

Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего профессионального образования  
«Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова»

Харьковский государственный педагогический университет  
имени Г.С. Сковороды

Актюбинский региональный государственный университет  
имени К. Жубанова

Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс»

## **Экономическая наука сегодня: теория и практика**

Сборник материалов  
III Международной научно-практической конференции

Чебоксары 2015

УДК 338  
ББК 65.01  
Э40

**Рецензенты:** **Рябинина Элина Николаевна**, канд. экон. наук, профессор, декан экономического факультета ФГБОУ ВПО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова»  
**Бережная Светлана Викторовна**, д-р филос. наук, профессор, декан исторического факультета ХНПУ имени Г.С. Сковороды, Украина  
**Митрофанова Марина Юрьевна**, канд. экон. наук, доцент ФГБОУ ВПО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова»

**Редакционная  
коллегия:**

**Широков Олег Николаевич**, главный редактор, д-р ист. наук, профессор, декан историко-географического факультета ФГБОУ ВПО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова», член общественной палаты Чувашской Республики 3-го созыва  
**Абрамова Людмила Алексеевна**, д-р пед. наук, профессор ФГБОУ ВПО «ЧГУ им. И.Н. Ульянова»  
**Яковлева Татьяна Валериановна**, ответственный редактор, генеральный директор ЦНС «Интерактив плюс»  
**Семенова Светлана Юрьевна**, выпускающий редактор

**Дизайн**

**обложки:**

**Катякова Наталия Михайловна**, дизайнер

**Э40 Экономическая наука сегодня: теория и практика :** материалы III Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 26 дек. 2015 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. – 296 с.

**ISBN 978-5-9907548-1-2**

В сборнике представлены статьи участников III Международной научно-практической конференции, посвященные вопросам развития экономической науки. В материалах сборника приведены результаты теоретических и прикладных изысканий представителей научного и образовательного сообщества в данной области. Предназначен для широкого круга читателей. Статьи представлены в авторской редакции. Сборник размещен в Российском индексе научного цитирования (РИНЦ).

ISBN 978-5-9907548-1-2

УДК 338  
ББК 65.01  
© Коллектив авторов, 2015  
© Центр научного сотрудничества  
«Интерактив плюс», 2015

## Предисловие



Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс» совместно с Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего профессионального образования «Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова», Актюбинским региональным государственным университетом имени К. Жубанова и Харьковским национальным педагогическим университетом им. Г.С. Сковороды представляют сборник материалов по итогам III Международной научно-практической конференции **«Экономическая наука сегодня: теория и практика»**.

В сборнике представлены статьи участников III Международной научно-практической конференции, посвященные приоритетным направлениям развития науки и образования. В 76 публикациях нашли отражение результаты теоретических и прикладных изысканий представителей научного и образовательного сообщества в данной области.

По содержанию публикации разделены на основные направления:

1. Экономическая теория.
2. Экономика предпринимательства, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами.
3. Менеджмент и его разновидности, диверсификация, маркетинг, ценообразование.
4. Экономика труда, демография.
5. Мировая и региональная экономика.
6. Логистика, экономическая безопасность.
7. Стандартизация и управление качеством продукции, управление инновациями.
8. Финансы, денежное обращение и кредит, бюджетная и налоговая политика.
9. Бухгалтерский учет, анализ, аудит, статистика.
10. Математические методы и информационные технологии в экономике.

Авторский коллектив сборника представлен широкой географией: городами России (Москва, Санкт-Петербург, Ак-Довурак, Барнаул, Брянск, Владивосток, Волгоград, Вольск, Грозный, Екатеринбург, Елец, Иркутск, Краснодар, Красноярск, Красный Сулин, Липецк, Люберцы, Магнитогорск, Махачкала, Мичуринск, Назрань, Новокузнецк, Новосибирск, Обнинск, Оренбург, Пермь, Пушкин, Ростов-на-Дону, Самара, Сочи, Спасск-Дальний, Ставрополь, Сухой Лог, Таганрог, Тверь, Тольятти, Тула, Хабаровск, Чебоксары, Челябинск, Якутск, Ярославль).

Среди образовательных учреждений выделяются следующие группы: академические учреждения (Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ, Военная академия материально-технического обеспечения им. генерала армии А.В. Хрулева, Пермская государственная сельскохозяйственная академия им. академика Д.Н. Прянишникова, Российская академия предпринимательства), университеты и институты России (Алтайский институт финансового управления, Брянский государственный технический университет, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Волгоградский государственный университет, Дагестанский государственный университет, Дальневосточный федеральный университет, Донской государственный технический университет, Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина, Ингушский государственный университет, Иркутский государственный аграрный университет им. А.А. Ежевского, Иркутский государственный университет, Красноярский государственный аграрный университет, Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, Мичуринский государственный аграрный университет, Московский городской педагогический университет, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Московский государственный университет пищевой промышленности, Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», Оренбургский государственный университет, Первый Санкт-Петербургский государственный медицинский университет им. академика И.П. Павлова, Поволжский государственный университет сервиса, Российский государственный профессионально-педагогический университет, Российский государственный социальный университет, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Самарский государственный экономический университет, Санкт-Петербургский государственный аграрный университет, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербургский университет МВД России, Северо-Восточный федеральный университет им. М.К. Аммосова, Сибирский государственный индустриальный университет, Сочинский государственный университет, Тверской государственный технический университет, Тихоокеанский государственный университет, Тольяттинский государственный университет, Тувинский государственный университет, Тульский институт экономики и информатики, Уральский государственный университет путей сообщения, Финансовый университет при правительстве РФ, Чеченский государственный университет им. И.Н. Ульянова, Южно-Уральский государственный университет, Южный федеральный университет).

Небольшая группа образовательных учреждений представлена колледжами, школами, а также научными учреждениями.

Участники конференции представляют собой разные уровни образования и науки от докторов и кандидатов наук ведущих вузов страны, профессоров, доцентов, аспирантов, адъюнктов, магистрантов и студентов до преподавателей вузов, учителей, а также научных сотрудников. Редакционная коллегия выражает глубокую признательность нашим уважаемым авторам за активную жизненную позицию, желание поделиться уникальными разработками и проектами, участие в III Международной научно-практической конференции **«Экономическая наука сегодня: теория и практика»**, содержание которой не может быть исчерпано. Ждем Ваши публикации и надеемся на дальнейшее сотрудничество.

Главный редактор – д-р ист. наук, проф.  
Чувашского государственного университета имени И.Н. Ульянова,  
декан историко-географического факультета  
Широков О.Н.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

### ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

*Забовская А.В., Бурдюгова О.В.* Трактовка понятия «качество» как исходной категории качества обслуживания ..... 12

*Захаров С.О.* К вопросу о сущности эффективности и результативности ... 14

*Зыков М.Б.* Цивилизационные основы расширенного мирового порядка человеческого сотрудничества по Ф.А. Хайеку ..... 16

*Кульков Е.А.* Государственные закупки в чрезвычайных ситуациях 20

*Лихацкая Е.А., Беспямятнова Л.П.* Производственные ресурсы как экономическая категория (их понятие и классификация)..... 28

### ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

*Антипенко Е.В.* Тарифы на услуги ЖКХ..... 36

*Борисова А.Н., Яковлева Е.Ю., Алдакушева А.Б.* Проблемы развития малого предпринимательства в Иркутской области ..... 38

*Будлянская Н.И.* Методы минимизации налоговых взносов ..... 40

*Ващук И.И.* Особенности устойчивого развития садоводства ..... 42

*Вовнянко Е.А., Юрина В.С.* Проблемы, особенности и совершенствование организации бухгалтерского дела на малых предприятиях ..... 45

*Грошиков Д.В., Храмов Д.В.* Тенденции развития системы вещевого обеспечения военной организации государства в современных условиях .. 48

*Гуань Ш., Кметь Е.Б.* Развитие интернет-маркетинга предприятия в Китае (гуманитарный аспект)..... 52

*Ермоленко А.А., Ядрихинская А.О., Ронова Г.Н.* Риск-менеджмент в предпринимательской деятельности и его особенности в современной России..... 56

*Зекин В.Н., Светлаков А.Г. Печенцов И.М.* Малый инновационный бизнес и его роль в развитии регионов России..... 59

<b>Ивановский А.В.</b> Методические подходы к оценке экономической устойчивости хозяйствующих субъектов региона действующих в интересах материального обеспечения войск (сил) .....	63
<b>Курбанов А.Х., Чукавов Д.В.</b> Особенности организационно-экономических процессов в системе продовольственного обеспечения военной организации государства.....	66
<b>Лу Д., Лелюхин С.Е.</b> Совершенствование системы управления финансовыми результатами фирмы.....	70
<b>Монгуш Ю.Д.</b> Методика комплексной оценки факторов инновационной деятельности сельскохозяйственных организаций.....	75
<b>Петрова Н.Г., Додонова И.В.</b> Проблемы и методологические подходы к определению экономической оценки вклада специалистов сестринского дела в оказание медицинской помощи.....	81
<b>Ромашова А.И., Морозова А.Е., Рогова Г.Н.</b> Эффективное использование заёмного капитала и его влияние на финансовое состояние предприятия .....	83
<b>Рыжкова Д.О., Кармышев Ю.А.</b> Криминальные транзакционные издержки на малых предприятиях .....	87
<b>Сташ С.В., Нечипорук Д.А.</b> Система финансирования сферы услуг здравоохранения.....	89
<b>Сурикова Е.С., Стоянов И.А.</b> Контроллинг внешней среды производственного предприятия .....	94
<b>Шматок Е.В., Шилкина О.А.</b> Организация коммерческого кредита и его роль в развитии экономики .....	98

## МЕНЕДЖМЕНТ И ЕГО РАЗНОВИДНОСТИ, ДИВЕРСИФИКАЦИЯ, МАРКЕТИНГ, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

<b>Бабакаев С.В., Кулямина О.С.</b> Модернизация кадрового потенциала: смена парадигмы развития .....	101
<b>Беляева Д.С., Рогова Г.Н.</b> Финансовая стратегия: понятие и роль в развитии компании .....	106
<b>Захаров С.О., Юсупова Д.Н.</b> Факторы эффективности ОАО «Ростелеком»	108
<b>Ларина Е.А.</b> Повышение технологичности производственных процессов на предприятии (на примере ООО «Тайга»).....	110

<i>Лисицина Н.В., Орешонков А.С.</i> Золотые правила визуального мерчандайзинга .....	120
<i>Лю Ч., Кметь Е.Б.</i> Обзор методологии SMM в Синет.....	122
<i>Мишина В.Д.</i> HR-брендинг: особенности развития в условиях кризиса	125
<i>Молчан А.Ю.</i> Эволюция формирования и выбор пути развития диверсификации образовательных услуг .....	128
<i>Смелова А.А., Елисеева В.Э.</i> «Сайты-купонаторы» как фактор трансформации потребительских практик: эконом-социологический подход.....	131
<i>Цай Ю., Кметь Е.Б.</i> Анализ рекламной индустрии Китая в Интернете	138
<i>Цзян Ч., Кметь Е.Б.</i> Развитие моделей комплекса маркетинга: 4P, 7P, 4C, 4V и 4R .....	143
<i>Чжао Ш., Кметь Е.Б.</i> Перспективы выхода китайского предприятия интернет-торговли на российский рынок: возможности и проблемы...	148
<i>Чулков Д.Н.</i> Алгоритм принятия решения о целесообразности использования шаблона бизнес-процесса .....	152

## ЭКОНОМИКА ТРУДА, ДЕМОГРАФИЯ

<i>Рахлина Л.В.</i> Рынок труда и его деформация в современных условиях.	157
<i>Стрекалова С.А., Нутикова А.А.</i> Статистическое изучение трудовой миграции .....	160
<i>Ягудин Д.Р., Мокроносов А.Г.</i> Молодежное предпринимательство как фактор решения проблем на региональном рынке труда.....	164

## МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

<i>Батейкин Д.В.</i> Баланс денежных доходов и расходов населения на региональном уровне .....	168
<i>Карнаух Ю.С., Золотарюк А.В.</i> Проблемы создания национальной платежной системы .....	171
<i>Матев Н.А., Кочева Е.В.</i> Анализ инновационного развития Дальнего Востока России .....	174
<i>Сарычева М.А., Шумик Е.Г.</i> Роль факторов при разработке стратегий развития предпринимательства.....	178



<i>Солодова Е.П.</i> Взаимодействие властных и предпринимательских структур в сфере коммунального хозяйства ФРГ .....	182
---	-----

<i>Тихонович Э.А., Жемерикина Е.Б.</i> Направления эволюции территорий с особым статусом в современных условиях хозяйствования .....	189
--	-----

## **ЛОГИСТИКА, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ**

<i>Векленко М.В.</i> Предпосылки развития логистики в строительной отрасли .....	193
--	-----

<i>Песоцкий А.А.</i> Применение метода циклической градации в обеспечении экономической безопасности макросубъекта.....	196
---	-----

<i>Потапова Е.Ю., Тукова Е.А.</i> Определение понятия «кадровая безопасность» на отраслевых предприятиях .....	199
--	-----

<i>Сафиханов А.А.</i> Методические подходы к военно-экономическому обоснованию мер по логистизации системы материально-технического обеспечения войск в регионах Арктики и Крайнего Севера .....	202
--	-----

## **СТАНДАРТИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ, УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ**

<i>Вареников В.А.</i> Инновационная активность в современной теории туристско-рекреационных систем.....	206
---	-----

<i>Жинкина Е.А., Зубрилина Е.М.</i> Метрологическое обеспечение контроля производства оболочки Амифлекс Т Синюга для колбасы вареной и ветчинных изделий (на примере ООО ПКФ «Атлантис-Паю») .....	210
--	-----

<i>Жинкина Е.А., Белый В.И.</i> Метрологическая экспертиза технической документации.....	213
--	-----

<i>Немирова Ю.А., Зубрилина Е.М.</i> Основные аспекты применения статистических методов в управлении качеством.....	215
---	-----

<i>Угрюмова Е.М.</i> Понятие платных образовательных услуг и их классификация.....	218
--	-----

<i>Числова Н.С., Куганов В.Г.</i> Обязательная сертификация как основа формирования российского рынка качественных товаров.....	223
---	-----

## **ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ, БЮДЖЕТНАЯ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА**

*Ермоленко А.А., Ядрихинская А.О., Дарда Е.С.* Проблемы и тенденции развития фондового рынка России.....226

*Климов И.В.* Влияние девальвационных процессов в России на состояние финансовой системы страны.....228

*Миленков А.В.* Теоретические основы исследования структуры и функций региональной финансовой системы ..... 231

*Мирошин А.В., Афанасьева Е.И.* Инновационные методы противодействия легализации преступных доходов и финансирования терроризма.....234

*Омарова К.А., Маммаева Д.С.* Субсидирование как механизм формирования рынка социально доступного жилья .....238

*Саадулаева Т.А.* Текущее состояние банковского сектора России.. 240

*Савдерова А.Ф., Смолина М.Ю.* Современные тенденции кредитования малого и среднего предпринимательства российскими банками.....243

*Тарасова Н.А., Чумакова М.А.* Анализ формирования местного бюджета (на примере города Чебоксары) .....248

## **БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ, СТАТИСТИКА**

*Ансите М.А.* Анализ применения статистических и нестатистических выборочных исследований в аудите бухгалтерской (финансовой) отчетности...253

*Асеева М.И., Смекалов П.В.* Виды расходов бюджетной организации и их предназначение ..... 258

*Бавуу-Сюрюн Б.А., Монгуш А.Д.* Исправления ошибок в бухгалтерском учете.....262

*Гогохия В.Р., Гадаборшев М.Б., Костусенко И.И.* Экономические показатели рентабельности и их характеристики ..... 263

*Рычкова Н.С.* Исправление ошибок в аудите .....267

*Савинкова Т.А.* Расчет единого налога на специальных режимах с учетом страховых взносов ..... 270

*Шалободинская В.Н., Бадмаева Д.Г.* Финансовая устойчивость и ее характеристики на современном этапе..... 273

*Шорникова С.С.* Учёт и контроль затрат ремонтных хозяйств в условиях ресурсосбережения ..... 277

---

## МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ

<i>Бачерикова М.Л., Носкова Е.В.</i> Развитие методологического подхода к использованию кластерного анализа в сегментировании покупателей на товарном рынке .....	280
<i>Бородулин А.Н.</i> Программные средства бизнес-аналитики в системе управления современным предприятием .....	286
<i>Левченко В.П., Положай И.А., Игрунова С.В., Путищева Н.П.</i> О групповом многокритериальном оценивании и выборе инвестиционных проектов .....	289
<i>Повитухин С.А.</i> Имитационная модель конкуренции на рынке оказания услуг населению .....	293

## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

*Забовская Анастасия Васильевна*  
магистрант

*Бурдюгова Ольга Васильевна*  
канд. пед. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет»  
г. Оренбург, Оренбургская область

### ТРАКТОВКА ПОНЯТИЯ «КАЧЕСТВО» КАК ИСХОДНОЙ КАТЕГОРИИ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ

**Аннотация:** в статье проведен анализ научно-теоретических подходов к исследованию категории «качество», раскрывается природа и сущность категории «качество обслуживания».

**Ключевые слова:** качество, уровень сервиса, человеческий капитал, конкурентное преимущество.

В процессе исследования категории качества обслуживания необходимо обращения к такому понятию, как качество в силу того факта, что сама действительность подталкивала ученых к изучению данной категории.

Важным является проанализировать содержание данной категории, в основе которой заложено философское определение качества. Качество с философской точки зрения впервые было представлено Аристотелем [1]. Следом, данную категорию исследовал Гегель, представив следующее определение: «Качество есть в первую очередь тождественная с бытием определенность, так что нечто перестает быть тем, что есть, когда оно теряет свое качество» [2]. Ф. Энгельс в работе «Диалектика природы» развил понимание данного понятия. С позиции диалектического материализма: во-первых, всякое качество имеет бесконечное множество количественных градаций (например, оттенки цветов, жесткость, мягкость и т. д.), хотя качественно различных, но доступных измерению и познанию; во-вторых, существуют «...не качества, а только вещи, обладающие качествами, и притом бесконечно многими качествами» [3].

