует отнести этнический фестиваль «Солнцестояние» (22—23 июня), святой праздник Крещения организуемый Калачинской Епархией (19 января), Пасхальная неделя, Троицкие гуляния (22 июня).

Территория Муромцева связана с легендой об энергетическом центре Земли, тайнах местных озер. В этой связи Муромцева является территорией паломничества для представителей разных религиозных конфессий.

Туристская инфраструктура района. На территории района расположено несколько малых гостиниц и иные средства размещения. Наиболее популярными из них являются: база отдыха «Артын», туристическая стоянка на озере Линёво, гостиный дом «Окуневский», гостиный дом «Ермак», гостевой хутор «Белая Вежа». Предприятия питания в большей части представлены кафе и столовыми. Также имеются магазины, осуществляющие торговлю сувенирной продукцией.

В целях координации деятельности в сфере туризма создано МКУ «Пять озер», основными направлениями деятельности которого являются: создание условий, способствующих развитию въездного и внутреннего туризма, предоставление информационных услуг, проведение экскурсионных программ, событийных мероприятий. Предлагаемые туристам маршруты имеют сертификат соответствия РОСС RU АЕ 92 М 02225.

Проведя обзорный анализ туристских ресурсов Муромцевского района можно предположить, что наиболее перспективными видами туризма для данной территории могут являться:

- религиозный туризм; предпосылкой развития данного вида туризма является проживание общин, относящихся к разным оккультно-мистическим течениям; легенды о паранормальных явлениях, которые можно наблюдать на территории района.

- экологический туризм — основывающийся на посещении экологически чистых озёр на территории Муромцевского района;

- орнитологический туризм, основанный на поездках с целью наблюдения за редкими птицами. Для данных туров разрабатываются специальные туристские маршруты по сезону в край наибольшего скопления определенных видов птиц; туристам предоставляются подготовленные укрытия и вышки для наблюдения, техника, сопровождение;

- спортивно-оздоровительный туризм (лыжный спорт);

- руральный (аграрный) туризм. Потенциал для развития деревенского туризма в Омской области, и в Муромцевском районе в частности,

обеспечивается фермерскими и другими индивидуальными видами сельскохозяйственных предприятий. По нашему мнению, наиболее востребованными объектами рурального туризма могли бы стать деревни Окунево, Бергамак, Надеждинка, Курганка, Кондратьево. Основными препятствиями развитию рурального туризма в Омской области является низкая разработанность экономических и нормативно-правовых механизмов привлечения сельского населения к этой деятельности;

- событийный туризм;

Таким образом, территория Муромцевского района обладает достаточным потенциалом для развития внутрирегионального и въездного туризма. Сдерживающим фактором увеличения туристских потоков является качество дорожной инфраструктуры (на ряде участков трассы необходим ремонт дорожного полотна, недостаточное число предприятий придорожного сервиса и пр.). Рассматривать территорию данного района в качестве структурного элемента туристского кластера Омской области, то брендовое преимущество Муромцева может развиваться на легендах о паранормальных явлениях, на интересе туристов стать участником различных религиозных праздников и ритуальных действий, на возможностях окунуться в экологически чистый природный мир и попытать счастье в разгадке тайны Пяти озер.

Список литературы:

1. Государственная программа Омской области «Развитие культуры и туризма» на 2014—2020 годы // Туристский портал «Омское Прииртышье. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://omsk-turinfo.com/novosti/gosudarstvennaya-programma> (дата обращения 10.09.2014).
2. Муромцевский муниципальный район [электронный ресурс] // Портал Правительства Омской области. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://murom.omskportal.ru> (дата обращения 14.09.2014).

ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В РОССИИ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Саенко Юлия Вячеславовна

*студент 1 курса магистратуры, экономический факультет, СПбГУ,
РФ, г. Санкт-Петербург
E-mail: julia-saenko@rambler.ru*

Казанский Александр Вячеславович

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

Крупномасштабные инфраструктурные проекты, проводимые во всем мире, требуют больших инвестиций, причем капиталовложения настолько масштабны, что их окупаемость затягивается на долгие годы и сопровождается большим риском для инвесторов. Привлечение традиционных форм кредитования и инвестирования (корпоративное, венчурное) не способно в полной мере обеспечить необходимую финансовую базу, более того, ни один участник, ни одна кредитная организация не обладает в достаточном объеме необходимыми ресурсами и вряд ли может их привлечь. В связи с существующими проблемами привлечения инвестиций возникает необходимость поиска новых методов финансирования. В таких условиях приоритетной формой субсидирования крупных долгосрочных проектов становится проектное финансирование.