Понятие качества является динамичной категорией. Процесс глобализации мировой экономики, обостряющаяся конкуренция, нестабильность и изменчивость внешней среды стали неперенными атрибутами функционирования организаций в современной рыночной экономике.

Требования потребителей к качеству обслуживания неустанно растет соответственно процессу развитию рынка, степени его цивилизованности. В соответствии с ГОСТ Р 50646–94 «Услуги населению» качество обслуживания представляет собой совокупность характеристик процесса и условий обслуживания, обеспечивающих удовлетворение установленных и предполагаемых потребностей потребителя [4, с. 1]. Качество – это необходимость предоставления продукта/услуг на одном и том же уровне в течение всего цикла функционирования организаций оздоровительного сервиса.

В современной экономической литературе показатель качества обслуживания представляет собой обобщенный показатель и включает следующие аспекты:

1) целостность и полнота обслуживания клиентов; качественное обслуживание, в первую очередь, это мудрая и прибыльная стратегия, по-

скольку позволяет не только привлекать все больше новых клиентов, но и эффективнее работать с существующими, предотвращать их уход и меньше зависеть от ценовой конкуренции. Кроме того, высокий уровень сервиса позволяет избежать дополнительных затрат, связанных с исправлением допущенных ранее ошибок;

2) качество предоставляемых услуг и продукции; данный аспект подразделяется на два вида обслуживания: техническое и функциональное. Техническое качество представляет собой совокупность неодушевленных предметов, окружающих клиента в организациях оздоровительного сервиса. Функциональное качество оценивается, как способность услуги удовлетворять потребности клиентов организации, а также процесс взаимодействия с персоналом при предоставлении услуги. В организациях оздоровительного сервиса критерием оценки качества продукта является эмоциональная реакция клиента, которая зависит от воспитания и отношения к делу персонала, а также от самого клиента. Качество услуги складывается на основе синтеза качеств, используемых для предоставления услуги технических средств, других материальных объектов и качества уровня предлагаемого потребителю сервиса [5, с. 4];

3) квалификация персонала, обслуживающего потребителей, человеческий капитал, совокупность знаний, навыков, которыми обладает работник и умение применить их в процессе функционирования организации. Высококвалифицированный персонал создает имидж предприятия, повышает качество оказываемых услуг и обеспечивает высокую конкурентоспособность организации;

4) состояние материально-технической базы организации. Совокупность средств труда, функционирующих в организациях оздоровительного сервиса, составляет их материально-техническую базу, к которой относятся здание, технические сооружения, оснащение, машины, оборудование и транспортные средства. Качество, количество и состояние материально-технической базы определяет уровень развития организации и, соответственно, влияет на качество предоставляемых услуг.

Критерием качества обслуживания потребителей в организациях оздоровительного сервиса является соответствие обслуживания принятым в отрасли требованиям: качества предоставляемых услуг и культуры обслуживания посетителей. Они учитывают состояние материально-технической базы, уровень технического и технологического обеспечения, организацию производства и обслуживания, производственные отношения персонала организации, нравственные и правовые нормы общества, отношения кадрового потенциала к своим обязанностям.

Результатом же хозяйственной деятельности выступает конечный продукт, то есть товары и услуги, именно поэтому конкурентоспособность товара/услуги является важной составной частью конкурентоспособности экономического субъекта. Именно в этом контексте качество создает конкурентное преимущество. То есть основу конкурентоспособности организации составляют конкурентные преимущества, где очень важно оценивать не только существующее положение фирмы, но и перспективы ее развития. Это находит проявление в стратегическом потенциале компании. Именно поэтому конкурентное преимущество является базой успешного поведения хозяйствующего субъекта на рынке.

Именно в борьбе за потребителя производители вынуждены постоянно подтверждать свою способность стабильно производить продукцию и оказывать услуги надлежащего качества, приспосабливаться к требованиям потребителей, демонстрировать им свою надежность и респектабельность, а также должны представлять доказательства наличия у них действующих систем качества, отвечающих требованиям.

Таким образом, определение сущности категории качества и ее составляющих, может быть использовано в целях улучшения качества обслуживания и укрепления своих конкурентных позиций на внутреннем и мировом рынках и адаптации к условиям глобальной экономики. международных стандартов.

**Список литературы**

1. Аристотель. Метафизика / Аристотель. – Л.: Госсэкономиздат, 1934.
2. Гегель Т.Ф. Энциклопедия философских наук. – Т. I. – Наука логики / Т.Ф. Гегель. – М.: Мысль, 1974.
3. Энгельс Ф. Диалектика природы / К. Маркс, Ф. Энгельс // Сочинения. – 2-е изд. – Т. 20. – С. 547.
4. Голубков Е.П. Маркетинг для маркетологов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. – №4. – С. 104–121.
5. Симонов Ю.В. Техническое регулирование в сфере услуг // Стандарты и качество. – 2004. – №5. – С. 44–45.
6. О защите прав потребителей: Закон РФ от 07.02.1992 N 2300–1 [в ред. 03.06.2009 г.] // СЗ РФ. 1996. №3. Ст. 140. 1.
7. Сфера услуг: проблемы и перспективы развития / Под ред. Ю.Л. Свириденко. – М.: Изд-во МГУС, 2001.
8. Мишин В.М. Управление качеством. – М.: Юнити-Дана, 2005. – 463 с.
9. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент: учеб. пособие для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 318 с.
10. Гренроос К. Маркетинг и менеджмент услуг. – М.: Прогресс, 1990. – 179 с.
11. Тимофеев М. Конкурентоспособность малого бизнеса в сфере услуг // Услуги и цены. – 2006. – №10. – С. 24–27.
12. Симонов Ю. Техническое регулирование в сфере услуг // Стандарты и качество. – 2004. – №5. – С. 44–45.

**Захаров Сергей Олегович**

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Тольяттинский государственный университет»

г. Тольятти, Самарская область

## **К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ ЭФФЕКТИВНОСТИ И РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ**

**Аннотация:** в статье рассматриваются основные подходы к определению понятия «эффективность». Материал исследования будет полезен специалистам экономической сферы.

**Ключевые слова:** эффективность, результативность.

Различные трактования широко распространенных экономических категорий эффективность и результативность обуславливает необходимость изучения данных понятий в ретроспективе. В международном стандарте для системы управления процессом проверки качества ISO 9000 [2] используются два термина: «результативность» и «эффективность». Под результативностью понимается «степень достижения запланированных результатов», а эффективность – рассматривается «как соотношение между достигнутыми результатами и затраченными ресурсами».

Первым, кто ввел понятие «эффективность» был Вильфредо Парето [3]. В его понимании, при ее определении должны учитываться интересы

всех участников единого производственного процесса и получение максимального эффекта не должно сопровождаться с нанесением ущерба какому-либо участнику этого единого экономического процесса. Эффективность требует получения максимальной результативности, максимально достигаемую отдачу от средств труда.

Дж. Нейман, ученик В.Паретто, выделял антагонизм эффективности, как универсальную объективную реальность: «Ведущий принцип не может формулироваться в виде требования одновременной максимизации двух или более функций. Любой подобный принцип, если его понимать буквально, является внутренне противоречивым – ни одна функция, вообще говоря, не будет иметь максимума там, где его имеет другая» [3].

Преобладающим методом оценки эффективности деятельности предприятия стала производная функции Кобби-Дугласа. Она позволила связать выход продукта (выпуск продукции), воспринимаемый как эффект деятельности предприятия, с ресурсами и факторами производства. Для поиска наибольшей эффективности производства необходимо определить предельную производительность участвующих в нем факторов, с помощью которой определяется оптимальный объем используемых ресурсов.

Модель роста Роберта Солоу [4] определяет какие факторы сбалансированного экономического роста, в частности, какой темп экономического роста может позволить себе экономика при заданных параметрах экономической системы, при этом максимизировать доход на душу населения и объем потребления. Особенностью этой модели так же является способность демонстрировать устойчивый экономический рост.

Ян Тинберген ввел показатель темпа технического прогресса, не смотря на объективные сложности определения его вклада в экономический рост, особенно на кратко- и среднесрочных отрезках времени. Позже Нобелевский лауреат К. Эрроу используя эластичности замещения как фактор, влияющий на поведение функции эффективности. Его модель лежит в основе функции с постоянной эластичностью замещения одного фактора другим, связывающий рост эффективности производства с используемыми ресурсами (факторами производства) и способами их замещения [2].

Обобщение различных подходов, позволило сформулировать одну из главных проблем современных теорий экономического роста – насколько экономический рост действительно является экзогенным или эндогенным, т.е. насколько он обусловлен внешними или внутренними факторами. В результате появилось множество альтернативных теорий, которые могут быть объединены под общим названием модели эндогенного экономического роста.

В целом рассмотрение существующих подходов к понятию эффективности и моделей экономического роста позволяют утверждать, что в условиях современного производства долгосрочный экономический рост может носить эндогенный характер [2].

Важность категории «эффективности» в экономике, обуславливает необходимость ее всесторонней оценки. Основными элементами, формирующими понятие «эффективность», являются эффект (результат) и затраты (ресурсы).

В условиях разнообразия форм хозяйственной деятельности, институциональных форм и отношений, определение эффективности становится еще более сложным для количественной оценки, поскольку любая оценка отражает только чей-то конкретный «интерес» или «цель».

Представители современного направления в экономической теории – экономической синергетики, определяют эффективность системы как

максимальную полезность результата в рамках соответствующих для конкретного времени и пространства ценностных ориентаций.

Развитие подходов к понятию «эффективность» привело к современному толкованию «эффективности», как одной из важнейших качественных характеристик некоторой системы с точки зрения соотношения затрат и результатов функционирования этой системы.

**Список литературы**

1. «ГОСТ ISO 9001–2011. Межгосударственный стандарт. Системы менеджмента качества. Требования» (введен в действие Приказом Росстандарта от 22.12.2011 №1575-ст).
2. Захаров С.О. Стратегическое управление интеграционным взаимодействием в корпоративных структурах региона: Дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Захаров Сергей Олегович. – Тольятти, 2012. – 195 с.
3. Pareto V. Manuel d'economie politique. – Paris, 1909.
4. Solow R.M. A Contribution to the Theory of Economic Growth // Quarterly Journal of Economics. – 1956. – №70. – P. 65–94.

**Зыков Михаил Борисович**

д-р филос. наук, д-р экон. наук, профессор  
ФГБОУ ВПО «Елецкий государственный  
университет им. И.А. Бунина»  
г. Елец, Липецкая область

## **ЦИВИЛИЗАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ РАСШИРЕННОГО МИРОВОГО ПОРЯДКА ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА ПО Ф.А. ХАЙЕКУ**

**Аннотация:** в данной статье характеризуются две диаметрально противоположные концепции современного экономического развития, предложенные Кейнсом и Хайеком. Автором высказывается предположение, что теория расширенного мирового порядка человеческого сотрудничества Хайека более отвечает разнообразным глобальным вызовам современности. Поясняется позиция автора статьи по вопросу о споре Кейнса и Хайека.

**Ключевые слова:** *Friedrich von Hayek, John Maynard Keynes, Хайек, Кейнс, капитал, капитализм, рынок, рыночная экономика, микроэкономика, мезоэкономика, макроэкономика, культура, экономика, индивидуум, правительство, качество жизни, экономический кризис, экономический спад, экономический подъем, социализм, демократия, права человека, обязанности человека, социализм, СССР, Россия, род, племя, союз племен, империя, демократическая республика, цена, ценности, Маркс, Ленин, цивилизационно-экономическая формация, богатство, народ, общество.*

Вступивший в последний год Первой мировой войны в австрийскую армию на итальянском фронте 18-летний австрийский аристократ (по происхождению) Фридрих фон Хайек заинтересовался тем, как политика свободного рынка во время войны заменилась на политику удовлетворения экономических нужд государства. Из этого он сделал вывод, что экономическая система – это дело рук человеческих, поэтому она может меняться и меняться на самом деле. Следовательно, изучающая её наука должна учитывать это обстоятельство и строиться как нормативная. Хайек никогда не увлекался политэкономией Маркса [4, р. 16–17], но внимательно



следил за экономическими событиями, происходившими в послевоенные годы в Германии, Венгрии и России, где была сделана попытка перейти к государственному управлению рынком и экономикой в целом.

К этому времени экономическая наука проделала долгий путь исторического развития – от древнегреческих мыслителей, придумавших само слово «экономика» (как управление домашним хозяйством) и ограничивших ареал управляемой экономики зоной информационного воздействия на население [1], до французских физиократов, объявивших землю единственным источником человеческого богатства, до Адама Смита, сформулировавшего уже на первых страницах «Богатства наций» свою «мечту»: создать такую социально-экономическую государственную конструкцию, в которой люди, преследуя лишь свои узкоэгоистические интересы, автоматически бы обогащали всю нацию. Механизмом такой конструкции у него получился свободный рынок с его «невидимой рукой». Потом был Карл Маркс, пытавшийся доказать, что главное в экономике – проявление фундаментальных человеческих ценностей, таких, как справедливость, свобода и др. Начинаящий экономист Хайек застал ведущих экономистов того времени – Людвига фон Мизеса (1881–1973) и Джона Мэйнарда Кейнса (1883–1946) за решением двух проблем экономической науки – о допустимости государственного вмешательства в «свободный» рынок и о смирении амплитудных колебаний активности «бизнес-цикла» национальной экономики от кризисов до подъемов.

Мизес рассматривал государственное вмешательство в хозяйственную жизнь как нарушение естественного процесса экономического развития. Он считал капиталистический строй системой, соответствующей естественной природе человека, и в 1920-х гг. выдвинул обоснование «логической и практической неосуществимости социализма». Кейнс в эти же годы разрабатывал и обосновывал теорию как раз государственного вмешательства в деятельность рынка, обосновав в теории то, что сегодня называется макроэкономикой. В возникшем влом споре Хайек встал на сторону Мизеса. К 1929 году – к началу Великой депрессии – теоретические позиции Кейнса и Хайека почти полностью сформировались, и с этого времени началось то, что историки науки называют величайшей в истории экономической науки дуэлью двух теоретических гигантов – Кейнса и Хайека, продолжающейся и сегодня, но уже их последователями, и самым непосредственным образом затрагивающей и современную Россию.

И Кейнс, и Хайек занимались проблемой стабилизации цен. Кейнс первым заметил в 1923 году, что в условиях галлопирующей инфляции правительству приходится делать жесткий выбор – либо привязывать национальную валюту к цене золота («золотой стандарт»), сегодня это «долларовый стандарт», – МБЗ), либо стараться держать относительно неизменными цены. Это – тот выбор, который пришлось сделать теперь и Российскому правительству: оно старается держать цены в стране относительно неизменными или меняющимися сравнительно медленно, допуская широкий разбег с «долларовым стандартом» за счет политики внутренней дефолларизации.

В 1923–29 годах Кейнс отрицал «естественный» порядок экономики [4, р. 29]. В это же время Мизес старался доказать наличие такого порядка. На этом основании он указывал на основной недостаток политэкономии социализма – на недооценку ею роли механизма ценообразования на товары и услуги, то есть роли внутреннего рынка и внешней торговли в экономике государства. Мизес доказывал, что нельзя игнорировать объективные законы и закономерности, лежащие в основе механизма формирова-

ния цен [4, p. 29]. Он утверждал, что каждый шаг, удаляющий нас от частной собственности на средства производства и от частного права использования денег, удаляет нас и от рациональной экономики. Именно эту идею подхватил молодой Хайек, правда, внеся свою «струю» в научную дискуссию. Он начал утверждать, что вмешательство государства в дела «свободного» рынка недопустимо потому, что такое вмешательство нарушает самое фундаментальное право человека – *право на свободу в выборе и определении цен и ценностей*. По сути дела, Хайек продолжил в экономической теории – уже на новом витке её развития – дело Маркса. Это определило и постепенный отход Хайека от Австрийской школы экономики, который стал вполне явным к концу 1930-х годов.

Кейнс уже в 1920-е годы, а затем и позже, доказывал, что чем тяжелее социально-экономические условия в стране, тем хуже работает «свободный» рынок. Но, в то же время, Кейнс верил, что именно борьба за выживание – Дарвиновский естественный отбор – породил Человека. Он писал, что правительство должно опираться на само-интерес человека, который он понимал как стремление максимизировать экономическую прибыль при минимизировании расходов. Хайек же всё более убеждался, что в мире имеются лишь два достоверных источника *онтичной* информации об истинных ценах и ценностях, без которой никакая экономика вообще невозможна, – свободный от вмешательства правительств рынок и сам человек, руководствующийся ценностями, которые далеко не сводятся к ценностям и ценам экономическим. Он уделял всё большее внимание изучению импульсов, определяющих экономическое поведение индивидуумов, будучи уверенным, что именно они определяют экономику всех уровней, от семейной до национальной и всемирной [4, p. 178–181].

Теоретическая схватка Кейнса с Хайеком началась. Кейнс считал, что человек должен подчиняться своей судьбе независимо от него складывающейся своеобразной социально-экономической ситуации в стране. Хайек же полагал, что люди активно должны следить за тем, чтобы экономические законы были бы столь же *естественными*, (*онтичными*, в моей терминологии, – МБЗ), что и все остальные законы во Вселенной [4, p. 44]. По Хайеку, вмешательство Правительств в рыночные отношения *искажает* действие онтических законов в экономике. То есть теоретическая линия Хайека в экономической теории состоит в том, что следует всячески способствовать превращению сферы экономики – в поле действия *онтических* законов. При этом Хайек был убежден, что многое, если не всё, в цивилизационно-экономическом развитии зависит от самого народа каждой страны: развитой свободный рынок может сложиться и функционировать лишь во множестве народа достаточно высокого уровня цивилизационно-экономического развития. В частности, невозможность построения социализма и коммунизма в СССР Хайек доказывал, как раз чрезвычайным падением уровня общей культуры населения страны в условиях авторитарного и тоталитарного правления. Складывающийся при этом культурный уровень не приспособлен *даже к возможности* расширенного экономического порядка человеческого сотрудничества, то есть современного рынка.

Кейнс придерживался другой точки зрения: следует всячески улучшать качество жизни населения страны путем разумных действий Правительства. Оптимист Кейнс верил в способность Правительства улучшать жизнь людей. Пессимист Хайек – не верил. Он верил лишь в способность каждого народа и каждого отдельного индивидуума к самосовершенствованию в широком контексте общей культуры. Чем активнее Правительство вмешивается в регулирование рынка, «обнуляя» его *онтичную* значимость, тем

важнее становится остающийся единственным источником такой информации – культурный индивидуум в своих коллективных действиях.

Долгое время теоретики и историки экономики не могли занять четкой позиции в вопросе о том, кто же – в исторической перспективе – оказался победителем в дуэли Кейнс-Хайек. Но вот в последние годы начала расти уверенность, что победа склоняется на сторону Хайека и его последователей. Слишком много накопилось отрицательных фактов, являющихся следствием поголовного увлечения правительствами мира и официальной экономической наукой системой микро-, мезо- и макроэкономик, то есть социально-экономической политикой Кейнса. Всё громче раздаются голоса специалистов, поддерживающих линию Хайека и тех выдающихся экономистов, которые в последние десятилетия получили Нобелевские премии за разработку теории и практики человеческого капитала [3].

В моём экономическом исследовании, продолжающем линию теоретизирования Маркса, Ленина и Хайека, развитие каждого народа и каждого нового его представителя характеризуется как подъем по девяти ступеням цивилизационно-экономического совершенствования от состояния первобытности к состоянию человечности. Форма культуры Экономика (вместе с другими 54 формами культуры, известными сегодня человечеству) также развивается этими ступенями, принимая своеобразный вид на каждой из ступеней, а именно (в скобках – социально-экономическая организация):

- A1. Родовая экономика (Род).
- A2. Племенная экономика (Племя).
- A3. Экономика объединения племен (Союз племен).
- B1. Городская экономика (Ном).
- B2. Региональная экономика (Абсолютная империя, Самодержавие).
- B3. Национальная экономика (Конституционная монархия).
- C1. Континентальная экономика (Демократическая республика).
- C2. Мировая экономика (Демократическая республика с соблюдением прав человека).
- C3. Планетарная экономика (Демократическая республика с соблюдением прав и исполнением обязанностей человека).

Единственным источником богатства людей на планете Земля являются её ресурсы. Распределяются эти ресурсы между корпорациями всех уровней – от семьи до суверенного государства – пропорционально человеческому и социальному капиталам каждого из экономических субъектов. Такая модель вполне соответствует, по моему мнению, концепции Нобелевского лауреата Ф.А. Хайека о расширенном порядке человеческого сотрудничества [2]. Для изучения каждой из 55 форм культуры, в том числе и *формы культуры экономика*, может быть создана специальная наука в трёх вариантах по степени развития – «наука»-Фактоид, «наука»-Ведение и наука-Логия. Понятно, что в настоящее время в мире существует, в лучшем случае, лишь *экономика*-Ведение. Именно поэтому исход спора Кейнса с Хайеком имеет принципиальное значение: *науку о форме культуры экономика еще только предстоит создать.*

#### Список литературы

1. Аристотель. Этика.
2. Хайек фон Фридрих Август. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма / Пер. с англ. – М.: Новости: Catallaxy, 1992.
3. Eisler Riane. The Real Wealth of Nations: Creating a Caring Economics. – San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, Inc., 2007. – 318 p.
4. Wapshott Nicholas. Keynes-Hayek: The clash that defined modern economics. – New York; London: W.W. Norton & Company, 2011.

**Кульков Евгений Алексеевич**  
начальник отряда  
ГКУ «ОФПС №4 по Ярославской области»  
г. Ярославль, Ярославская область

## ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ЗАКУПКИ В ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ

**Аннотация:** в данной статье автором раскрываются основные положения законодательства, предусмотренные для осуществления закупок товаров (работ, услуг) в условиях ЧС. Основное внимание уделяется проблемным вопросам применения статей Федерального закона от 05.04.2013 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».

**Ключевые слова:** непреодолимость, чрезвычайные ситуации, закупки, аварии, запрос котировок, единственный поставщик.

Федеральный закон от 05.04.2013 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее ФЗ-44) определяет одним из важнейших принципов обеспечение конкуренции (статья 8 Федерального закона от 05.04.2013 №44-ФЗ), что, по сути, обозначает добросовестную ценовую и неценовую конкуренцию между участниками закупок для выявления лучших условий поставок товаров, выполнения работ или оказания услуг. Для этих целей законодатель установил достаточный перечень конкурентных закупок, а также закупки у единственного поставщика. На подавляющее большинство способов закупок, за редким исключением, затрачиваются достаточно длительные временные промежутки. Что, конечно же, недопустимо в определенных условиях, таких как, например, чрезвычайные ситуации, аварии, закупки медицинских средств и препаратов для оказания неотложной помощи или медицинской помощи в экстренной форме. В подобных случаях в ФЗ-44 предусмотрены основания, в которых сокращена длительность процедуры, есть некое послабление в плане подготовки документов и собственно сама закупка направлена именно на подготовку и предварительную работу по отбору возможных поставщиков подрядчиков, исполнителей, исходя из предмета соглашений по работам и товарам, которые могут потребоваться.

### *Чрезвычайная ситуация, авария*

Прежде чем разбираться какой способ, возможно, использовать при закупке товаров, работ, услуг в целях ликвидации чрезвычайных ситуаций и аварий необходимо разобраться собственно с понятиями аварии и чрезвычайной ситуации.

Чрезвычайная ситуация – это обстановка на определенной территории, сложившаяся в результате аварии, опасного природного явления, катастрофы, стихийного или иного бедствия, которые могут повлечь или повлекли за собой человеческие жертвы, ущерб здоровью людей или окружающей среде, значительные материальные потери и нарушение условий жизнедеятельности людей (ст. 1 Федерального закона от 21.12.1994 №68-ФЗ «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера»).

В ведомственных нормативных актах наблюдается более четкая детализация определений. Так в соответствии с ГОСТ Р 22.0.04–95. «Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Биолого-социальные чрезвычайные си-

туации. Термины и определения» (утвержден постановлением Госстандарта РФ от 25.01.1995 №16) биолого-социальная чрезвычайная ситуация – это состояние, при котором в результате возникновения источника биолого-социальной чрезвычайной ситуации на определенной территории нарушаются нормальные условия жизни и деятельности людей, существования сельскохозяйственных животных и произрастания растений, возникает угроза жизни и здоровью людей, широкого распространения инфекционных болезней, потерь сельскохозяйственных животных и растений.

Под природной чрезвычайной ситуацией понимается обстановка на определенной территории или акватории, сложившаяся в результате возникновения источника природной чрезвычайной ситуации, который может повлечь или повлек за собой человеческие жертвы, ущерб здоровью людей и (или) окружающей природной среде, значительные материальные потери и нарушение условий жизнедеятельности людей. «Безопасность в чрезвычайных ситуациях (природные чрезвычайные ситуации. Термины и определения. ГОСТ 22.0.03-97/ГОСТ Р 22.0.03-95», утвержденный постановлением Госстандарта РФ от 25.05.1995 №267).

Чрезвычайная экологическая ситуация (экологический кризис) – это экологическое неблагополучие, характеризующееся устойчивыми отрицательными изменениями окружающей среды и представляющее угрозу для здоровья населения («РД 52.24.309–2011. Руководящий документ. Организация и проведение режимных наблюдений за состоянием и загрязнением поверхностных вод суши», утвержденные Росгидрометом 25.10.2011).

Техногенная чрезвычайная ситуация – состояние, при котором в результате возникновения источника техногенной чрезвычайной ситуации на объекте, определенной территории или акватории нарушаются нормальные условия жизни и деятельности людей, возникает угроза их жизни и здоровью, наносится ущерб имуществу населения, народному хозяйству и окружающей природной среде («ГОСТ Р 22.0.05-94. Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Техногенные чрезвычайные ситуации. Термины и определения»).

Из всего вышеказанного можно классифицировать некую общность в признаках чрезвычайных ситуаций:

- источник (причина) – опасное природное явление, катастрофа, стихийные или иные бедствия;

- последствия – наличие человеческих жертв, причинение ущерба здоровью людей или окружающей среде, значительные материальные потери.

Авария – это опасное техногенное происшествие, создающее на объекте, определенной территории или акватории угрозу жизни и здоровью людей и приводящее к разрушению или повреждению зданий, сооружений, оборудования и транспортных средств, нарушению производственного или транспортного процесса, нанесению ущерба окружающей среде (пункт 2 части 2 статьи 2 Федерального закона от 30.12.2009 №384-ФЗ «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений»).

В соответствии со статьей 2 Федерального закона от 27.07.2010 №225-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте» аварией на опасном объекте называется повреждение или разрушение сооружений, технических устройств, применяемых на опасном объекте, взрыв, выброс опасных веществ, отказ или повреждение технических устройств, отклонение от режима технологического процесса,

сброс воды из водохранилища, жидких отходов промышленных и сельскохозяйственных организаций, которые возникли при эксплуатации опасного объекта и повлекли причинение вреда потерпевшим.

Как и в случае различных видов чрезвычайных ситуаций, различают некоторые виды аварий. Так, согласно совместному приказу от 02.10.2007 МЧС РФ №528 и Минтранса РФ №143 «Об утверждении Методики определения размера вреда, который может быть причинен жизни, здоровью физических лиц, имуществу физических и юридических лиц в результате аварии судоходных гидротехнических сооружений» аварией судоходных и гидротехнических сооружений есть повреждение судоходных и гидротехнических сооружений, сопровождающееся потерей эксплуатирующим персоналом контроля и управления над этим сооружением, которое может привести к возникновению чрезвычайной ситуации.

Аварией на объекте электроэнергетики и (или) энергопринимающей установке понимается технологические нарушения, приведшие к разрушению или повреждению сооружений и (или) технических устройств (оборудования) объекта электроэнергетики и (или) энергопринимающей установки, неконтролируемому взрыву и (или) выбросу опасных веществ, отклонению от установленного технологического режима работы объектов электроэнергетики и (или) энергопринимающих установок, полному или частичному ограничению режима потребления электрической энергии (мощности), возникновению или угрозе возникновения аварийного электроэнергетического режима работы энергосистемы (пункт 2 постановления Правительства РФ от 28.10.2009 №846, которым утверждены Правила расследования причин аварий в электроэнергетике).

Пунктом 2.3 совместного приказа от 04.04.1996 МЧС РФ №222 и Госгортехнадзора РФ №59 «О Порядке разработки декларации безопасности промышленного объекта Российской Федерации» установлено, что гидродинамическая авария – это авария на гидротехническом сооружении, связанная с распространением с большой скоростью воды и создающая угрозу возникновения техногенной чрезвычайной ситуации.

Для определения свершившегося события как аварии необходимо сочетание двух факторов: возникла ситуация при эксплуатации некоего объекта, и последующее развитие ситуации повлекло причинение вреда.

*Единственный?!*

При возникновении чрезвычайных ситуаций или аварий всем сотрудникам организации придется достаточно оперативно решать как в кратчайшие сроки, и у какого поставщика необходимо приобрести конкретные товары (работы или услуги). Очевидно, что подавляющий набор закупочных процедур неприемлем, из-за потери времени и больших затрат в подготовке документов. В этом случае есть выход из ситуации – закупка у единственного поставщика.

Хочется отметить, что часть 1 статьи 93 ФЗ-44 устанавливает *право* заказчика осуществлять закупки у единственного поставщика в соответствии с 43 основаниями. Перечень исчерпывающий и подразделяется на несколько смысловых групп: по объекту закупки (водоснабжение, услуги экскурсовода (гида) и прочее), по событию (не состоявшиеся процедуры), по ограничению по цене (заключение договора на сумму, не превышающую сто тысяч рублей и т. д.).

В нашем случае, наиболее приемлемо основание закупки по пункту 9 части 1 статьи 93 Закона №44-ФЗ, который позволяет заказчику произвести закупки определенных товаров, работ, услуг у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя) вследствие аварии, иных чрезвычайных ситуаций природного или техногенного характера непреодолимой силы,

в случае возникновения необходимости в оказании медицинской помощи в экстренной форме либо в оказании медицинской помощи в неотложной форме, (в том числе при заключении федеральным органом исполнительной власти контракта с иностранной организацией на лечение гражданина РФ за пределами территории Российской Федерации).

Воспользоваться данным положением заказчик может только при соблюдении следующих условий:

- такие товары, работы, услуги не включены в утвержденный Правительством РФ перечень товаров, работ, услуг, необходимых для оказания гуманитарной помощи либо ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций природного или техногенного характера;

- применение иных способов определения поставщика (подрядчика, исполнителя), требующих затрат времени, нецелесообразно.

Необходимо также учитывать, что контракт заключается на те объемы, которые необходимы для ликвидации последствий, возникших аварий, чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, либо для оказания медицинской помощи в экстренной форме или неотложной форме.

Самое важное условие для использования данного положения Закона 44-ФЗ – установление, что та или иная ситуация определяется как авария или чрезвычайная ситуация *непреодолимой силы*.

Необходимая сила – это чрезвычайное и непредотвратимое при данных условиях обстоятельство (пп. 1 п. 1 ст. 202 Гражданского кодекса РФ). К чрезвычайным и непредотвратимым при данных условиях обстоятельствам не относятся, в частности, нарушение обязанностей со стороны контрагентов должника, отсутствие на рынке нужных для исполнения товаров, отсутствие у должника необходимых денежных средств (п. 3 ст. 401 ГК РФ).

В вопросе доказывания возникновения чрезвычайной ситуации (аварии) необходимо обратить внимание на то, что за подтверждением того, что возникшая у заказчика потребность в закупке действительно стала следствием чрезвычайного обстоятельства или аварии, необходимо обратиться в службы, которые занимаются ликвидацией последствий таких обстоятельств (МЧС, органы внутренних дел и др.).

Кроме того, заказчику при использовании пункта 9 части 1 ФЗ-44 необходимо доказать, что ситуация действительно имеет непреодолимый характер, присутствует объективная непредвиденность и непреодолимость, другими словами заказчик не мог предусмотреть возникновение таких обстоятельств и не мог на них повлиять.

Законодатель, указав на возможность возникновения непреодолимых и непредвиденных обстоятельств, тем не менее, в 44-ФЗ не раскрывает самих этих понятий. На основании ч. 1 ст. 2 указанного закона законодательство о контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для государственных и муниципальных нужд основывается, в том числе и на положениях Гражданского кодекса Российской Федерации.

Как уже было сказано ранее, в п. 3 ст. 401 ГК РФ указаны следующие признаки непреодолимой силы:

- чрезвычайность;
- непредотвратимость.

По моему мнению, да и, по мнению отдельных исследователей, эти признаки, собственно, можно считать достаточными для квалификации обстоятельств непреодолимой силы. Однако не стоит забывать и о необходимости наличия внешнего характера. Видится, что классифицировать то или иное событие как ситуацию непреодолимого характера нужно

именно в совокупности: чрезвычайность и непредотвратимость (заказчик не мог заранее предусмотреть о подобном развитии событий) и внешняя сила (авария, природное или социальное явление и пр.).

Нельзя не отметить, что ни одна законодательная норма (ни на территории Российской Федерации, ни на международном уровне) не содержит точного перечня (не то что точного, но даже и примерного) обстоятельств непреодолимой силы. По большей части, это связано с тем, что в каждой конкретной ситуации необходимо оценивать является ли она (ситуация) неопределенного характера или нет.

Ситуации непреодолимой силы можно систематизировать следующим образом:

- стихийные природные явления (землетрясения, наводнения, природные пожары, обвалы и иные природные катаклизмы);
- техногенные аварии и катастрофы (аварии, взрывы, пожары, уничтожение машин, предприятий и всякого рода оборудования и т. п.);
- обстоятельства общественной жизни (военные действия, эпидемии, крупномасштабные забастовки и т. п.);
- запретительные меры государственных органов (запрет перевозок, запрет торговли в порядке международных санкций и т. д.).

Если с обстоятельствами непреодолимости более-менее понятно, то с понятием непредотвратимости возникают некоторые сложности. Можно сказать, что не существует ситуаций, которые классифицируются как непредотвратимые и эта позиция имеет право на существование. Т.е. цепочка выводов может быть следующая: ситуация → чрезвычайность → невозможность предвидения. Возможно и другая позиция: любую ситуацию можно предвидеть, но части явлений воспрепятствовать никак нельзя.

В любом случае, введение понятия «непреодолимая сила» в Закон о контрактной системе было вызвано необходимостью осуществления «срочной» закупки, т.е. осуществление процедуры определения поставщика (подрядчика, исполнителя) в максимально сжатые сроки с минимальными трудозатратами. В то же время неопределенность признаков непреодолимой силы допускает возможность ее различного понимания.

Кроме того, у нормы закона, на основании п. 9 ч. 1 ст. 93 Закона 44-ФЗ есть некоторые обременения, такие как:

- уведомление контрольного органа в сфере закупок о закупке;
- подготовка документально оформленного отчета и обоснование невозможности и нецелесообразности использования иных способов определения поставщика;
- указание расчета определения цены контракта, как неотъемлемой части контракта.

Хотя уведомление контрольного органа законодателем оставлено «на потом», а именно на срок после заключения контракта, что естественно объективно, при возникновении чрезвычайной ситуации или аварии все силы заказчика направлены на непосредственное устранение ее (чрезвычайной ситуации или аварии) последствий и только потом следует этап «подведения итогов», и именно потом заказчик задумывается о правильности оформления таких сделок. Однако «отложенный» старт по времени слишком короток, заказчик обязан уведомить контрольный орган не позднее одного рабочего дня с даты заключения контракта. Отчет о невозможности использования иного способа определения поставщика и расчет обоснования цены контракта, заключаемого с единственным поставщиком, необходимо приложить непосредственно к контракту – подготовительный этап.



Вывод в отношении применения п. 9 ч. 1 ст. 93 Закона 44-ФЗ можно сделать следующий: пункт очень сложный и неоднозначный. Сделанные заказчиком шаги не являются окончательными. В дальнейшем его решение можно опротестовать в контрольном органе или суде. А допущенная ошибка влечет за собой привлечение должностного лица к административной ответственности по ч. 2 ст. 7.29 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

#### *Запрос котировок*

Еще один достаточно быстрый и простой способ осуществления закупок товаров, работ, услуг в целях ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций и оказания гуманитарной помощи предусмотренный законодателем – запрос котировок. Порядок проведения закупки изложен в частях 80–82 Федерального закона от 5 апреля 2013 г. №44-ФЗ.