ПФ представляет собой особый вид финансирования, основанный на комплексном использовании различных источников и инструментов, при котором будущие доходы обеспечивают погашение долгов, а залогом выступают активы специально созданной для проекта компании. Данный вид финансирования имеет свою специфику и является самым комплексным из существующих методов инвестирования.

В мировой практике ПФ активно применяется уже достаточно долгое время для реализации капиталоемких проектов. Вовлеченность России в мировые хозяйственные связи требует осуществления подобных по масштабу и значимости проектов для укрепления национальных компаний и экономики

в целом. В связи с этим появляется потребность в использовании и развитии проектного финансирования в нашей стране.

Широкому использованию данного вида финансирования в РФ препятствуют определенные барьеры в виде отсутствия проработанной законодательной базы, судебной практики, существующей базы подобных проектов, а также специалистов в данной области. Актуальность проведенного исследования заключается в растущей привлекательности ПФ как способа поддержки крупных инфраструктурных проектов во всем мире и необходимостью его развития в России.

В данном исследовании на основании сравнения практики ПФ в России и мире выделены особенности, присущие ПФ в РФ:

- Более длительный прединвестиционный период, который занимает месяцы в мире и до 1,5 лет в РФ.

- Доля собственного капитала в новых проектах превышает среднюю в мировой практике (доля СК составляет порядка 15% в зарубежных странах, и находится на уровне 50 % в РФ [4]). Данный факт объясняется более высокими рисками кредиторов.

- Третьим отличием российской практики ПФ является отсутствие счетов-эскроу, что является большим недостатком. Суть такого вида счетов состоит в том, что все денежные потоки проекта находятся на одном счете. Во-первых, это помогает контролировать все денежные поступления и выполнение расходов. Во-вторых, не нужно переводить деньги на отдельный счет кредиторов для погашения обязательств — это повысит прозрачность использования средств.

- Естественной российской особенностью является преобладание нефтегазового сектора как сферы использования ПФ, в то время как в мире традиционными секторами для ПФ являются инфраструктура и электроэнергетика [2, с. 64]. Сравним: 62 % ПФ в России направлено на нефтегазовую отрасль, в мире в целом — лишь 20 %. В зарубежных странах ПФ используется в основном в энергетической отрасли (29 %, в РФ — порядка

2 % общего объема) и для поддержки инфраструктуры (28 % против 5 % в РФ) [4]. При этом успешно в России реализуются транспортные проекты (участок дороги Москва-Санкт-Петербург, Западное высокоскоростное кольцо в Санкт-Петербурге, аэропорты в Омске, Владивостоке)

- Кроме этих отличий, по оценкам специалистов, ставки проектного финансирования за рубежом составляют 6—10 %, в России — 11—12 % (при этом стоимость кредитов на строительство может достигать до 14 %) [4]

- Также одним из отличий ПФ в России является склонность к повышенному валютному риску в виду того, что финансирование предоставляется в одной валюте, а продукция реализовывается в другой

На основе особенностей ПФ в РФ выделены определенные факторы, которые тормозят его развитие.

Наиболее важной проблемой является слабая правовая защита инвестора при осуществлении проекта, выполнении залоговых и гарантийных операций. Данная проблема частично решена с принятием новых нормативных актов, в части урегулирования вопросов о передаче имущества в обеспечение обязательств перед кредиторами, создании института управляющего залогом, введением понятия номинального счета для защиты денежных средств и увеличения гарантий для кредиторов [3, с. 1]. После анализа нововведений в законодательство о ПФ можно сделать вывод о том, что российская практика постепенно сближается с мировой в плане защиты интересов кредиторов, управления залогом, защиты денежного потока [1, с. 26].

Также одним из основных факторов медленного роста ПФ в России является жесткая политика ЦБ по отношению к банковским продуктам. Регулятор предъявляет повышенные требования к резервированию 50—100 %, а также нормативы по максимальному размеру риска на одного или группу связанных заемщиков (max 25 %) Как результат — высокая стоимость (по сравнению с мировой практикой) и срок кредита в среднем 5 лет.

Причиной медленного развития механизма ПФ также являются неурегулированные отношения государства и бизнеса в сфере ГЧП. Несмотря

на то, что в России привлечением капиталовложений в реальный сектор экономики занимается целый ряд государственных организаций и учреждений (например, Федеральный центр проектного финансирования) условия для работы механизмов осуществления проектного финансирования, а также привлечения на эти цели средств частного финансового сектора и населения созданы не были. По опросам специалистов инфраструктурных компаний представителей отраслей, в которых возможно применение механизма ГЧП, 92 % респондентов заявляют, что взаимодействие бизнеса и государства по вопросам ГЧП малоэффективно, 67 % говорят о слабой государственной политике, в которой внимание уделено только транспортной отрасли. Также один из недостатков — отсутствие законодательства и отраслевых актов, регулирующих сферу ГЧП [5, с. 9]. В настоящее время в РФ на условиях ГЧП в разных стадиях реализации находятся 131 проект, общей стоимостью более 1 трлн. руб., из которых за счет государства профинансировано 12 %. Более трети проектов регулируются нормами региональных законодательных актов, необходима единая унифицированная законодательная база.

Исследовав особенности и проблемы ПФ в России, предлагаем определенные рекомендации:

- Наряду с введением определения ПФ, необходимо придать номинальным счетам статус эскроу-счетов. Данная норма обеспечит аккумулирование всех денежных средств проекта на одном счете, тем самым позволяя контролировать расходование средств, а также защитит интересы кредиторов.

- Одним из способов повышения стабильности возврата средств для кредиторов, привлекательности для инвесторов является участие государства в проекте. Привлечение государства и увеличение его заинтересованности в проекте возможно через долю в собственном капитале проектной компании

- Что касается методов снижения рисков проекта — применение разнообразных контрактов среди всех участников и увеличение видов услуг

страховых компаний способствует снижению неопределенности и увеличивает вероятность успешной реализации проекта. В настоящее время, в основном, страхуется стадия строительства в РФ, необходимо страховать все стадии (прединвестиционная, инвестиционная)

- Проблемы недостатка профессионалов в сфере ПФ возможно решать путем обучения российских кадров, привлечения зарубежных специалистов, стажировок в успешных зарубежных компаниях. Проектное финансирование является достаточно новым и неразработанным видом в России, и, естественно, еще достаточно мало профессионалом в сфере страхования, банковского дела, консалтинга, связанного с ПФ.

На основании проведенного исследования можно сделать 2 основных вывода: во-первых, механизм ПФ в России обладает определенными особенностями, отличными от зарубежной практики, и, во-вторых, рынок проектного финансирования в РФ имеет значительный потенциал роста, при условии устранения выявленных проблем.

Список литературы:

1. Крупышев Д., Соколов Д. Правовые риски в рамках проектного финансирования//Юридическая работа в кредитной организации — 2011. — № 4 — с. 26—36.
2. Крутова И.Н. Банки как источники проектного финансирования//Банковское дело — 2008. — № 11 — с. 59—64.
3. Никонова, И. Законодательная база проектного финансирования// Промышленные ведомости/2014. № 1 [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.promved.ru>
4. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.rcb.ru/> Российские реалии рынка проектного финансирования// РЦБ/ 2008. № 2.
5. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL:<http://pppinrussia.ru/> Рейтинг регионов ГЧП-2014. Развитие государственно-частного партнерства в субъектах Российской Федерации. М.: Центр развития государственно-частного партнерства, 2014.

АНАЛИЗ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Фомина Мария Сергеевна

*студент 3 курса, факультет социально-экономический
КФ МГТУ им. Н.Э. Баумана,
РФ, г. Калуга
E-mail: mariya.fomina@list.ru*

Лаврухина Наталья Викторовна

*научный руководитель, канд. экон. наук, доцент КФ МГТУ им. Н.Э. Баумана,
РФ, г. Калуга*

Инновационная деятельность — это вид деятельности, который связан с изменением и трансформацией накопленных знаний в новый усовершенствованный продукт, технологический процесс, используемый в деятельности организации, а также в новый подход к оказываемым услугам, внедряемый на рынке товаров или услуг.

Сохранение долговременной устойчивости высоких темпов экономического роста невозможно без непосредственного увеличения доли конкурентоспособной продукции и услуг на рынке. Мировой опыт показывает, что процесс ускорения инновационного развития не может быть обеспечен только за счет единичного финансирования. Следует проводить системное, многократное и масштабное финансирование в конкурентоспособные отрасли, а также в отрасли, которые скоординированы с ними по технологическим взаимосвязям.

Несмотря на то, что существует широкий выбор ряда источников финансирования инноваций, присутствуют факторы, которые негативно влияют на развитие новых высокотехнологичных российских компаний. Например, недостаточное развитие рынка венчурного капитала.

Общеизвестно, что в рыночной экономике большую часть научных исследований и разработок реализуют коммерческие фирмы. В связи с тем, что инновационная деятельность является достаточно капиталоемким процессом, фирмам постоянно приходится осуществлять поиск оптимальной

структуры необходимых источников финансирования. В развитых странах мира финансирование инновационной деятельности проводится за счет государственных и частных источников. Для большинства стран Западной Европы и США характерно примерно равное распределение финансовых ресурсов между государственным и частным капиталом для научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР).