Как и в любом правиле, здесь есть некоторые исключения, а именно, отсутствует ограничение по цене контракта (по общему правилу запрос котировок возможно проводить, если начальная максимальная цена контракта не превышает 500 тысяч рублей), участники запроса котировок определяют заранее (проводят предквалификационный отбор), к закупке приглашают только тех, кто внесен в перечень поставщиков, для осуществления закупки участникам направляются запросы цен (с использованием любых средств связи, в том числе и электронных).

Часть 1 статьи 80 ФЗ-44 в целях осуществления закупок вводит понятие гуманитарной помощи – поставляемые Российской Федерацией на безвозмездной основе иностранным государствам, их федеративным или муниципальным образованиям, международным или иностранным учреждениям, некоммерческим организациям, иностранным физическим лицам товары, выполняемые для них работы, оказываемые медицинские и социально-бытовые услуги малообеспеченным, социально незащищенным, пострадавшим от стихийных бедствий и других чрезвычайных происшествий группам населения, для ликвидации последствий стихийных бедствий и других чрезвычайных происшествий.

Перечень (распоряжение Правительства РФ от 30.09.2013 №1765-р «Об утверждении перечня товаров, работ и услуг, необходимых для оказания гуманитарной помощи либо ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций природного или техногенного характера») товаров, работ, услуг, необходимых для оказания гуманитарной помощи либо ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций природного или техногенного характера содержит более 50 наименований групп товаров первой необходимости, работ или услуг, куда в частности входят продукты питания, одежда и обувь, моющие средства, медицинские инструменты, услуги по оказанию медицинской помощи и прочее. В случае, возникновения потребности в товарах, работах или услугах, не предусмотренных указанных перечнем, закупки осуществляются в соответствии с Федеральным законом 44-ФЗ. Кроме того, если вследствие непреодолимой силы возникла потребность в товарах, работах, услугах, не предусмотренных этим перечнем, и применение иных способов определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей) нецелесообразно в связи с затратой времени, закупка осуществляется у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя) на основании п. 9 части 1 статьи 93 ФЗ-44. А это означает, что отсылочным положением установлено ограничение по объекту закупки у единственного поставщика, то есть отнюдь не любые виды товаров, работ, услуг можно приобрести при возникновении аварии, чрезвычайной ситуации, потребности в оказании экстренной медицинской помощи, а только те, которые не включены в перечень товаров, работ, услуг, необходимых

для оказания гуманитарной помощи либо ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций природного или техногенного характера. Очередное ограничение законодателя и еще один довод не в пользу применения описанного ранее правового основания.

Однако, несмотря на вроде бы оптимальные условия пользования данным вида закупок товаров, работ и услуг существует ряд проблем и умолчаний законодателя, которые в будущем могут создать некоторые трудности для заказчика.

Первое, на что хочется обратить внимание, это отсутствие каких-либо сроков для заказчика в плане этапов процедуры. Требования к составу запроса установлены в частях 1, 2 статьи 73 Закона №44-ФЗ с учетом некоторых особенностей. Например, в соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 73 в извещении о проведении запроса котировок должна содержаться информация, в том числе о месте, дате и времени вскрытия конвертов с заявками на участие в запросе котировок и открытия доступа к заявкам в форме электронных документов. Поэтому в извещении заказчик указывает адрес, по которому будет проводиться вскрытие конвертов (или открытие доступа к электронным заявкам), дата и точное время начала процедуры.

В отношении формы заявки участника опять наблюдается пробел. Запрос о предоставлении котировок заказчиком может направляться с использованием любых средств связи, в том числе в форме электронного документа (часть 3 статьи 82 закона №44-ФЗ). Однако, в какой форме участник вправе предоставить свою заявку в законе умалчивается. Не стоит забывать, что электронный документооборот в соответствии со статьей 5 ФЗ-44 предусмотрен только посредством единой информационной системы. В настоящее время такой возможности нет (осуществления электронного документооборота) в виду того, что функционирует официальный сайт Российской Федерации в сети интернет для размещения информации о размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг, который фактически не является единой информационной системой. Не стоит допускать серьезной ошибки в плане подготовки запроса о предоставлении котировок и при определении формы подачи заявок указать именно на подачу заявок в письменном виде (указать адрес и прочую информацию) и электронном виде (обязательно указать «посредством единой информационной системы»).

Одна из важных проблем, которая обнаруживается в норме закона, статья 82 не содержит сроков рассмотрения заявок на участие в запросе котировок в целях осуществления закупок путем проведения запроса котировок в целях оказания гуманитарной помощи либо ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций природного или техногенного характера, что, в свою очередь, может приводить к широте усмотрения комиссии заказчика. В настоящее время выход из положения для заказчика видится только один – указание в извещении сроков рассмотрения заявок, таким образом заказчик сам себя регулирует.

Рассмотрение и оценка заявок на участие в запросе котировок проводится, при условии, что подано более двух заявок. В случае если до этапа рассмотрения и оценки заявок на участие в запросе котировок подана одна заявка или не подано ни одной, запрос котировок признан несостоявшимся. В этом случае заказчик вправе осуществить закупку у единственного поставщика на основании статьи 93 Закона о контрактной системе (часть 7 статьи 82 Закона №44-ФЗ). И здесь опять обнаруживается проблема, неясно, в соответствии с каким пунктом статьи 93 и на каких условиях заключается данный контракт.

Пункт 9 части 1 статьи 93, касающийся закупок у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя) вследствие аварии, иных чрезвычайных ситуаций природного или техногенного характера, обстоятельств непреодолимой силы, возникновения необходимости срочного медицинского вмешательства, не может применяться в указанном случае, так как пункт 9 применяется при условии, что такие товары, работы, услуги *не включены* в утвержденный правительством Российской Федерации перечень товаров, работ, услуг, необходимых для оказания гуманитарной помощи либо ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций природного или техногенного характера.

Пункт 25 части 1 статьи 93, осуществление закупки у единственного поставщика вследствие несостоявшихся конкурентных процедур, также невозможно применить, так как сам пункт не содержит отсылки к части 7 статьи 82. И если определить основания для заключения контракта с единственным поставщиком в случае единственной заявки возможно – заключаем контракт на основании пункта 25 части 1 в части касающейся запроса котировок (в общем случае), т.е. без согласования и уведомления в сроки установленные в извещении. То вот как быть в случае отсутствия заявок – непонятно, в 93 статье вообще не предусмотрено законных оснований для заключения контракта. Путей решения для заказчика возможно несколько:

- не доводить ситуацию до отсутствия заявок, а это значит целенаправленная работа с участниками на предварительном этапе, доведение до них ответственности в случае непредставления заявок (невозможность участия в предварительном отборе, проводимом на следующий год, в случае непредставлении заявок в ответ на запросы заказчика два раза);

- собственно разработка запроса таким образом, чтобы у поставщика не возникало «инакомыслия»;

- проведение нового запроса котировок.

В заключение хочется отметить, что независимо от выбора способа определения поставщика необходимо четко следовать алгоритмам, установленным федеральным законом о контрактной системе. И если закупка у единственного поставщика в нашем случае не устанавливает практически никаких регламентных сроков взаимодействия контрагентов на стадии заключения контракта (сроки проведения такой чрезвычайной закупки заказчик определяет самостоятельно, в том числе возможно заключение и исполнение контракта в течение нескольких часов), то в отношении проведения запроса котировок законодатель педантично установил сроки проведения каждого этапа. Необходимо заранее, исходя из географических особенностей региона, социального положения населения, наличия опасных производств, учитывая все критические факторы, спланировать проведение предварительного отбора в соответствии с перечнем, утвержденным Правительством РФ, составить список потенциальных поставщиков (подрядчиков, исполнителей). Антипримером может послужить одно из бюджетных учреждений, которое провело запрос котировок в «обычном» режиме на основании статей 72–79 ФЗ-44, причем начальная максимальная цена контракта составила 1800000 руб. (что является явным нарушением), без проведения предквалификационного отбора потенциальных поставщиков (подрядчиков, исполнителей), что также является прямым нарушением норм закона о контрактной системе (решение по делу №44-76/14 о нарушении законодательства Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок от 01 августа 2014 года (УФАС по Псковской области)).

*Лихацкая Екатерина Александровна*  
преподаватель

*Беспамятнова Людмила Петровна*  
канд. экон. наук, доцент

ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»  
г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

## **ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ РЕСУРСЫ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ (ИХ ПОНЯТИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ)**

***Аннотация:** данная статья представляет собой попытку раскрыть экономическое понятие «производственные ресурсы», а также его сущность и возможные классификации.*

***Ключевые слова:** ресурсы, затраты ресурсов, производственные факторы, классификация.*

Чтобы рассмотреть понятие «производственные ресурсы», необходимо сначала прояснить различие данной категории в макроэкономической области и с точки зрения экономики отдельного предприятия. Начало общепринятой макроэкономической классификации было положено а. Смитом, который выделял три основных фактора – труд, капитал, земля (Исследование о природе вещей и богатстве наций. 1775), затем последовательность была изменена – труд, земля и капитал и сведена к наличию основного фактора «труд» К. Марксом.

Поскольку понятие производства работ и оказания услуг в макро и микроэкономике совпадают, стоимость потребляемых ресурсов за определенный период времени с точки зрения и той и другой сфер равны [1]. Но, принимая во внимание основную задачу экономики предприятия как управление им наилучшим образом в рамках существующей законодательной среды, данная категория требует более узкого рассмотрения относительно действительности отдельного хозяйствующего субъекта. Между тем, предложенная в 1951 Э. Гутенбергом классификация может быть акцептирована как всеобщая. Он подразделил ресурс «труд» на диспозитивный (планирование, организация и контроль) и на объекториентированный (направленный на объект) (работа непосредственно над изделием). Макроэкономические факторы «земля» и «капитал» были объединены и рассмотрены с точки зрения теории предприятия как средства производства (земля, здания, сооружения, машины, оборудование и как джокер денежные средства) и сырье и материалы (основные, вспомогательные).

Выделение дальнейших факторов, таких как умственный капитал или знание, вряд ли целесообразно для приводимой классификации, поскольку знание и информация всегда были составной частью диспозитивного фактора. В данной части прослеживается исключительно количественная, нежели качественная градация.

На наш взгляд предложенная Гутенбергом классификация производственных ресурсов [2] представленная в таблице, наиболее полно характеризует производственные ресурсы.

Таблица 1

*Классификация производственных ресурсов по Гутенбергу*

Управление производством и предприятием			Ориентированная на объект производительности труда		Средства производства	Сырье и материалы
Планирование	Организация					
Дополнительные ресурсы		Первичные ресурсы				
Диспозитивные ресурсы			Элементарные ресурсы			
Потенциальные ресурсы						Ресурсы потребления
Планирование	Организация	Управление	Контроль	Ориентированная на объект производительности труда	Средства производства	Сырье и материалы

Для изготовления изделий, как правило, должны комбинироваться друг с другом многочисленные производственные факторы. Необходимые затратные множители (показатели, позволяющие учитывать соотношение между количеством сырья и материалов, запущенных в производство, и выходом готовой продукции) образуют элементы производства работ и оказания услуг и обозначаются как элементарные факторы. Они, в свою очередь, на основании различных производственных взаимосвязей подразделяются на ресурсы потребления и потенциальные ресурсы.

Диспозитивный ресурс подразумевает под собой плановое или стратегическое (оперативное применение на предприятии) вышеназванных ресурсов. Его оценка отражается в балансе как Гудвил или Ноу-Хау по методу Fair-Value (метод отражения справедливой (соразмерной) рыночной стоимости). Речь идет о нематериальном имуществе, которое может быть замещено только в ограниченном объеме [3]. К этой категории относятся патенты и качество клиентских связей.

Заработная плата, плата за аренду и проценты в общеэкономическом смысле представляют собой составную часть национального дохода, а с микроэкономической точки зрения – часть расходов хозяйствующего субъекта.

Систематизируя вышесказанное промышленные производственные ресурсы подразделяются на диспозитивные ресурсы и элементарные ресурсы.

Диспозитивные ресурсы можно подразделить на две группы:

1. Осуществляющие первичную диспозитивную работу.
2. Делегирующие диспозитивную работу путем использования информационных систем.

Группа «Элементарные ресурсы» в свою очередь представлена ресурсами потребления:

1. Входящими в продукцию (основные сырье и материалы, вспомогательные сырье и материалы, запасные части и полуфабрикаты).
2. Влияющими на процесс производства (материалы производственного назначения, быстро изнашивающиеся средства производства, одноразово используемая информация).
3. Поддерживающие средства производства (смазочные и охлаждающие материалы и средства по уходу).

Рассмотрим группу «Потенциальные ресурсы», которая представлена в виде:

1) факторов, непосредственно участвующих в производственном процессе (умственная и физическая деятельность занятых в производстве людей с делегируемыми диспозитивными заданиями, производственные средства, компьютерная техника и многократно используемые для получения информации о производственном процессе компьютерные программы);

2) факторов, обуславливающих типовые условия производства (земельные участки, здания, оборудование для монтажа и установки, компьютерная техника и компьютерные программы для осуществления руководства предприятием).

Из выше сказанного можно сделать вывод, что ресурсы потребления – это такие затратные множители, эффективность от использования которых при осуществлении одного производственного процесса не может быть использована для дальнейших идентичных производственных процессов. Они так же обозначаются как «повторяющиеся ресурсы». В этой категории можно выделить такие, которые становятся составной частью изделия (основные сырье и материалы, запасные части, вспомогательные материалы, полуфабрикаты) и те, что необходимы для бесперебойного осуществления производственного процесса (материалы производственного назначения для приведения в действие производственного оборудования). Потенциальные ресурсы это затратные множители, использование которых является эффективным в течение длительного периода времени. После завершения производственного процесса они могут быть использованы для дальнейших (идентичных или различающихся) производственных операций. Данный фактор рассматривается как потенциал для многократного повторения производственного процесса. Этот потенциальный характер выражается с одной стороны в использовании технического производственного оборудования, с другой стороны – в физической и умственной деятельности людей. В составе производственного оборудования можно выделить: оборудование, которое непосредственно участвует в производственном процессе; оборудование, которое рассматривается при общих условиях как часть производственного процесса. Первая категория напрямую занята в изготовлении товаров, работ, услуг. Кроме этого, большое значение имеет оборудование, которое не оказывает непосредственного влияния на производственный процесс (вторая категория).

Принимая во внимание использование сырья, материалов и природных ресурсов (в виде полезных сельскохозяйственных угодий), следует упомянуть о связи использования производственных ресурсов и нагрузки и отрицательного воздействия на окружающую среду [5]. Речь идет как об использовании природных запасов, так и об изменении природных зон производственными зданиями и их периферией. В отдельных производственно – экономических исследованиях идет дискуссия о том, следует ли рассматривать окружающую среду как самостоятельный производственный. Данная концепция приобретает значение в свете экологической ориентации производства, при этом все-таки названные факторы «входящие нагрузка на окружающую среду» и «выходящее загрязнение окружающей среды» должны быть рассмотрены более детально. Они обсуждаются при описании производственного процесса. Ресурс «выходящее загрязнение окружающей среды» едва ли можно назвать непосредственным «потреблением окружающей среды», но все-таки экологическая ориентация на входящие и выходящие эффекты в теории производства и затрат должна прослеживаться.

Процесс изготовления товаров, работ, услуг не протекает без использования человеческого труда. В микроэкономике различают труд, ориентированный на объект, и диспозитивный труд (Гуттенберг (Guttenberg) 1983). Ориентированный на объект труд подразумевает физическую и умственную деятельность, которая осуществляется непосредственно в производственном процессе или находится с ним в тесной связи. При систематизации данный фактор можно отнести к элементарным. В качестве потенциала следует рассматривать личность трудящегося, но не сам результат труда. Даже если аргументировать, что не работающий человек, а производимые им блага по договору связаны с предприятием, то в конечном счете потенциальное свойство следует видеть в том, что трудящиеся могут быть определенным образом заняты в производстве в течение длительного периода времени. Комбинация элементарных факторов находит выражение в ресурсе «диспозитивный труд», характерными особенностями которого являются планирование, организация и контроль продуктивных процессов предприятия. При разделении человеческого труда на диспозитивную и ориентированную на объект части не должно складываться впечатление, что ниже уровня руководства предприятия не возникает диспозитивных заданий. Большая часть диспозитивной работы делегируется руководителям производства, отделов и групп. Также непосредственно для деятельности по изготовлению товаров, работ, услуг требуется выполнение диспозитивных функций по наблюдению и ликвидации отрицательно влияющих факторов [4].

В отличие от макроэкономики, которая различает ресурсы производства труд, капитал и почва, Гуттенберг (Guttenberg 1983) выделяет в рамках теории производства и затрат три микроэкономических элементарных ресурса: человеческий труд, средства производства и сырье и материалы, ограниченные диспозитивными факторами «управление», «планирование» и «организация». Данная классификация представлена на рис. 1 «Обзор производственных ресурсов в микроэкономическом смысле».



Рис. 1. Обзор производственных ресурсов в микроэкономическом смысле

С помощью указанных диспозитивных факторов ресурсы следует скоординировать между собой исходя из постановки целей предприятия. Иеле (Jehle) и др. причисляют к составу элементарных факторов четвер-

тый «Знание, данные, информация», который (обусловленный не в последнюю очередь возрастающей ролью прогресса в электронной обработке данных) в настоящее время играет значительную роль.

Производство товаров, работ, услуг возможно и осуществляется путем комбинации производственных ресурсов – сырья и материалов, средств производства и человеческого труда (рис. 2).



Рис. 2. Система производственных ресурсов

Более детальное рассмотрение выдвинутой Гуттенбергом классификации было предложено среди прочих Буссе, Кольбе/Лассманн («Теория предприятия»), Керном («Экономика производства»), Кильгером («Теория затрат») и Виттманном («Теория производства»).