Наиболее существенная доля частного сектора по отношению к финансированию научных исследований и разработок наблюдается в США, Финляндии, Швеции (70—75 %), Германии, Франции, Бельгии (65—60 %). Государство концентрирует свое внимание на финансировании в основном фундаментальных исследований, которые осуществляются университетами, государственными и полугосударственными исследовательскими лабораториями и институтами, оказывает селективную регуляцию и поддержку инновационным разработкам в частном секторе. Однако стоит отметить, что методы распределения государственных ресурсов, направленные на поддержку НИОКР в частном секторе, реализуются в странах по-разному. Так во многих странах ЕС преобладает диверсифицированный подход в распределении средств между частными фирмами, в США, напротив, направляемые государством средства в НИОКР частного сектора скооперированы в небольшом количестве компаний. Всего 0,5 % американских компаний получают 84 % государственного финансирования на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы [4].

К сожалению, на сегодняшний момент положение инвестиционного климата и инновационной деятельности в России сильно отстает от развитых стран. В ситуации отсутствия собственных средств у организаций, уменьшения объема государственной поддержки и недостатка стратегического мышления у руководящего звена необходим приток частного капитала.

Согласно статистическим исследованиям, после 1990-х годов в условиях экономического кризиса, который произошел в результате отмены планово-централизованной системы, процесс финансирования российской науки резко

снижился. К концу 2000-х годов в России внутренние затраты на научные разработки и исследования составили 169,9 млрд. рублей, что примерно было в два раза ниже уровня 1990 года. Доля затрат на исследования и разработки в ВВП составляла 1,28 %. Если в 1990 году Россия по значениям данного показателя располагалась на уровне ведущих экономических стран, то теперь она ближе к группе стран с низким научным потенциалом [2].

Основными источниками финансирования инновационной деятельности являются:

1. Государственные источники финансирования инновационных проектов в России, государственные заказы и государственные конкурсы, а также собственные и заемные средства инновационных организаций.

Процесс финансирования инновационной деятельности за счет бюджетных средств осуществляется в соответствии с целями и приоритетами государственной инновационной политики, которая в свою очередь предназначена для решения крупномасштабных научно-технических проблем и для поддержки малого и среднего инновационного предпринимательства. Государственное финансирование предоставляется на безвозвратной и безвозмездной основе в форме грантов. Получение гранта может позволить себе далеко не каждый, поскольку необходимо предоставить более выгодный проект, средства на который пойдут целенаправленно и принесут финансовую выгоду в будущем. Это может затруднить получение достаточного объема государственных средств.

К собственным средствам организации могут относиться внебюджетные средства, совершающие инновационную деятельность, а также средства инвесторов. Одним из наиболее важных источников формирования собственных средств предприятия выступают фонд амортизационных отчислений и фонд развития производства. Фонд амортизационных отчислений зачастую выступает в роли основного внутреннего источника предприятия при приобретении основных средств, которые необходимы для реализации инновационной деятельности. Как и другие фонды специального назначения,

фонд развития производства основывается за счет той прибыли, которая остается в распоряжении предприятия. Порядок формирования фонда развития производства и нормы отчисления самостоятельно устанавливаются предприятием.

Значительной особенностью предприятий, занимающихся инновационной деятельностью и опирающихся на собственные средства, является их относительно малые масштабы и возможное отсутствие внедряемых разработок. Таким образом, постепенный характер инновационных проектов обуславливается за счет недостаточного количества средств. В этой ситуации предприятие лишается возможности одновременной реорганизации всех сторон своей деятельности.

Финансирование инновационной деятельности за счет средств инвесторов осуществляется в виде:

- инвестиций в ценные бумаги (акций, векселей, облигаций). Стоит определить отличие между приобретением инвестором акций и облигаций. В первую очередь, облигации гарантируют получение дохода и возврат капитала инвестору, являясь тем самым менее рисковым вложением, чем акции. Акции же напротив не гарантируют возврата вложенного состояния, но дают право участия в управлении организацией и потенциально могут принести больший доход инвестору.

- кредитных инвестиций;
- прямых вложений в денежной форме в виде ценных бумаг, основных фондов, интеллектуальной и промышленной собственности, а также прав на них, которые реализуется на основании заключения партнерских соглашений о совместном ведении инновационной деятельности;

- посредством использования лизинга и других способов и возможностей привлечения инвестиций.

В отличие от заемных средств, лизинг обладает рядом преимуществ. В случае лизинга первоначальный взнос инвестиций составит от 15 % до 50 % от общей суммы капиталовложений, оставшаяся часть будет выплачена в виде

лизинговых платежей. Лизинговые платежи сопоставимы с применением амортизации при ускоренном коэффициенте до 3, что создает дополнительные преимущества в целях уменьшения налогооблагаемой базы.

2. Негосударственные российские источники финансирования. Они подразделяются на российские венчурные компании и фонды, российские инвестиционные организации и российские инвестиционные фонды.

Венчурный капитал представляет собой сумму денег, вкладываемых в новое предприятие в виде обыкновенных акций или долговых обязательств. Подобный капитал не подлежит регистрации несколько лет, поскольку долговые обязательства не могут быть проданы до тех пор, пока их выпуск не зарегистрирован, иными словами, они не обладают ликвидностью эти несколько лет. Отсюда следует, что венчурные инвестиции — это рискованный капитал, целью которых служит поддержка и развитие быстрорастущих фирм, которые зарождаются в процессе реализации коммерчески выгодного и перспективного проекта. Венчурный капитал не владеет свидетельством получения дохода в форме фиксированных процентов, а также в виде залога или гарантий по его возврату инвестору.

Таким образом, можно сказать, что венчурный бизнес является основной формой технологических нововведений. Данный способ ведения предпринимательства нацелен на процесс коммерциализации результатов научно исследовательских и опытно-конструкторских работ в областях, перспективы которых не гарантированы, а также имеется значительная часть риска.

Венчурное финансирование ведется в двух основных формах:

1. Посредством приобретения акций новых фирм.
2. Путем предоставления кредитов различного вида, чаще с возможностью конверсии в акции или облигации. Венчурный бизнес отличается от других форм финансирования тем, что:

- вложение финансовых средств в венчурный бизнес осуществляется без гарантии и материального обеспечения;

- наличие обязательного долевого участия инвестора в уставном капитале предприятия, иными словами, рисковый капитал выступает в роли паевого взноса;

- средства инвестора предоставляются на длительный срок и на безвозвратной основе.

В настоящее время в России функционируют около 30 венчурных фондов, однако, управление этими фондами происходит в основном за счет западных компаний, аккумулирующих средства иностранного капитала. Однако стоит отметить положительную тенденцию появления венчурных структур с участием отечественного капитала. В частности, это Национальный венчурный фонд. Он послужил толчком в образовании нескольких российских венчурных фондов в 2003—2004 гг.

Но российский венчурный рынок пока еще не в полной мере восполняет спрос на рисковое (венчурное) финансирование. Одна из причин подобной ситуации — это отсутствие определенной законодательной базы в этой области. Предпосылками этому служит неимение действующего стимулирования для корпоративных и частных инвесторов с той целью, чтобы они начали финансирование венчурного бизнеса [3].

Немаловажную роль по образованию инновационного климата в России играют инвестиционные фонды, основанные главным образом на смешанной форме финансирования. Формирование инвестиционных фондов происходит за счет средств организаций, компаний и других финансовых институтов, ведущих инвестиционную деятельность. В создании и работе инвестиционных фондов также могут принимать участие заинтересованные государственные органы и государственные внебюджетные фонды.

Главной задачей инвестиционных фондов чаще всего является сосредоточение средств для оказания финансовой поддержки перспективных инноваций по приоритетным направлениям. Инвестиционные фонды могут предоставлять финансовые средства инновационным проектам, как на возвратной, так и на безвозвратной основе. В процессе финансирования

инвестиционных проектов, разработка и внедрение которых неразрывно связана с большой долей финансового риска и неопределенности, инновационные организации способны применять различные формы коопераций, в том числе создание венчурных фондов, а также заключение партнерских соглашений на всех стадиях разработки проекта.

3. Иностранные инвестиции в инновационные проекты на территории РФ включают: международные инвестиционные организации и венчурные фонды, иностранные инвестиционные фонды, иностранные некоммерческие организации, иностранные бизнес-ангелы.

Особое внимание в формировании инвестиционного климата, уделяется такому источнику капиталовложений, набирающему популярность за последнее время, как «бизнес-ангелы» (англ. business angels), инвестирующие собственные финансовые средства в технологические нововведения. Рынок бизнес-ангелов достаточно молодой, но перспектива его развития велика в основном за счет растущих объемов финансовых ресурсов, вкладываемых в рискованные проекты по всему миру. Важное отличие бизнес-ангелов от венчурных предприятий состоит в том, что они распоряжаются средствами частного капитала, в то время как венчурные фирмы инвестируют средства чужих организаций [1].

Интересное название эти инвесторы получили из-за того, что они одни из немногих, кто рискует вкладывать достаточные суммы денег в малоизвестные инновационные проекты, не имеющие финансовой поддержки. Размер и частота инвестиций напрямую зависят от личного мнения и впечатления бизнес-ангелов от предпринимателей и их проектов, и обычно составляют от 5 % до 25 % от имеющихся средств бизнес-ангелов. Они распределяют свои вложения посредством создания нескольких инвестиций, тем самым снижая уровень риска и неопределенности. Бизнес-ангелы инвестируют относительно небольшую долю личного состояния, гарантируя при этом себе устойчивое финансовое положение в случае потери средств и неудачном вложении.