Ресурс «Сырье и материалы» воплощает совокупность сырья, основных и вспомогательных материалов, которые используются как для производства, заготовки, доставки и реализации, так и для поддержания готовности к эксплуатации. В этом смысле определение «производственные материалы» охватывает все потребительские товары, которые применяются в начальной стадии специфического производственного процесса и являются главными составными частями полуфабрикаты или готового продукта[6] Сырье и материалы могут быть использованы в зависимости от вида продукта или метода производства в неизменной форме, измененной под воздействием производства форме или подвергаться воздействию частично.

Ресурс «Средства производства» охватывает почву, здания, приборы, оборудование, агрегаты, права и информацию предприятия. Т.о. данное понятие обозначает блага, которые используются в производстве и являются носителями производственного процесса. Средства производства делают возможным сам производственный процесс и применяются для поддержания производственной активности[4] Они образуют потенциал для осуществления производства и обозначаются как потенциальные факторы. Эксплуатация средств производства в течение определенного временного промежутка, связанная с использованием ресурса «сырье и материалы» в определенном количестве, осуществляется в целях поставки квантифицируемого (поддающегося количественной оценке) выхода продукции (полуфабриката или готового продукта).

Ресурс «Человеческий труд» должен рассматриваться как ориентированная на объект выполняемая в производственном процессе работа, так



и как диспозитивный труд при созидании производственного процесса, программы и управления. Исходя из функций области производства можно управлять выполняемой персоналом объекториентированной и диспозитивной деятельностью и привести ее в соответствие имеющимся рабочим местам. Носителем диспозитивного объекториентированного труда является человек, при этом каждое лицо может выступать как носитель обоих производственных ресурсов, связанных с работой.

Еще одна классификация представлена М. Гроссером [2]. Предложенное им подразделение Элементарных производственных ресурсов представлено на рисунке 3.



Рис. 3. Элементарные производственные ресурсы по М. Гроссеру

При рассмотрении данной классификации Гроссер вводит понятие «потребительной функции», под которой понимают необходимое для обработки одного продукта время загрузки средства производства как функцию производительности оборудования. Если задана производительность оборудования в единицах за определенный период времени, и при этом оборудование работает быстрее (медленнее), то это увеличивает (снижает) степень использования факторов производства на единицу выхода продукции [7].

Потребительная функция рабочей силы. Потенциал использования ресурса «Рабочая сила» подразумевает под собой другие характеристики, чем ресурс «Средства производства». При этом принимаются во внимание 2 следующие предпосылки:

1. Труд не носит накапливаемый характер.

2. «Потребление» не касается непосредственно самого носителя ресурса, а только его потенциала.

Использование ресурса «Рабочая сила» понимается согласно его потенциальным свойствам, т.е. в соответствии с предлагаемыми предприятием возможностями по использованию рабочей силы. Это явление получило определение потенциального процесса (операции). Теория производства применяет для измерения количества потребляемого фактора категорию «заработная плата».

Потребительная функция «прямого использования материала».

В этом случае между использованием факторов и количеством производимой продукции прослеживается непосредственная связь. Если рассчитать материальные затраты на единицу продукции, то количество используемого фактора при возрастающем выпуске продукции останется постоянным.

Потребительная функция «непрямого использования материала». При не прямой потребительной функции связь между количеством используемого фактора и выходом продукции опосредованная. Она проявляется, как правило, только при участии в комбинационном процессе средств производства [8].

Для расчета возникающих в производственном комбинационном процессе затрат производственных ресурсов следует выбрать калькуляционную модель, представленную на рисунке 4.

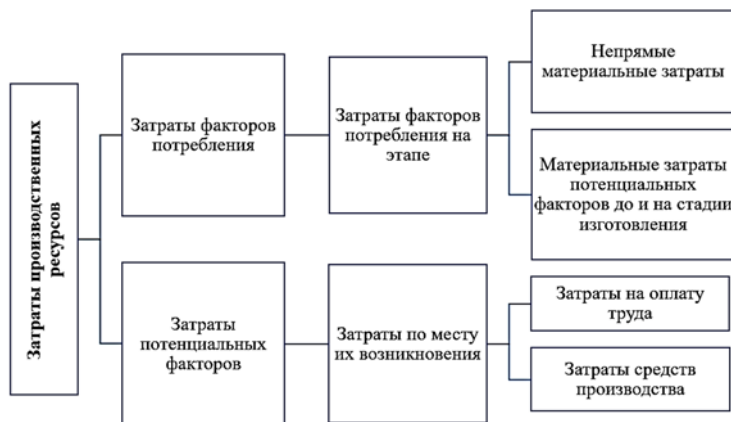


Рис. 4. Калькуляционная модель

Так называемые затраты ресурсов производства образованы из затрат потенциальных ресурсов и ресурсов потребления. При предположении, что комбинационный процесс состоит из отдельных комбинационных стадий, соответствующих отдельным стадиям производства, иначе говоря отдельным рабочим местам, затраты потенциальных факторов могут быть исчислены по затратам по месту их возникновения, которые в свою очередь представлены затратами средств производства и затратами на оплату труда.

Затраты ресурсов потребления подразделяются на материальные затраты и затраты потенциальных ресурсов, возникающих до и на стадии изготовления, и на не прямые материальные затраты.

#### Список литературы

1. Беспамятнова Л.П. Проблемы развития бухгалтерского управленческого учета производственных ресурсов // Актуальные аспекты инновационного экономического и юридического развития в условиях роста напряженности вокруг России: Межвузовская научно-практическая конференция / Министерство образования и науки РФ, Филиал «Московский институт предпринимательства и права» в г. Ростове-на-Дону. – 2015. – С. 91–96.
2. Готтинген Хайдельберг. Основы организации производства. Том 1. «Производство». – Берлин, 1951, 1961, 1966.
3. Гроссер Моше. Оптимальное использование производственных ресурсов при осуществлении инвестиций в производственный процесс: Автореферат дис. ... д-ра техн. наук / Высшая техническая школа. – Цюрих, 1976.
4. Лихацкая Е.А. Информационная составляющая ресурсного потока в системе управления предприятием // Новое слово в науке: перспективы развития: IV Международная научно-практическая конференция. – Чебоксары, 2015. – С. 377–381.

5. Сарычева К.О. Современные концепции управленческого учета / К.О. Сарычева, И.В. Фролова // Приоритетные направления развития и модернизации современной России. Правовые и социально-экономические аспекты: Межвузовская научно-практическая конференция / Филиал НОУ ВПО «МИПП» в г. Ростове-на-Дону. – Ростов н/Д, 2014. – С. 131.

6. Фирова И.П. Совершенствование методов учета и управления затратами как важнейший фактор обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия / И.П. Фирова, М.М. Глазов // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. – 2014. – №4. – С. 161–164.

7. Чалова М.И. Современные тенденции развития управленческого учета / М.И. Чалова, Л.П. Беспамятнова // Современные тенденции и перспективы развития России. Политические, правовые и социально-экономические аспекты: Межвузовская научно-практическая конференция / Филиал НОУ ВПО «МИПП» в г. Ростове-на-Дону. – 2014. – С. 43.

8. Штефен Райнер, Шиммельпфенг. Теория производства и затрат. – 4-е изд., доп. – Производственные ресурсы, 2012.

# ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

*Антипенко Екатерина Владимировна*  
аспирант  
ФГБОУ ВПО «Брянский государственный  
технический университет»  
г. Брянск, Брянская область

## ТАРИФЫ НА УСЛУГИ ЖКХ

***Аннотация:** рассматриваются тенденции регулирования тарифов на рынке жилищно-коммунальных услуг. Проводится анализ индексов платы за услуги в жилищно-коммунальном хозяйстве.*

***Ключевые слова:** жилищно-коммунальное хозяйство, тарифы, индексация тарифов.*

Реформирование системы ЖКХ в настоящее время в России является приоритетным направлением государственной политики. Одной из причин, тормозящих реформирование жилищно-коммунального хозяйства является неэффективная тарифная политика, в связи с чем, большое значение приобретает проблема формирования экономически обоснованных тарифов на жилищно-коммунальные услуги и их регулирование по времени. Поэтому вопрос ценообразования и регулирования тарифов в жилищно-коммунальном хозяйстве РФ имеет исключительно важное значение [1].

Есть «средняя температура» по стране; есть обоснования повышения тарифов поставщиков регулируемых услуг, которые они предоставляют региональным регуляторам, есть инфляция, скажем, в 7,6% в год, вот на эту величину и поднимается цена. Но простоты в расчетах тарифов как раз и не найти. Есть установленные Федеральной службой по тарифам (ФСТ РФ) предельные уровни тарифов. – В среднем по регионам тарифы на свет, тепло и воду должны подняться не более чем на 8,5%, на газ – не более чем на 7,5%, – заверили в ФСТ [2].

С применением тарифов на услуги ЖКХ, утвержденных на 2015 год в соответствующем порядке, рассчитывается стоимость услуг, оказанных предприятиями ЖКХ (жилищно-коммунального хозяйства) населению с целью комфортного проживания граждан в многоквартирных домах и частных жилых домах. К тарифам ЖКХ относят следующие виды тарифов:

- тарифы на воду (горячее и холодное водоснабжение);
- тарифы на газ (газоснабжение);
- тарифы на теплоснабжение;
- тарифы на электроэнергию;
- тариф на содержание жилья, пользование лифтом, вывоз ТБО;
- благоустройство территории и капитальный ремонт.

Тарифы ЖКХ утверждаются местными органами исполнительной власти в области государственного регулирования тарифов, а именно регио-

нальными энергетическими комиссиями (департаментами или комитетами по тарифам и ценам) и местными органами самоуправления [3].

На протяжении последних нескольких лет тарифы за коммунальные услуги стремительно росли, в несколько раз опережая темпы роста уровня инфляции в стране. Правительство пытается разработать варианты привязки роста тарифов к официальной инфляции, которая составляют 7–8% в год, однако, не исключается и рост с опережением инфляции на пару процентных пунктов. В 2014 году впервые за 7 лет ситуация несколько изменилась – инфляция обогнала показатели по росту тарифов за ЖКХ. Однако это не улучшило ситуацию, а скорее усугубило и так сложное положение. Резкий рост цен на товары первой необходимости (около 20%) заставил граждан увеличить долю расходов на них, сократив средства, которые планировалось направить на оплату услуг ЖКХ. Тем не менее, из года в год именно жилищно-коммунальные платежи остаются одной из самых заметных статей расходов населения. По итогам 2012 года на услуги ЖКХ приходилось больше 9% всех трат, в 2013 году – уже 11,5%, в 2014 году – около 17%. Тарифы на жилищно-коммунальные услуги в России в 2014 году повысились на 9,4% после роста на 9,8% в 2013 году. Тарифы на жилищные услуги в России в 2014 году выросли на 19% (в 2013 году рост составлял 5,4%), тарифы на коммунальные услуги повысились на 5,3% (в 2013 году рост составлял 11,2%). В 2014 году наибольший рост среди жилищных услуг наблюдался на «содержание и ремонт жилья (включая взнос на капитальный ремонт) для граждан-собственников жилья в результате приватизации – 22,4% (в 2013 году – 4,9%)». Среди коммунальных услуг в 2014 году сильнее всего подорожало горячее водоснабжение – на 6,9% (в 2013 году – на 11,4%), отопление – на 5,9% (11,3%), водоотведение – на 5,2% (8,9%) [4].

Однако устойчивый рост тарифов на жилищно-коммунальные услуги в течение десятилетия не влечет за собой столь же устойчивого улучшения финансового состояния организаций ЖКХ. На протяжении десятилетий в жилищно-коммунальной сфере преобладали неэкономические подходы и методы хозяйствования, остаточный принцип ресурсобеспечения и административный механизм регулирования хозяйственной деятельности. Тарифы на продукцию и услуги ЖКХ были экономически необоснованными, эксплуатация и развитие комплекса ЖКХ обеспечивались в основном за счет бюджетных ассигнований, а их размер зависел не от качества и надежности услуг, а от затрат предприятий ЖКХ на их производство. Хозяйственный механизм, действовавший в системе ЖКХ, не стимулировал предприятия этой сферы улучшать результаты своей деятельности. Предприятия ЖКХ часто перекладывают на плательщиков расходы, связанные с необоснованным повышением заработной платы своим работникам, строительством жилья, приобретением транспортных средств и другие затраты, не связанные с оказанием коммунальных услуг. Существующие тарифы также не способствуют повышению эффективности производства, внедрению новых технологий, не ориентированы на снижение себестоимости коммунальных услуг. В настоящее время предпринимаются законодательно-организационные инициативы как, в общем, по стране, так и в регионах. Происходит совершенствование тарифов на услуги, внедряются различные методы экономического управления (на государственном, муниципальном и предпринимательском уровнях). В частности, наиболее перспективным видится использование инструментов государственно-частного партнерства (ГЧП) [4; 5].

Вне зависимости от величины изменения платежа за коммунальные услуги, при наличии законодательно установленных оснований, у гражд-

дан есть право обратиться в органы социальной защиты по месту жительства за получением адресных социальных субсидий по оплате жилищно-коммунальных услуг. На основе проведенного анализа зарубежного опыта ценообразования в сфере ЖКХ, необходимо сделать вывод, что при использовании любых методов регулирования тарифов должны быть разработаны и установлены обязательные стандарты качества услуг, работ и базовые нормативы расходов ресурсов (основные фонды, трудозатраты, материальные затраты и т. п.), необходимые для обеспечения качественной поставки тепла, электрической энергии, воды, очистки стоков, утилизации (захоронения) ТБО. Только при установлении таких нормативов, возможно разрабатывать техническое задание на разработку производственной программы организации коммунального комплекса, принимать и производить контроль за выполнением такой программы, а также быть уверенным в установлении экономически обоснованных тарифов.

**Список литературы**

1. Грачева И.И. Проблемы и перспективы функционирования рынка жилищно-коммунальных услуг в современных экономических условиях // Концепт. – №12 (28). – 2013.
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://svobos.ru/tarifyi-zhkh-v-2015-godu/>
3. Тарифы ЖКХ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.energo-konsultant.ru/sprav/tarifi\\_GKH\\_2015](http://www.energo-konsultant.ru/sprav/tarifi_GKH_2015)
4. Евенко В.В. Совершенствование управления жилищно-коммунальным хозяйством путем внедрения механизма государственно-частного партнерства / В.В. Евенко, А.В. Зевако // Экономическая психология: прошлое, настоящее, будущее. – Вып. 2. – Материал второй междунар. науч.-практич. конф / Под ред. А.Н. Неверова. – Саратов: ЦПЭИ СНИЦ РАН; Буква, 2014. – С. 112–116.
5. Евенко В.В. Анализ путей совершенствования управления жилищно-коммунальным хозяйством России на основе оценки его состояния / В.В. Евенко, А.В. Зевако // Вестн. Брян. гос. тех. ун-та. – 2014. – №1 (41). – С. 102–107.

**Борисова Анастасия Николаевна**  
студентка

**Яковлева Екатерина Юрьевна**  
студентка

**Алдакушева Алла Брониславовна**  
канд. экон. наук, доцент

НАН ЧОУ ВО «Академия маркетинга и социально-информационных технологий – ИМСИТ»  
г. Краснодар, Краснодарский край

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ**

**Аннотация:** в данной статье рассмотрены проблемы развития малого и среднего предпринимательства в Иркутской области в настоящий момент.

**Ключевые слова:** Иркутская область, малое предпринимательство.

Развитие малого и среднего предпринимательства в России регулируется Федеральным законом №209-ФЗ от 24.07.2007 г. «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ». Развитие малого и среднего предпринимательства рассматривается как одна из основных задач развития

экономики Российской Федерации. Во всех развитых странах мира малый и средний бизнес играет важную роль в устойчивом росте национальной экономики и повышении благосостояния граждан. Уровень развития малого предпринимательства является своеобразным критерием социально-экономического благополучия той или иной территории. В Иркутской области следует существенно активизировать развитие данного сектора экономики [1].

31 марта 2015 года на Законодательном Собрании Иркутской области Председатель бюджетного комитета Наталья Дикусарова заметила, что интересен потенциал и возможности малого бизнеса, которые могут послужить на пользу региону, в том числе посредством налоговых поступлений в областной бюджет. Заместитель министра экономического развития региона Евгений Семенов сообщил, что в Иркутской области зарегистрировано порядка 91 тыс. субъектов малого бизнеса, и каждый четвертый житель области занят на работе именно в таких организациях. Сегодня наш регион занимает 6 место в Сибирском Федеральном округе по количеству малых и микропредприятий, которые представляют собой около 23% от общего оборота товаров и услуг в регионе. Распределяется бизнес на территории Иркутской области неравномерно, по словам замминистра, в 60% муниципальных образований ведут свою деятельность около 30 субъектов малого бизнеса на 1 тыс. населения [2].

Говоря о проблемах в отрасли, Евгений Семенов отметил, что с 2011 года по 2013 год количество индивидуальных предпринимателей сократилось на 18%, основной причиной этого явилось увеличение в 2 раза размера фиксированного взноса на обязательное пенсионное страхование. Вместе с тем, уровень обеспеченности малых и средних предприятий основными средствами является недостаточным, за последние два года существенно сократился объем инвестиций в развитие таких предприятий. Так, по итогам 2014 года отчисления в консолидированный областной бюджет по специальным режимам превысили уровень 2013 года на 446 млн рублей (на 9,6%) и составили 5,08 млрд рублей или 5,1% от налоговых доходов бюджета. Сегодня, по словам заместителя министра, особое внимание будет уделяться развитию инновационного бизнеса и поддержке импортозамещения. Президент Иркутского регионального объединения работодателей «Партнерство товаропроизводителей и предпринимателей» Алексей Соболев поинтересовался, какая доля государственных заказов выполняется малым бизнесом. Евгений Семенов ответил, что в 15% государственных заказах должны участвовать субъекты малого предпринимательства. Так, в 2014 году из 4 тыс. государственных заказов, 3 тыс. – выполнены субъектами малого бизнеса. Начальник отдела по надзору за соблюдением прав предпринимателей областной прокуратуры Наталья Христюк заметила, что большинство муниципальных образований из-за того, что средства приходят поздно или по другим причинам вынуждены возвращать средства, выделяемые на предоставление грантов предпринимателям. Причиной неэффективного использования средств заместитель министра назвал недостаточное информирование предпринимателей [3].