Существует несколько причин, мотивирующих бизнес-ангелов инвестировать средства в инновации. Финансовая поддержка проектов на ранних стадиях разработки является весьма выгодным капиталовложением, что и побуждает инвесторов. Вторая причина, стимулирующая бизнес-ангелов — это личный интерес, воплощение амбиций и собственных нереализованных идей, получаемые от принятия участия в зарождении и развитии начинающих инновационных проектов.

Стоит отметить, что главной причиной, препятствующей формированию инновационной политики в России, выступает действующее законодательство. Для эффективной реализации инновационной политики и стратегии в любой стране следует закрепить ее на правовом уровне. Государство обязано проявлять правовое содействие при его заинтересованности в нововведениях и их успешной реализации. Соответствующие законы будут иметь правовую базу для управления и регулирования инновационной деятельности, ряд целей и задач, которые необходимы для формирования инновационной политики, возможные источники финансирования проектов новаций и др.

Таким образом, подводя итог анализа основных источников финансирования инноваций, можно отметить, что в России отсутствуют эффективные методы оценки и функционирования коммерческой основы инноваций. Ведь оценка инновационной деятельности в условиях рыночной экономики способна дать ответ на главный вопрос — принесет ли тот или иной проект прибыль и как дальше будет развиваться идея нововведения.

Список литературы:

1. Инновационный менеджмент: учеб. пособие/ Маховикова Г.А., Ефимова Н.Ф. М.: Эксмо, 2010. — 208 с.
2. Молчанова О.П. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / О.П. Молчанова. М.: Вита-Пресс, 2001. — 326 с.
3. Огарков С.А. Монография: Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика / С.А. Огарков, Е.С. Кузнецова, М.О. Грязнова. М.: Академия Естествознания, 2011. — 269 с.
4. Салмина О.А. Финансирование инновационной деятельности: мировой опыт и российская практика // Успехи современного естествознания. — 2008. — № 7. — С. 77—79.

К ВОПРОСУ О МУНИЦИПАЛЬНОМ ФИНАНСОВОМ КОНТРОЛЕ

Чернышева Екатерина Николаевна

*магистрант, студент 7 курса факультета заочного и дистанционного образования направление «Экономика», ЧелГУ,
РФ, г. Челябинск
E-mail: katrin2011-82@yandex.ru*

Фирсова Марина Александровна

*научный руководитель, канд. экон. Наук, доцент ЧелГУ,
РФ, г. Челябинск*

Статья посвящена исследованию вопроса о муниципальном финансовом контроле в финансовой науке и на законодательном уровне. Кроме того, на основе рассмотренных подходов предложено определение понятия «муниципальный финансовый контроль».

Муниципальный финансовый контроль является одной из важнейших функций органов местного самоуправления и этапом бюджетного процесса, содействует соблюдению законности, целесообразности, эффективности, результативности использования средств местного бюджета. Органы местного самоуправления в соответствии со ст. 9 Европейской хартии местного самоуправления, «имеют право, в рамках национальной экономической политики, получать достаточные собственные финансовые средства, которыми они могут свободно распоряжаться при осуществлении своих функций» [4], при этом осуществляющие муниципальный финансовый контроль «органы местного самоуправления, не входят в систему органов государственной власти» (статья 12 Конституции Российской Федерации) [5].

Автор данной статьи осознавая актуальность темы исследования представляет свою точку зрения на понятие муниципального финансового контроля. Основные направления развития муниципального финансового контроля определяют порядок формирования контрольных органов муниципальных образований и объединения их в единую систему в целях реализации и совершенствования местного самоуправления. Система муниципального финансового контроля представляет собой совокупность

местных контрольных органов их взаимосвязь, способы, а также формы взаимодействия в рамках единого правового поля на территории муниципального образования, субъекта РФ и России в целом. Основополагающими принципами создания и деятельности таких контрольных органов являются принципы, закрепленные в декларациях и законах, принятых на международном [6] и национальном уровне [7], которые предусматривают законность, системность, независимость, объективность, гласность, ответственность и профессионализм.

В современных условиях в связи с усилением роли муниципалитетов муниципальный финансовый контроль в последние годы приобрел особую значимость в финансовой науке и нормотворческой деятельности.

Так, А.М. Бабич [1] выделяет муниципальный финансовый контроль одним из видов финансового контроля, раскрывая основные элементы системы указанного контроля: субъект (органы законодательной (представительной) и исполнительной власти муниципального образования и специализированные муниципальные контрольные органы; объект (муниципальная собственность, включая бюджет и внебюджетные фонды), формы и методы, обобщает права органов муниципального финансового контроля и его основные направления.