Малое предпринимательство является важной частью функционирования и социально-экономического развития РФ в целом, а также Иркутской области. Малое и среднее предпринимательство ведет к оздоровлению экономики в целом. Таким образом, как у предприятий, так и у государства до сих пор открытыми остается большое количество проблем, такие как коррупция, высокое налогообложение, недостаток квалифицированных кадров и высокие административные барьеры [4].

### **Список литературы**

1. Об определении понятия «малое предпринимательство» / Ж.Б. Тумунбаярова // Российское предпринимательство. – 2013. – №5.
2. Официальный сайт Администрации г. Иркутска [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.admirk.ru>
3. Малое и среднее предпринимательство в России: статистический сборник. – М.: Статистика России, 2013. – 360 с.
4. Ксанаева М.Б., Аликаева М.В. Современные тенденции в развитии малого предпринимательства // Российское предпринимательство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/28117>

**Будлянская Наталья Ивановна**

аспирант

ФГБОУ ВПО «Тихоокеанский государственный университет»

г. Хабаровск, Хабаровский край

## **МЕТОДЫ МИНИМИЗАЦИИ НАЛОГОВЫХ ВЗНОСОВ**

**Аннотация:** в статье рассматриваются способы минимизации налоговых поступлений в бюджет государства, которые позволяют увеличивать все финансовые ресурсы предприятия для его развития.

**Ключевые слова:** минимизация налогов, налогообложение, экономика предпринимательства, лизинг, агентское соглашение, офшорные компании.

*Уклонение от уплаты налогов – единственный вид интеллектуальной деятельности, которая хоть как-то вознаграждается.*

*Дж. М. Кейнс*

Мир бизнеса сегодня диктует компаниям такие условия, при которых уплата всех государственных налогов в полном объеме очень часто сводит развитие на нет, а для новичка нередко грозит разорением. Большинство руководителей задумываются о том, как снизить налоговую ношу своей фирмы и при этом оставить налоговые риски на приемлемом уровне. Для этого используются методы минимизации налогов, целью которых является не снижение какого-нибудь налога как такового, а увеличение всех финансовых ресурсов предприятия.

В настоящее время многие считают, что минимизация налогообложения – это преступление. Причина заключается в том, что само понятие «законная схема минимизации налогов» трактуется двояко, а единственным критерием оценки ее законности является юридическая чистота фирмы, применявшей схему. Даже если в эту схему входило использование «фирмы-однодневки» или офшорной компании. Зачастую ощутимых результатов можно добиться, правильно выбирая режимы и объекты налогообложения, учетную политику или используя налоговые льготы. В данной же статье «белыми» или «законными» будем называть только те схемы, которые не несут в себе никаких криминальных элементов, а остальные отнесем к «серым».

Самыми распространенными «серыми» схемами в настоящее время являются схемы, связанные с деятельностью иностранных офшорных фирм, а также их симбиоз с европейскими фирмами. В качестве примеров можно назвать такие как: заключение договоров на посреднические или



представительские услуги между фирмой в другой стране и своей местной фирмой, перечисление суммы на счет, необходимой только для ведения деятельности, отчисление налогов и начисление заработной платы за рубежом.

Раскроем некоторые действующие схемы по снижению налогового бремени на конкретных предприятиях.

Компания «К» работает по российскому законодательству в сфере услуг, не используя методы минимизации налогов. При этом компания «К» является плательщиком налога на прибыль по базовой ставке в 20%. Одним из способов уменьшить налог на прибыль – увеличение затратной части. В число мнимых расходов могут входить различные услуги, оказываемые оффшорной компанией – информационные, юридические, маркетинговые. Плата за эти услуги перечисляется на оффшорный счет, а налогооблагаемая база сократится на эту сумму.

Компания «С» работает по российскому законодательству в сфере строительства, не используя методы минимизации налогов. При этом компания «С» платит все налоги, связанные с реализацией продукции и оказанием услуг. В схеме минимизации налогов оффшорная компания выступает подрядчиком. Заказчик (российская компания) оплачивает услуги оффшорной компании за строительные работы. Оффшор заключает договор с субподрядчиком – (фирмой, зарегистрированной на территории РФ), которая выполняет все строительные работы. Все денежные расчеты проходят через оффшор. После вычета всех расходов основная прибыль остается на счете оффшорной компании и снимается в любой точке мира без уплаты налогов.

Также популярными являются схемы, связанные с отсутствием точного метода определения стоимости интеллектуальной собственности. Суть схемы в оформлении авторских прав и последующей их продажей по минимальной цене оффшорной компании, имеющей возможность перепродать их по максимально высокой цене местной компании.

Еще один «серый» метод связан с применением лизинга – формой кредитования без передачи прав собственности арендатору. Договор лизинга заключается на срок от 6 месяцев до 15 лет на технические средства и сооружения производственного назначения. Лизинговые контракты позволяют значительно варьировать стоимость ввозимого оборудования и за счет этого получать «под него» субсидии и кредиты.

Помимо этого, используются агентские соглашения (договор выполнения от имени иностранной фирмы каких-либо работ) или толинг (передача иностранной фирме сырья для переработки) и многое другое. Отдельным ответвлением являются схемы, деятельность которых направлена на махинации с НДС и легализацию теневого капитала. Такие схемы не хочется комментировать, ввиду их явной незаконности.

Так называемых «белых» схем гораздо больше. Их применение не имеет явных рисков привлечения налогоплательщиков к ответственности. Распространены такие методы как экономия на платежах по налогу, по НДС и налогу на прибыль путем продления сроков исковой давности по дебиторской задолженности, что позволяет снижать налоги путем списания, когда прибыль налогоплательщика максимальна. Еще одним способом является экономия на платежах по налогу на прибыль и налогу на имущество с помощью неустойки. При этом цена товара в договоре искусственно занижается, вследствие чего налогооблагаемая прибыль сводится к минимуму. В то же время стороны договора предусматривают повышенные санкции за нарушение его условий, имитируют нарушение таких условий и уплату неустойки одним из контрагентов в добровольном порядке, что позволяет отнести уплату такой неустойки к расходам по

налогу на прибыль и вычесть их из налоговой базы. Также фирмы используют экономию на налогах при посредничестве через заключение договоров агентирования, комиссии и поручения и др.

В заключении, хотелось бы привести статистику: с начала 2015 года прекратили свое существование около трехсот тысяч индивидуальных предпринимателей в результате двукратного увеличения страховых взносов, а сколько людей в результате этого лишились работы? В сложившейся ситуации, это основной побудительный мотив, заставляющий налогоплательщиков становиться на путь налоговой минимизации, открывая офшорные компании, которые надежно хранят тайну собственника, сохраняя тем самым хоть какую-то прибыль и развивая бизнес. И хотя защита своего имущества является сильнейшей мотивацией в деятельности любого человека, при этом нужно не забывать о социальной значимости налогов в пользу физических лиц. Поэтому стоит хорошенько задуматься, какой метод использовать и использовать ли вообще.

#### **Список литературы**

1. Лукаш Ю.А. Оптимизация налогов. Методы и схемы: полное практ. руководство. – М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2008. – 432 с.
2. Карпов А. Самые популярные законные способы снижения налога на прибыль [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.glavbuh.net](http://www.glavbuh.net)
3. Слесаренко В. Методика оптимизации налогообложения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.public-optimiz.ru](http://www.public-optimiz.ru)

**Ващук Ирина Ивановна**

аспирант

ФГБОУ ВО «Мичуринский государственный  
аграрный университет»

г. Мичуринск, Тамбовская область

## **ОСОБЕННОСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ САДОВОДСТВА**

**Аннотация:** в данной работе рассмотрены вопросы обоснования государственного регулирования основных направлений воспроизводственного процесса в промышленном садоводстве. Несмотря на позитивные изменения в развитии садоводства, имеется ряд неблагоприятных факторов, которые сдерживают развитие отрасли. В связи с острой нехваткой собственных оборотных средств, хозяйства не имеют возможности приобретать современную специализированную технику и оборудование, в том числе зарубежного производства. В статье приведен алгоритм ведения садоводства, составленный автором по монографическим исследованиям хозяйств для их устойчивого развития. Отдельно рассмотрены современные аспекты устойчивого развития садоводства как одной из ведущих отраслей сельского хозяйства.

**Ключевые слова:** садоводство, устойчивое развитие, устойчивое развитие садоводства, плодовые насаждения.

Садоводство – интенсивная отрасль сельского хозяйства, снабжающая население необходимыми витаминами. Плоды являются источниками минеральных веществ, способствуют профилактике заболеваний, обладают лечебными свойствами. Плоды используются не только в свежем виде, но и в качестве сырья для консервной, винодельческой и других отраслей

промышленности. В настоящее время товаропроизводители, специализирующиеся на производстве продукции садоводства оказались в трудном положении. Специфика продукции садоводства в сочетании с нарушением паритетных отношений в сфере снабжения, транспорта, торговли, а также ужесточения уплаты налогов не способствуют формированию прибавочной стоимости, достаточной для воспроизводства на простом или расширенном уровнях [1, с. 83]. Потребность населения в обеспечении садоводческой продукцией в полном объеме выводит проблему устойчивого развития садоводства на мезо – и микроуровни.

На пути устойчивого развития садоводства основным препятствием является недостаточная поддержка государства, что приводит к нарушению нормального воспроизводства основных фондов. Оснащение садоводства техническими средствами (износ – 70%), главным средством производства в садоводческих хозяйствах выступают многолетние плодовые насаждения, эксплуатационный возраст, которых превысил амортизационный срок на 30%. Это обусловило тенденцию сокращения площадей плодовых насаждений в крупных садоводческих организациях [3, с. 185].

На современном этапе в России отрасль не удовлетворяет потребности населения в плодовой продукции. Фактическое потребление плодов составляет около 60 кг на душу населения в год при научно обоснованной норме 90–100 кг. За счёт собственного производства обеспечивается лишь 25–30% минимально необходимого количества фруктов (20–25 кг в год на человека). Необеспеченность внутреннего рынка качественными плодами даёт возможность практически беспрепятственно заполнять его импортной продукцией, которая в потребительской корзине россиянина составляет более 35%. Импорт яблок с 2011 года возрос в 5,5 раза и составил 1191 тыс. т [5, с. 292].

Доля садов, сконцентрированных в хозяйствах, в 2011–2012 годах по России составила 20, 3% от общей площади плодово-ягодных насаждений, что свидетельствует о пространственном перемещении садоводства в личные подсобные хозяйства населения, многие из которых объективно носят нетоварный характер [3, с. 185]. Для устойчивого развития садоводства предлагаем схему ведения отрасли, которая может быть применима не только для государственных организаций, но и для личных подсобных хозяйств населения (таблица 1).

Таблица 1

## Алгоритм ведения садоводства

Система устойчивого садоводства
1) материально-технических средств производства
2) производства посадочного материала
3) закладки сада
4) содержания и обработки почвы
5) формирования крон плодовых деревьев
6) восстановления и ремонта плодовых деревьев
7) ухода за урожаем
8) уборки и товарной обработки урожая
9) хранения и переработки плодов
10) реализации продукции
11) организации и управления производством
12) государственного регулирования

Индивидуальность устойчивого развития садоводства определяется особенностями отраслевых стадий хозяйственной деятельности (рис. 1).



Рис. 1. Специфика устойчивого развития садоводства

На мой взгляд к ним следует отнести:

- в сфере производства – длительность промежутка времени до вступления в плодоношение, постоянство использования земли под садами, большой выход товарной продукции с единицы площади, высокая трудоемкость;

- в сфере распределения – потребление в свежем виде требует длительного хранения продукции и, следовательно, строительство холодильных мощностей [2, с. 22]. Современные методы хранения, ускоренное замораживание дают возможность практически полностью сохранить питательную ценность продукции и продлить срок её потребления;

- в сфере обмена – преимущественное использование прямых расчётов.

В системе устойчивого развития садоводства следует уделить внимание вопросам управления закладкой садов и технологическим особенностям новых посадок. Сложившаяся ситуация в стране в области садоводства характеризуется отсутствием политики в отношении отечественных производителей плодовой продукции со стороны государства, и наоборот, всемерным поощрением и увеличением ввоза импортной продукции садоводства. Между тем рост доли импортной продукции садоводства для потребления населения угрожает продовольственной безопасности нашей страны [4, с. 8]. В настоящее время интенсивные сады в основном закладывают с использованием саженцев на полукарликовых подвоях, что требует более высоких затрат, но и обеспечивает более высокую доходность хозяйства.

Изменения, происходящие в садоводстве, функционирование его в условиях формирования рыночных отношений, предъявляют к хозяйствам новые, повышенные требования. В первую очередь – организационные основы, вопросы которых решает государство, тем более что в мире есть примеры рациональной организации садоводства с явной государственной поддержкой.

Таким образом, в современных условиях главной целью устойчивого развития садоводства может быть:

- выявление наиболее перспективных направлений;
- формирование условий устойчивого развития отрасли в перспективе на будущее (с использованием прогнозирования);
- разработка и осуществление комплекса мер по повышению эффективности производства плодовой продукции на основе использования инноваций.

### Список литературы

1. Анциферова О.Ю. Методология оценки и прогнозирования устойчивого развития аграрного производства / О.Ю. Анциферова, А.В. Никитин, И.П. Шаляпина [и др.] // Мичуринск-наукоград РФ. – 2012. – 322 с.
2. Баранчев В.С. Стратегический анализ: технология, инструменты, организация [Текст] / В.С. Баранчев // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – №5.
3. Гольдштейн Г.Я. Стратегический инновационный менеджмент / Г.Я. Гольдштейн. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2002. – 228 с.
4. Гашаулин А.И. Математическое моделирование экономических процессов в сельском хозяйстве: Учебник / А.М. Гашаулин. – Агропромиздат, 1992. – 346 с.
5. Минаков И.А. Экономика сельского хозяйства: Учебник / И.А. Минаков [и др.]. – М.: Колос, 2003. – 328 с.

**Вовнянко Елена Александровна**  
студентка

**Юрина Владлена Сергеевна**  
доцент

ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный  
университет сервиса»  
г. Тольятти, Самарская область

## ПРОБЛЕМЫ, ОСОБЕННОСТИ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО ДЕЛА НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

**Аннотация:** развитие современной экономики невозможно без активной политики поддержки малого бизнеса. Основные проблемы налогового и бухгалтерского дела в субъектах малого предпринимательства России связаны с существующими противоречиями в налоговом законодательстве и его нестабильностью. Построение и ведение бухгалтерского дела рассматривается предпринимателями как инструмент для исчисления налоговых обязательств. Данная статья посвящена вопросам, связанным с нахождением путей совершенствования малых предприятий на основе организации единой системы бухгалтерского и налогового учета. Для этого необходимо разработать предложения по совершенствованию упорядоченных способов ведения учета для субъектов малого предпринимательства. При этом совершенствование налогообложения субъектами малого предпринимательства должно учитывать интересы государства и малого бизнеса. В работе рассмотрена концепция организации бухгалтерского дела в связи со спецификой малых предприятий.

**Ключевые слова:** бухгалтерское дело, особенности организации учета, малые предприятия, проблемы, совершенствование, малый бизнес.

Субъекты малого предпринимательства – это хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными настоящим Федеральным законом, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям [2]. Для развития и устойчивого функционирования малого бизнеса необходимы четкие и простые в использовании и понимании схемы учета, которые станут для руководства основой ста-

бильного функционирования [6]. Для этого необходимо сформировать единую учетно-информационную систему, включающую в себя бухгалтерский, налоговый учет, а также данные оперативно-технического учета, отражающие объективную информацию. Для малого бизнеса также характерна минимизация издержек на управление, возможность ведения упрощенной системы налогового, финансового и статистического учета.

На практике в развитых странах малые предприятия имеют целый ряд преимуществ:

- при изменении конъюнктуры рынка могут быстро и гибко реагировать и принимать управленческие решения;
- учитывают местную специфику ведения бизнеса в конкретном регионе; используют льготное налогообложение, различные программы государственной поддержки;
- способность гибко маневрировать при сезонных колебаниях и различных изменениях условий;
- могут быстро внедрять инновационные идеи и применение передового опыта.

Для поддержки малого бизнеса в России существуют программы поддержки малого и среднего предпринимательства различных уровней и организации, формирующие инфраструктуру поддержки малого предпринимательства. Главным принципом государственной поддержки малого предпринимательства должно стать создание преимущественно экономических и правовых условий нормального, устойчивого ведения рыночного хозяйствования [6]. Государственная поддержка должна выражаться в формировании экономических и правовых условий, стимулов для саморазвития и конкурентоспособности малых предприятий с учетом отраслевых, географических, национальных, исторических особенностей и традиций, а также зарубежного опыта. Важнейшие задачи государственной поддержки малого предпринимательства заключаются в том, чтобы обеспечить малым предприятиям равные права, минимизировать разрыв в условиях хозяйственных возможностей между малыми и более крупными предприятиями в конкурентном рыночном соревновании, создать равные возможности ведения предпринимательской деятельности в условиях свободы выбора ее форм и методов проявления самостоятельности и предприимчивости. Успешное развитие малого предпринимательства возможно лишь при наличии политической воли государства сформировать благоприятные социальные, экономические, правовые, политические и другие условия, поддержание и укрепление которых, в свою очередь, обеспечивается широкомасштабным развитием малого бизнеса.

Малое предприятие ведет бухгалтерский учет в соответствии с едиными методологическими основами и правилами, установленными Федеральным законом №402 «О бухгалтерском учете» [1]. Согласно п. 2 ст. 6 нового закона «О бухгалтерском учете» не вести бухгалтерский учет вправе лишь индивидуальные предприниматели в случае, если в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах они ведут учет доходов или расходов и (или) иных объектов налогообложения в порядке, установленном указанным законодательством [4].

Малый бизнес активно использует специальные налоговые режимы. К специальным налоговым режимам относятся: упрощенная система налогообложения; система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности; система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей; патентная система налогообложения.

Что касается формы бухгалтерского учета, то малое предприятие определяет его самостоятельно из утвержденных соответствующими органами, исходя из потребностей и масштаба своего производства и управле-

ния, численности работников. Так, малым предприятиям, занятым в материальной сфере производства, рекомендуется использовать регистры, предусмотренные в журнально-ордерной форме счетоводства. Малые предприятия, занятые торговлей и иной посреднической деятельностью, могут использовать регистры из упрощенной формы бухгалтерского учета, при необходимости применяя отдельные регистры для учета определенных ценностей, преобладающих в их деятельности (товарно-материальных запасов, финансовых активов и т. п.), из единой журнально-ордерной формы счетоводства.

При этом малое предприятие может приспособливать применяемые регистры бухгалтерского учета к специфике своей работы при соблюдении следующих условий:

- единой методологической основы бухгалтерского учета, предполагающей ведение бухгалтерского учета на основе принципов начисления и двойной записи;

- взаимосвязи данных аналитического и синтетического учета;

- сплошного отражения всех хозяйственных операций в регистрах бухгалтерского учета на основании первичных учетных документов;

- накопления и систематизации данных первичных документов в разрезе показателей, необходимых для управления и контроля за хозяйственной деятельностью малого предприятия, а также для составления бухгалтерской отчетности [1].

Допустимы варианты создания бухгалтерской службы как структурного подразделения или принятие в штат бухгалтера, а также передача ведения учета специализированной организации. Для практической реализации, возможно, сократить количество синтетических счетов в принимаемом субъектом малого бизнеса рабочем плане счетов бухгалтерского учета [7]. Функционирование внутреннего контроля возможно посредством организации таких форм контроля, как ревизия, внутренний аудит и управленческий анализ.

Для того чтобы снизить административную нагрузку на субъекты малого предпринимательства, в связи с исполнением обязанности ведения бухгалтерского учета, предусмотрены следующие направления:

- разрешено вести бухгалтерский учет по простой системе (без применения двойной записи) (Положение по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008), утвержденное Приказом Минфина России №106н от 06.10.2008);

- разрешено самостоятельно определять состав регистров бухгалтерского учета и утверждать их формы (Федеральный закон №402 «О бухгалтерском учете» (Типовые рекомендации по организации бухгалтерского учета для субъектов малого предпринимательства, утвержденные Приказом Минфина России №64н от 21.12.1998) [3];

- составлять упрощенную бухгалтерскую отчетность (Федеральный закон «О бухгалтерском учете»). Состав и содержание упрощенной бухгалтерской отчетности определены Приказом Минфина России №66н от 02.07.2010 «О формах бухгалтерской отчетности организаций» [6];

- предоставляется право руководителям субъектов малого предпринимательства принимать на себя ведение бухгалтерского учета (Федеральный закон №402 «О бухгалтерском учете» ФС 6 декабря 2011 г. (ред. от 04.11.2014) [1].

Таким образом, несмотря на все вышесказанное, предприятия малого бизнеса динамично развиваются, адаптируясь к внешним условиям и нововведениям. Грамотный, четкий и вдумчивый подход к организации бухгалтерского дела в организациях, являющихся субъектами малого пред-

принимательства, может обеспечить весьма ощутимое снижение трудоемкости учетных процессов, повышение точности и оперативности обработки бухгалтерской информации и, следовательно, повышение качества принимаемых управленческих решений [6].

**Список литературы**

1. Российская Федерация. Законы. О бухгалтерском учёте [Текст]: федеральный закон №402 – ФЗ; принят ГД ФС 6 декабря 2011 г. (ред. от 04.11.2014).
2. Российская Федерация. Законы. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Текст]: федеральный закон №209-ФЗ; принят Государственной думой 6 июля 2007г. (ред. от 29.06.2015).
3. Российская Федерация. Приказ. Типовые рекомендации по организации бухгалтерского учета для субъектов малого предпринимательства [Текст]: №64н принят Министерством финансов России 21.12.1998 г.
4. Российская Федерация. Приказ. Положение по бухгалтерскому учёту «Учётная политика организации» ПБУ 1/2008 [Текст]: №106н; принят Министерством Финансов РФ 6 октября 2008 г.
5. Российская Федерация. Приказ. Положение по бухгалтерскому учёту «Информация по прекращаемой деятельности» ПБУ 16/02 [Текст]: №66н; принят Министерством Финансов РФ 2 июля 2002 г.
6. Бурнаева А.И. Проблемы управления экономикой РФ / А.И. Бурнаева, А.М. Лазарева, В.С. Юрина // Научные труды SWorld. – 2011. – Т. 14. – №1. – С. 83–85.
7. Шохнех А.В. Проблемы учета и контроля в сфере малого бизнеса // Российское предпринимательство. – 2008. – № 2 Вып. 1 (105). – С. 45–49 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/4593/> (дата обращения: 09.06.14).
8. Потехина Е.Н. Проблемы и пути совершенствования учета на малых предприятиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-puti-sovershenstvovaniya-ucheta-na-malyh-predpriyatiyah>

**Грошков Дмитрий Владимирович**  
начальник вещевого службы воинской части 26178

**Храмов Дмитрий Владимирович**  
слушатель командного факультета

ФГКВООУ ВО «Военная академия  
материально-технического обеспечения  
им. генерала армии А.В. Хрулева»  
г. Санкт-Петербург

## **ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ВЕЩЕВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВОЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**Аннотация:** *вещевое обеспечение военной организации государства является одним из видов материального обеспечения. Мероприятия, реализуемые в процессе вещевого обеспечения военнослужащих, имеют не только ярко выраженную социальную направленность, но и во многом определяют способность военнослужащих выполнять возложенные на них задачи. В работе рассмотрены основные направления развития системы вещевого обеспечения войск, реализация которых предполагается (возможна) в среднесрочной и долгосрочной перспективе.*

**Ключевые слова:** *военная организация государства, военная экономика, вещевое обеспечение войск.*

Вещевое обеспечение является видом материального обеспечения ВС РФ, др. войск, воинских формирований и органов, включает в себя ком-



плекс мероприятий по определению их потребности в имуществе и технических средствах вещевого службы, снабжению таким имуществом и средствами, их разработке, заготовке, содержанию, использованию (носке (эксплуатации), расходу), модернизации, ремонту и утилизации (реализации), банно-прачечному обслуживанию, а также по осуществлению руководства деятельностью органов вещевого службы ВС РФ, других войск, воинских формирований и органов по вопросам вещевого обеспечения указанных войск (сил).

От качества и своевременности выполнения мероприятий, входящих в состав вещевого обеспечения, зависит не только полнота доведения соответствующих видов вещевого имущества до военнослужащего, но и его способность выполнять поставленные задачи. Это объективно повышает его значимость наряду с некоторыми другими видами материального обеспечения [3].

История развития военного дела наглядно показывает, что с изменением тактики ведения боевых действий, разработкой и совершенствованием вооружения и военной техники изменяются и требования к военной одежде, обуви, снаряжению. Эта тенденция остаётся актуальной и в настоящее время. Анализ боевых действий в «горячих» точках мира ещё раз убедительно доказывает необходимость постоянной научной работы по совершенствованию существующих и разработке новых образцов военной одежды, обуви, предметов полевого снаряжения. Практически военная форма одежды, особенно полевая, становится одним из элементов обеспечения боевой готовности солдата. Насколько важны эти проблемы говорит тот факт, что во многих странах мира ведутся научные разработки комплексных программ и проектов, направленных на совершенствование экипировки военнослужащих.

Так, в США реализуется программа совершенствования экипировки Soldier Modernization Plan и программа отработки концепции бойца XXI века 21 Century Land Warrior («Пехотинец 21 века»). В Великобритании в рамках программы FIST-Future Integrated Soldier Technology («Интегрированная технология солдата будущего») отрабатывается концепция боевой защитной одежды для экстремальных условий.

В ФРГ отрабатывается концепция индивидуального вооружения и боекомплекта бойца 21 века. Франция работает над концепцией перспективной экипировки по программе The Soldier System Program («Солдат как боевая система»). Имеются национальные программы отработки концепции пехотинца 21 века и в других странах НАТО. Цель программ – существенное повышение боевой эффективности солдата 21 века. При этом одним из основных направлений определено совершенствование военной одежды.

Нельзя не сказать о том, что подобными разработками не занимаются предприятия отечественного оборонно-промышленного комплекса. Так, например, в настоящее время существует российская боевая экипировка военнослужащего «Ратник», которая является частью общего проекта повышения качества отдельно взятого солдата на поле боя за счёт использования новейших научных достижений в области навигации, систем ночного видения, отслеживания психофизиологического состояния бойца, использования продвинутых материалов в изготовлении брони и тканей одежды.

Система «Ратник» представляет собой комплекс современных средств защиты, связи, оружия и боеприпасов. Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы велись десятками российских оборонных предприятий, такими как ФГУП «ЦНИИТОЧМАШ», НПО «Спецтехника и связь», НПО Спецматериалов и другие. По замыслу создателей,

новая экипировка сможет на равных соперничать с аналогичными образцами экипировок «солдат будущего». В состав «Ратника» включено порядка десяти подсистем. Этот комплект будет отличаться модульной компоновкой и будет приспособлен для действий в самых разных условиях и любое время суток.

Продолжается целенаправленная работа по совершенствованию предметов военной формы одежды. Разработан и принят на снабжение всесезонный комплект полевого обмундирования военнослужащих. Новая форма, включает в себя 23 предмета обмундирования и в отличие от существующей в настоящее время рассчитана на более длительный период эксплуатации, однако стоит практически в трие дороже.

Постоянно растут требования к уровню повседневной жизни войск. В этой области многие вопросы – размещения личного состава, бытового и банно-прачечного обслуживания – также решаются при непосредственном участии вещевого службы. Соответственно, для улучшения жизни войск необходимо развивать материальную базу вещевого обеспечения: строить новые и модернизировать имеющиеся складские ёмкости, разрабатывать образцы новых полевых технических средств.

Большое внимание уделяется вопросам автоматизации и повышения эффективности вещевого обеспечения военнослужащих. До 2020 года предполагается переход к новой системе снабжения вещевым имуществом, предполагающей использование принципов «посылочной торговли» и автоматический заказ предметов вещевого имущества из промышленности в соответствии с реальными потребностями военнослужащих. Данное направление предполагает использование современных логистических концепций и технологий, положительно зарекомендовавших себя при решении аналогичных задач в коммерческих системах распределения продукции [4; 5].

Чтобы добиться нового уровня в удовлетворении потребностей военнослужащих, необходимо разрабатывать новые принципы вещевого обеспечения Вооруженных Сил в мирное и военное время, определять направления совершенствования организационно-штатной структуры органов военного управления и организаций вещевого службы.

Основными положениями строительства и развития вещевого службы Вооруженных Сил Российской Федерации на современном этапе являются:

1. Соответствие организационной структуры, состава и численности организаций и подразделений службы возлагаемым на них задачам, составу, численности и организационной структуре обеспечиваемых войск (сил).

2. Внедрение эффективных форм и способов логистизации процессов вещевого обеспечения войск (сил) на основе анализа опыта иностранных армии и коммерческих компаний – лидеров логистического рынка (при этом следует рассмотреть возможность использование инструментария бенчмаркинга – как способа поиска, адаптации и внедрения лучших практик в области логистики (в данном случае), который снискал широкую популярность, его применение позволяет существенно повысить эффективность реализации процессов вещевого обеспечения за счёт использования внешних компетенций [2]).

3. Создание производственно-логистических комплексов, осуществляемое в интересах МО РФ, позволит решить проблему обновления производственно-логистических мощностей стационарных объектов хранения материальных средств различной номенклатуры (в том числе и номенклатуры вещевого службы), создаст условия для применения современных форм и способов управления (в т. ч. с использованием имеюще-

гося и специального программного обеспечения) движением материальных потоков в общей системе материально-технического обеспечения военных потребителей [6].

4. Постоянная готовность службы к обеспечению действий войск (сил), предназначенных для участия в отражении агрессии в военном конфликте локального или регионального масштаба, а также воинских частей и подразделений, задействованных в проведении самостоятельных и принимающих участие в многосторонних миротворческих операциях по поддержанию (установлению) мира и выполнении других задач.

5. Большое значение имеет разработка инструментов управления экономическим потенциалом региона с учётом потребностей ВС РФ по видам материального обеспечения. При этом выбор компонента сервисной деятельности, который будет осуществляться путём привлечения внешнего оператора, должен производиться на основе оценки всех элементов уровня сервисного развития региона (транспортного, инфраструктурного и бытового обслуживания) [1].

6. Обеспечение высокого уровня готовности органов управления службой, совершенствование профессиональной подготовки военнослужащих и гражданского персонала.

При этом следует учитывать тот факт, что формировании стратегии долгосрочного развития системы материально-технического обеспечения Вооружённых Сил Российской Федерации, в целом, и подсистемы вещевого обеспечения в частности необходимо принимать во внимание не только концептуальные взгляды на строительство и применение Вооружённых сил, но также и тот факт, что совершенствование рассматриваемой системы не может осуществляться самостоятельно и изолированно. В любом случае оно должно быть сопряжено с общими тенденциями развития логистики в России [7].

Таким образом, принцип постоянного развития всей системы вещевого обеспечения имеет объективную закономерность. Иметь современную армию без надлежащего вещевого обеспечения недопустимо и невозможно. Современный солдат, даже оснащённый эффективным оружием и техникой, не выполнит свои задачи без надлежащей экипировки и организованного снабжения. Вещевое обеспечение военнослужащих в современных условиях играет важную роль. Это подтверждается содержанием положений строительства и развития вещевого обслуживания Вооружённых Сил Российской Федерации, поиском путей и способов разрешения существующих проблем и противоречий.

#### *Список литературы*

1. Афонин А.А. Методика оценки экономического потенциала региона для нужд Вооружённых сил // Экономика и предпринимательство / А.А. Афонин, Л.В. Ворушилин, А.Х. Курбанов. – 2015. – №3 (56). – С. 856–859.
2. Ворушилин Л.В. Алгоритм применения бенчмаркинга в интересах повышения экономической эффективности логистических систем // Экономика и менеджмент систем управления / Л.В. Ворушилин, А.Х. Курбанов, Е.В. Клюкин. – 2015. – Т. 18. – №4. – С. 46–53.
3. Горьков П.А. Анализ некоторых проблемных вопросов логистического обеспечения военной организации и обоснование возможных способов их решения // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика: Материалы 3-й Международной научно-практической конференции / П.А. Горьков, А.Х. Курбанов. – Курск. – 2013. – С. 61–63.
4. Грошков Д.В. Военно-экономическое обоснование вещевого обеспечения военнослужащих Вооружённых Сил Российской Федерации на основе инновационных управленческих технологий: Монография / Д.В. Грошков, А.Х. Курбанов, В.А. Плотноков – СПб.: Лема. – 2012. – 192 с.

5. Курбанов А.Х. Военная логистика: история, методология, современное состояние и перспективы развития: Коллективная монография / А.Х. Курбанов – СПб.: Копи-Р Групп. – 2014. – 281 с.

6. Курбанов А.Х. Идентификация направлений повышения эффективности вещевого обеспечения военных потребителей в единой системе производственно-логистических комплексов // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика: Материалы 4-й Международной научно-практической конференции / А.Х. Курбанов, Д.Н. Зыков. – Курск, 2014. – С. 228–230.

7. Курбанов А.Х. Система материально-технического обеспечения военной организации государства: особенности функционирования и перспективы развития в современных экономических условиях // Управленческое консультирование / А.Х. Курбанов, В.А. Плотиных, А.А. Целиковских. – 2014. – №12 (72). – С. 16–28.

**Гуань Шаньшань**  
аспирант

**Кметь Елена Борисовна**

канд. экон. наук, доцент, преподаватель

ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет»  
г. Владивосток, Приморский край

## **РАЗВИТИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ В КИТАЕ (ГУМАНИТАРНЫЙ АСПЕКТ)**

**Аннотация:** в статье представлены основные проблемы интернет-маркетинга применительно к китайскому региону и китайскому менталитету. Показано, что наиболее динамично развивается рынок рекламных услуг и интернет-покупок в сфере моды, автомобилизма и онлайн-торговли. Для успешной работы маркетологам нужно создавать свои приложения для смартфонов и планшетных компьютеров, потому что китайцы выходят в интернет в большинстве случаев именно через них. Авторами рассмотрены самые популярные социальные сети и ресурсы Китая, показано отличие китайского менталитета от менталитета прочих народов.

**Ключевые слова:** Китай, Интернет, маркетинг, онлайн, торговля, социальные сети, мода, автомобили, смартфоны, менталитет.

Китайский рынок электронной коммерции очень велик. Правда, только 45,8% населения Китая подключено к Интернету, по сравнению с 85% американцев. Поэтому китайский электронный рынок имеет впечатляющие возможности для роста. Однако, как и на любом рынке, есть культурные различия и потребительские тенденции, которые должны знать компании, работающие в стране.

В 2009 году число китайских пользователей Интернета превысило число американцев, подключенных к Интернету. В то время как экономический спад сдерживает рост электронной коммерции на большинстве рынков, есть свидетельства, что до сих пор на уровень розничной торговли по Интернету остается стабильным в основном благодаря более низким ценам, предлагаемым через интернет-магазины.

Маркетологам, желающим проникнуть на китайский рынок, необходимо принимать во внимание такие различия чисто китайского рынка и рынков других стран и других наций. Поскольку Китай имеет обширную

территорию, маркетологи должны также иметь в виду культурные и экономические различия между муниципалитетами, городами и сельскими районами внутри самого Китая, то есть, выработка общей маркетинговой стратегии для Китая довольно трудна.

Различия между стремлениями, взглядами и потребностями людей, живущих во всем Китае и из разных социологических страт могут быть весьма велики. Наиболее успешные компании – те, которые адаптировали свою маркетинговую кампанию применительно к конкретной области. Компаниям в менее развитых городах второго и третьего эшелона часто необходимо сосредоточить внимание на различных аспектах и продуктах для компаний работают в более развитых первого эшелона городов.

Один из крупнейших производителей пищевых продуктов Китая продает свои продукты начального уровня (то есть, недорогие и несложные в изготовлении) в небогатых городах, экономия более дорогие, роскошные продукты для городов с наиболее платежеспособным населением. Они приспосабливают упаковку и маркетинг для каждой области. Такой всеобъемлющий подход увеличил выручку компании в стране более чем на 15% в год (McKinsey.com).