Писклюкова Е.В. [10] приводит наиболее распространенные классификации муниципального финансового контроля, основанные на использовании различных критериев: на отношении к уровням власти, ветвям власти, по времени осуществления, по направлениям деятельности органов контроля, с точки зрения предметов контрольной деятельности. Кроме того, указанным автором раскрываются принципы и элементы системы муниципального финансового контроля, правовые основы, методические вопросы осуществления контроля. Приводится объединенное определение государственного (муниципального) финансового контроля: «деятельность уполномоченных органов государственной власти (государственных органов) и органов местного самоуправления (муниципальных органов), направленная на контроль:

- соблюдения бюджетного законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, регулирующих бюджетные правоотношения;

- достоверности, полноты и соответствия нормативным требованиям бюджетной отчетности;

- экономности, результативности и эффективности использования средств бюджетов бюджетной системы Российской Федерации» [10, с. 88].

Вместе с тем, самостоятельное определение муниципального финансового контроля отсутствует.

Существует и иная точка зрения, которая представлена Грязновой А.Г. [3]. При классификации финансового контроля по основным видам автор выделяет по субъектам контроля — контроль государственный и негосударственный (аудиторский контроль, внутрихозяйственный, и общественный), по объектам — бюджетный, налоговый, таможенный и т. д. Утверждает, что «государственный финансовый контроль охватывает не только государственный сектор экономики, но и распространяется на субъекты хозяйствования всех форм собственности, главным образом путем проверки соблюдения ими налогового законодательства, выполнения государственных и муниципальных заказов, целевого использования субсидий, дотаций, бюджетных кредитов, а также эффективности предоставления и законности использования налоговых льгот» [3, с. 149]. С учетом изложенного, автором не выделяется муниципальный финансовый контроль в качестве самостоятельного вида контроля.

На законодательном уровне [2], используется понятие муниципального финансового контроля, при этом не дается его определение.

Федеральный закон от 23.07.2013 № 252-ФЗ «О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее — Закон № 252-ФЗ) [8] внес значительные изменения в главу 26 Бюджетного кодекса РФ (далее — БК РФ),

регулирующую государственный (муниципальный) финансовый контроль, который призван концептуально изменить систему данного контроля.

Стоит отметить, что статья 270 БК РФ, в редакции действовавшей до июля 2013 года, содержала определение муниципального финансового контроля, однако, после изменений, внесенных Законом № 252-ФЗ, утратила силу.

В пояснительной записке к указанному выше проекту федерального закона (законопроекту № 116783-6) [9] государственный (муниципальный) финансовый контроль определяется как финансовый контроль в сфере бюджетных правоотношений. Определение границ правового регулирования финансового контроля бюджетными правоотношениями предлагается осуществить с учетом того, что в Налоговом кодексе Российской Федерации, Таможенном кодексе Российской Федерации, федеральных законах «О валютном регулировании и валютном контроле», «О банках и банковской деятельности», а также других федеральных законах определены иные виды финансового контроля.

Главой 26 БК РФ определены основные элементы системы муниципального финансового контроля.

Статьей 265 БК РФ предусмотрена цель осуществления муниципального финансового контроля — обеспечение соблюдения бюджетного законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, регулирующих бюджетные правоотношения.

Попытаемся выделить основные элементы системы муниципального финансового контроля, при этом рассмотреть общее и особенное.

Муниципальный финансовый контроль различается по субъектам, его осуществляющим: внешний (контрольно-счетные органы муниципальных образований) и внутренний (органы муниципального финансового контроля, являющиеся органами (должностными лицами) местных администраций, финансовыми органами муниципальных образований). При этом, для всех

субъектов муниципального финансового контроля присуща общность формы проведения контроля (предварительный и последующий).

Кроме того, общими для муниципального финансового контроля являются такие элементы как объект контроля, исчерпывающий перечень приведен в статье 266.1 БК РФ, предмет контроля: использование средств соответствующих бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, а также межбюджетных трансфертов и бюджетных кредитов, предоставленных другому бюджету бюджетной системы Российской Федерации, а также методы контроля (проверка, ревизия, обследование), исключением является санкционирование операций (способ осуществления деятельности только финансовых органов муниципальных образований (внутренний контроль)).

В случаях установления нарушения бюджетного законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, регулирующих бюджетные правоотношения, органами муниципального финансового контроля составляются единые формы актов по результатам контрольного мероприятия (представления и предписания). Вместе с тем, полномочия органов внешнего и внутреннего контроля имеют свои особенности, которые отражены в статьях 268.1, 269.1, 269.2 БК РФ.

На основе рассмотренных вышеуказанных подходов к вопросу муниципального финансового контроля в финансовой науке и на законодательном уровне, попытаемся обобщить понятие:

Муниципальный финансовый контроль — контрольная деятельность, осуществляемая контрольно-счетными органами муниципальных образований, органами муниципального финансового контроля, являющимися органами (должностными лицами) местных администраций, финансовыми органами муниципальных образований, за использованием средств местного бюджета, а также межбюджетных трансфертов и бюджетных кредитов, путем проведения мероприятий по предупреждению и пресечению бюджетных нарушений в процессе исполнения, а также по результатам исполнения местного бюджета, для установления законности его исполнения, достоверности учета

и отчетности, в целях обеспечения соблюдения бюджетного законодательства Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, регулирующих бюджетные правоотношения на территории муниципального образования.

Таким образом, предложенная формулировка, по нашему мнению, поможет установить содержание понятия «муниципальный финансовый контроль»; отразить существенные особенности организации и правового регулирования финансового контроля на уровне муниципального образования, опираясь на нормы действующего законодательства; разграничить понятия государственного и муниципального финансового контроля, для более основательного их исследования.

Список литературы:

1. Бабич А.М., Павлова Л.Н. Государственные и муниципальные финансы: учеб. пособие. М.: ЮНИТИ, 2012. — 703 с.
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: федер. закон Рос. Федерации от 31 июля 1998 г. № 145-ФЗ: принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 17 июля 1998 г.: одобрен Советом Федерации Федер. Собр. Рос. Федерации 17 июля 1998 г. (с изм. и доп.). Доступ из справ.-прав. системы «КонсультантПлюс».
3. Грязнова А.Г., Маркина Е.В. Финансы: учеб. Пособие. М.: Финансы и статистика, 2012. — 498 с.
4. Европейская хартия местного самоуправления ETS № 122 [Электронный ресурс]: совершено в Страсбурге от 15.10.1985. Ратифицирована Федер. Собр. Рос. Федерации (Федеральный закон от 11 апреля 1998 г. № 55-ФЗ — Собрание законодательства Российской Федерации, 1998, № 15, ст. 1695). Доступ из справ.-прав. системы «КонсультантПлюс».
5. Конституция Российской Федерации [Электронный ресурс]: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30 декабря 2008 г. № 6-ФКЗ, от 30 декабря 2008 г. № 7-ФКЗ, от 05 февраля 2014 г. № 2-ФКЗ). Доступ из справ.-прав. системы «КонсультантПлюс».
6. Лимская декларация руководящих принципов контроля [Электронный ресурс]: декларация: принята IX Конгрессом Международной организации высших органов финансового контроля (ИНТОСАИ) в г. Лиме (Республика Перу) в 1977 году. Сайт Счетной палаты Рос. Федерации. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.ach.gov.ru/ru/international/limskaу> (дата обращения 22.01.2014).

7. Об общих принципах организации и деятельности контрольно-счетных органов субъектов Российской Федерации и муниципальных образований [Электронный ресурс]: федер. закон Рос. Федерации от 7 февраля 2011 г. № 6-ФЗ: принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 28 января 2011 г.: одобрен Советом Федерации Федер. Собр. Рос. Федерации 2 февраля 2011 г. (с изм. и доп.). Доступ из справ.-прав. системы «КонсультантПлюс».
8. О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации Федеральный закон [Электронный ресурс]: федер. закон Рос. Федерации от 23 июля 2013 г. № 252-ФЗ: принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 2 июля 2013 г.: одобрен Советом Федерации Федер. Собр. Рос. Федерации 10 июля 2013 г. Доступ из справ.-прав. системы «КонсультантПлюс».
9. О внесении изменений в Бюджетный кодекс Российской Федерации и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в части регулирования государственного и муниципального финансового контроля и ответственности за нарушение бюджетного законодательства Российской Федерации. Пояснительная записка к законопроекту № 116783-6 [Электронный ресурс]: Сайт Гос. Думы Федер. Собр. Рос. Федерации. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://asozd2.duma.gov.ru> (дата обращения 14.01.2014).
10. Пислюкова Е.В. Государственный и муниципальный финансовый контроль: учеб. Пособие. СПб.: Изд-во СПб Государственного Университета экономики и финансов, 2012. — 91 с.

ДЛЯ ЗАМЕТОК

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

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

№ 9 (24)
Сентябрь 2014 г.

В авторской редакции

Издательство «СибАК»
630049, г. Новосибирск, Красный проспект, 165, офис 15
E-mail: mail@sibac.info



СибАК
www.sibac.info