Существует также разница поколений потребителей в Китае. Те, кто вырос в 1980-е годы и далее, испытал быстрое развитие Китая и огромный рост процветания страны; такие люди были рождены в рамках политики одного ребенка. Это поколение, в принципе, получает все, что оно хочет. Те, кто вырос до этой эры, помнят более трудные времена, и менее склонны расставаться со своими деньгами за то, без чего вполне могут обойтись. Маркетологи должны понимать эти различия поколений для того, чтобы их маркетинговые и рекламные кампании имели наибольшее влияние и эффективность.

После того, как маркетологи поймут, кто они и в чем их задача, они могут начать исследовать доступные инструменты, чтобы донести свое послание.

Китайский интернет-рынок характеризуется, по крайней мере, тремя особенностями:

1. Первая тройка суммарных расходов на рекламу в Китае – это мода, автомобили и розничная торговля. Траты на эти три вида рекламной продукции растут со скоростью 553% в год и занимают 10,8% доли рынка. Эти цифры показывают, что услуги рекламной деятельности в сегментах розничной торговли, автомобилей и моды всегда будут иметь успех.

2. Средний китайский онлайн-покупатель тратит в среднем по 10,000 юаней (или 952 ф.ст.) каждый год. Это еще одно свидетельство в пользу развития розничной торговли онлайн. Сейчас предприниматели с хорошим пониманием интернет-культуры в Китае вполне могут воспользоваться преимуществами социальных сетей и интернет-маркетинговых стратегий для генерации приводит для себя или от имени клиентов. Baidu.com является самым посещаемым порталом и поисковой системой в Китае. Google.com, наоборот, ограничен в китайском киберпространстве, поэтому интернет-маркетологи должны использовать социальные сети для поиска целевых потребителей или предприятий.

3. В Китае три основных социальных сети – RenRen, Kaixin001 и 51.com, каждый из которых имеет отдельную пользовательскую базу, которая отлично подходит для интернет-маркетинга. Kaixin001.com весьма популярен среди сотрудников транснациональных компаний, рекламных агентств и городских жителей. Он используется представителями среднего класса Китая, в отличие от 51.com, который более популярен у групп с низким доходом и в сельских районах. RenRen, что означает «на территории кампуса», как правило, используется китайцами-студентами и преподавателями.

Основным инструментом онлайн-маркетологов во всем мире, является известная поисковая оптимизация или SEO. На Западе, как правило, компании стремятся получить выдачи поисковых результатов в верхней части списка в поиске Google. В китайском интернете стоит «Великий брандмауэр Китая». Если веб-сайт размещен за пределами Китая, он вряд ли появится на первой странице результатов поиска. То есть, лучше всего иметь китайский URL, и тогда поисковик Baidu наверняка найдет ваш сетевой ресурс. Ключевая информация должна быть включена в целевую страницу веб-сайта, так как боты Baidu не проникают в структуру веб-сайта так глубоко и тщательно, как боты Google.

Иностранным компаниям лучше также создать упрощенную китайскую версию своих веб-сайтов, чтобы китайские клиенты могли понять и узнать о продукте, а кроме того, чтобы улучшить рейтинги поиска для китайцев, которые, скорее всего, будут вводить поисковый запрос по-китайски, а не на английском языке.

Социальные сети Китая имеют также свои особенности. Когда вы думаете о социальных медиа, первые имена, которые, приходят на ум – это Facebook, Twitter и YouTube. Так вот, эти популярнейшие сетевые платформы все запрещены в Китае. Однако есть китайские альтернативы, которые являются столь же эффективными, когда дело доходит до реализации продукции. Facebook почти идентичен соцсети RenRen, Твиттер – Weibo и Youtube – Youku.

Эти китайские альтернативы часто упоминаются в качестве эквивалентов своих западных аналогов. Китайский социальные ресурсы, как правило, предлагают больше услуг, чем их иностранные аналоги. Например, WeChat (эквивалент WhatsApp) предлагает видео-звонки, обмен картинками сообщениями, выход на Facebook, голосовые сообщения. Это означает, что китайские социальные медиа-платформы очень разносторонни и более открыты для различных методов маркетинга.

Говоря о возможности для развития Интернета в Китае, нужно упомянуть о колоссальных возможностях рынка онлайн-игр. Онлайн-игры более развиты в Китае, чем в Соединенных Штатах и странах Европы. Это был самый прибыльный сегмент рынка в интернет-индустрии Китая на протяжении последних нескольких лет. Онлайн игры генерируют прибыли более 1,5 миллиардов долларов США в год. Количество игровых Интернет-компаний в Китае, как ожидается, возрастет в ближайшие годы.

В некотором смысле, онлайн игры предоставляют недорогие средства развлечения для китайских интернет-пользователей. Таким образом, будущее этой отрасли выглядит весьма перспективным. Это, по прогнозам, показывает ежегодные темпы роста более чем на 30 процентов в ближайшие пять лет.

Маркетинг в китайских социальных медиа в целом подобен маркетингу в киберпространстве других частей мира. Вам необходимо создать страницу компании, новости компании, рекламные предложения, формы покупки товара и т. д., однако есть некоторые различия. В Китае клиенты имеют меньше шансов купить бренд только из-за названия, особенно на некоторых сайтах электронной коммерции, где они не уверены в подлинности продукта или порядочности двойника. Китайские клиенты меньше доверяют известным торговым маркам и предпочитают полагаться на отзывы предыдущих клиентов и советы друзей. Передача информации из уст в уста – очень важный тип коммуникации в стране.

Это означает, что взаимодействие с клиентами является жизненно важным. Особенно китайские клиенты чувствуют себя более комфортно, используя платформы типа Weibo, чтобы пообщаться с торговыми компа-

ниями в режиме онлайн, узнать о продуктах и оставить жалобы. Компании должны постоянно держать руку на пульсе и убеждаться, что они отвечают на вопросы клиентов и решают проблемы в разумные сроки.

Взаимодействие компаний-клиента также часто происходит на таких платформах, как Twitter, но китайские клиенты чаще, чем их западные коллеги, совершают покупки, руководствуясь отзывами, оставленными на ресурсе Weibo или просматривая сайты типа Dianping.

Китайские пользователи Интернета в возрасте 55–64 лет будучи гораздо активнее, чем средний американец 25–34 лет.

Основное различие между пользователями Интернета в Китае и других странах, таких как США и Великобритании – это то, что около 80% пользователей Интернета в Китае выходят онлайн практически только через мобильные телефоны. Известно, что в Китае 162 миллионов пользователей Интернета. Почти 500 млн. китайцев имеют смартфоны. То есть, у китайцев сотовые телефоны гораздо более популярны, чем персональные компьютеры.

В настоящее время большинство сотовых телефонов, используемых китайскими потребителями, имеют функцию GPRS. Проблема в том, что соединение GPRS недостаточно быстро для тех, кто желает получить доступ к Интернету с помощью мобильных телефонов. Поэтому надежда на дальнейшее развитие Интернета в Китае возлагается на сети 3G.

Это означает, что веб-сайты должны быть оптимизированы для мобильных телефонов, смартфонов и планшетных компьютеров. Это также означает, что компаниям следует специально разработать мобильные приложения для своих рекламных услуг, чтобы привлечь больше клиентов.

Есть много других различий между интернет-маркетингом в Китае и в других странах мира. Однако упомянутые выше – наиболее значительны и требуют наибольшего внимания и рассмотрения при разработке маркетинговых стратегий для Китая.

Самый простой способ создать успешную маркетинговую кампанию – это узнать и понять людей, кому вы хотите продавать свой товар. Лучший способ сделать это – получить представление о китайских маркетологах. Многие из компаний, не являющихся китайскими резидентами, прибегают к их помощи, потому что они не понимают нюансы китайской культуры.

#### *Список литературы*

1. Акулич И.Л. Маркетинг: Учебник для студентов высших учебных заведений по экономическим специальностям / И.Л. Акулич. – Минск: Вышэйшая школа, 2010. – 524 с.
2. Белоусова С.Н. Маркетинг: Учебное пособие по специальностям экономики и управления / С.Н. Белоусова. – Ростов-н/Д.: Феникс, 2010. – 381 с.
3. Борушко Н.В. Маркетинговые коммуникации: Курс лекций / Н.В. Борушко. – Минск: БГТУ, 2012. – 306 с.
4. Годин А.М. Маркетинг: Учебник для экономических вузов по направлению «Экономика» и специальности «Маркетинг» / А.М. Годин. – М.: Дашков и К°, 2010. – 671 с.
5. Дурович А.П. Маркетинг: курс интенсивной подготовки: Учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2010. – 253 с.

*Ермоленко Ангелина Александровна*  
студентка

*Ядрихинская Анастасия Олеговна*  
студентка

*Ронова Галина Николаевна*  
канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет им. Г.В. Плеханова»  
г. Москва

## **РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ЕГО ОСОБЕННОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

***Аннотация:** в статье раскрывается актуальный вопрос – риск как экономическая категория. В России риск-менеджмент не развит как сильная инфраструктура. Целью данной статьи является рассмотрение ключевых понятий риск-менеджмента, описание важности и необходимости внедрения системы управления рисками, а также рассмотрение поэтапного процесса. Интеграция комплекса мер по оценке и управлению рисками, согласно исследованиям, показывает положительные результаты, а владение информацией относительно рисков позволяет многим компаниям стать успешнее во различных областях.*

***Ключевые слова:** риск-менеджмент, риски, субъект управления рисками, объект управления рисками.*

Термин «риск менеджмент» на протяжении последнего времени довольно часто употребляется в области экономики и финансов. Стоит отметить, что сфера бизнеса связана с высоким уровнем риска, ведь вложенные в инвестиционный проект денежные средства не всегда оправдывают наши надежды. Следовательно, всегда необходимо просчитывать возможные риски и их последствия. Таким образом, риск можно рассматривать как категорию финансов. Использование различных методов, а также выбранная стратегия оказывают непосредственное влияние на степень риска. Таким образом, формируется особый комплекс, направленный именно на управление рисками, из чего можно сделать вывод, что риск менеджмент входит в состав финансового менеджмента.

Как правило, под риск менеджментом принято подразумевать принятие решений управленческого характера для достижения минимизации возникновения неблагоприятных ситуаций. Более того, требуется достаточно серьезно относиться к анализу последующих возможных результатов. В том случае, если рассматривать стратегическое направление как часть риск менеджмента, то в данном случае стратегия – это совокупность инструментов, благодаря которым достигается принятие правильных решений. Однако стоит отметить тот факт, что такая совокупность инструментов имеет свои ограничения относительно принятия решений. С наступлением момента принятия адекватного решения для поставленной задачи стратегическое направление в принципе прекращает свое существование.

Безусловно, с появлением новых проблем требуется разработка уже новой стратегии. Стоит выделить в риск менеджменте две главных составных части, к которым относятся управляемые системы, или объекты управления, и управляющие подсистемы, т.е. субъекты управления. Среди объектов управления, как правило, выделяют риск, рискованные вложения капитала в эко-



номические отношения между хозяйствующими объектами в процессе реализации риска. Обычно такие экономические отношения могут возникнуть между предпринимателями. В свою очередь, субъектом управления может быть специальное подразделение компании, которое ставит своей целью воздействовать на объект управления, прибегая к использованию различных методов. Для воздействия субъекта на объект необходимо постоянно обмениваться информационными потоками между управляющими и управляемыми. Безусловно, для принятия решения необходимо владеть полной и достоверной информацией, которая сильно может повлиять на конечный результат. Таким образом, качественная характеристика является достаточно важным моментом на предприятии.

В 2015 году было проведено исследование, в ходе которого выяснилось, что многие организации, как на территории России, так и на территории других стран на старте интегрирования объединения различных систем, касающихся управления, не могут отметить достаточно высоких результатов, поэтому замораживают процесс управления рисками. Среди причин можно выделить неквалифицированный персонал, который не может предоставить всю необходимую информацию интересующимся лицам; формирование сложных положений и систем, которые не могут обеспечить достижение желаемых результатов; игнорирование особых свойств касательно бизнеса в РФ. Таким образом, требуется пристальное внимание именно достоверности получаемой информации, а также грамотному подходу к формированию системы по управлению рисками.

В соответствии с полученными результатами в ходе опроса, 65% компаний и предприятий в России и СНГ, участвующих в опросе, уже имеют в наличии отдельные подразделения в структуре организации, которое является ответственным за механизм управления рисками. Важно отметить, что данное подразделение больше чем у половины существует достаточно долгий период, свыше 5 лет. Такие сроки подразумевают применение продвинутых методов оценки рисков и более тесную интеграцию в процессы принятия бизнес-решений, а также операционную деятельность. Всего 5% фирм такую функцию собираются вводить только в течение следующих лет. К сожалению, 30% фирм так и не видят актуальности внедрения.

Риск менеджеры, а также специально сформированные комиссии по управлению рисками нацелены именно на управление рисками и принятие верных решений. Все это будет возможно, только если компания будет развивать навыки своих сотрудников. Положительного результата можно достичь проведением различных мероприятий: регулярное обучение, семинары, внутренний портал и форум для обсуждения вопросов и проведение сертификации в области риск-менеджмента. Выполняемые функции сотрудников можно разделить на два вида: функции объекта и субъекта управления. Среди функций объекта принято выделять разрешение риска, снижение уровня риска, процессы страхования риска. Для полноты представления опишем более подробно функции субъекта управления риск менеджмента.

Первая и самая основная – это прогнозирование, путем проведения сравнительного анализа всех возможных событий. Анализироваться они будут по параметрам, имеющим наибольший вес при определении всевозможных вариантов финансового состояния объекта управления.

Следующими будут функции организации и регулирования процесса. Для их исполнения необходимо создать органы аппарата управления и их регламент. А также разработать систему, воздействующую на объект для достижения устойчивого состояния, путем устранения возникающих отклонений. А вот синхронность и согласованность работы всех составляющих и системы риск менеджмента, и аппарата управления обеспечит правильная координация.

Последними, но не менее важными будут две взаимодополняющие функции: мотивирование сотрудников к достижению цели и контроль работы по снижению величины риска.

Поговорим теперь более конкретно о воплощении вышеуказанных функций. Когда организация поставила перед собой цели и распределила функции, ее следующим этапом будет организация риск менеджмента, т.е. создание комплекса мероприятий, которые рационально сочетают в едином процессе управления все его элементы.

Первая стадия: определение цели риска и рискованных вложений капитала, что значит получение определенного результата и прибыли. Сами цели должны быть четкими, конкретными и сопоставимы как с риском, так и с капиталом.

Вторая стадия: сбор и анализ полученной информации о среде, способствующей принятию того или иного решения. После синтеза информации необходимо определить вероятность наступления события, затем оценивается степень риска и его стоимость.

Третья стадия: Конкретизация полученных данных в ходе осуществления второго этапа создает надежный плацдарм для разработки субъектом направлений рискованного инвестирования капитала. Оптимальность определяется сопоставлением риска и ожидаемой прибыли. После составляется стратегия управления и снижения рисков.

Четвертая стадия: вотчина риск менеджеров, объединившая в себе координацию и мотивирование. Их руками творится организация действий, направленных на выполнение программы, выбор которой зависит от их собственного опыта.

Пятая и завершающая стадия: контроль намеченной программы действий. На этом этапе так же анализируются результаты выполнения выбранного комплекса мероприятий, направленных на решение рискованного вопроса.

Для системы разрабатываются и внедряются множество документов, которые применяются в различных компаниях с показательными результатами. К ним следует отнести политику управления рисками и их отдельными типами; методики выявления, оценки и управления рисками; регламенты процессов; должностные инструкции риск-менеджеров; положение о комитете по рискам.

А при составлении реестра рисков следует обращать внимание на процесс оценки риска. На основе накопленных или публично доступных статистических данных или же экспертно, хотя оба метода являются количественными. Существует качественная оценка, основанная на экспертном присвоении значимости риску. Но все же более актуальным и полным будет их синтезированный анализ, подразумевающий комбинацию качественного и количественного методов в рамках одного типа рисков. Хотя каждый из методов характерен и применим для разных областей.

А теперь необходимо сказать пар слов о российских компаниях. Сама корпоративная культура компаний претерпела существенные изменения еще в 2000-х, во время финансового кризиса, когда на систему риск менеджмента взглянули совсем с другой стороны. Сейчас же вследствие нестабильной экономической ситуации на мировом и отечественном рынке наиболее значимыми становятся риски изменения макроэкономических параметров и неблагоприятных политических событий. Российским компаниям следует больше полагаться на результаты исследований аналитических компаний и собственного риск-менеджмента, чтобы быстро реагировать на все изменения и контролировать риски.

Вера в продуктивность данного комплекса мероприятий должна быть основным пунктом при внедрении системы в компанию. В процессе интеграции необходимо учитывать интересы различных работников и подразделений. Руководители, выполняющие все условия и правила использования

всего потенциала риск менеджмента, несомненно, приходят к успеху и победе. Так как, внедряя системы управления рисками, компании достигают свои основных целей. Качественное управление рисками – это гарантия достижения стратегических целей (82%), сохранение активов и повышение эффективности деятельности (75%), соответствие регулярным требованиям (36%), увеличение стоимости компании (35%), повышение корпоративного/кредитного рейтинга (18%) и другое.

**Список литературы**

1. Балдин К.В., Воробьев С.Н. Управление рисками: Учеб. пособие. М.: Юнити-Дана, 2012 – С. 153–159.
2. Клейнер Г.Б. Предприятие в нестабильной экономической среде, риски, стратегии, безопасность. – М.: Перспектива, 2010.
3. KPMG Практика управления рисками в России: сильные стороны и области развития. Исследование КПМГ. – 2015.

**Зекин Валерий Николаевич**

канд. техн. наук, заведующий кафедрой

**Светлаков Андрей Геннадьевич**

д-р экон. наук, профессор

**Печенцов Илья Михайлович**

сотрудник кафедры

ФГБОУ ВПО «Пермская государственная сельскохозяйственная академия им. академика Д.Н. Прянишникова»  
г. Пермь, Пермский край

## **МАЛЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ БИЗНЕС И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ РЕГИОНОВ РОССИИ**

**Аннотация:** в настоящее время развитие инновационной экономики актуально как для развитых стран мира, так и для России. Это прежде всего внедрение новых технических решений, которые должны соответствовать высокому уровню технологических укладов развития мировой экономики, где лидером сегодня является США, эту задачу могут воплотить инновационные инженеры, которые способны решать нестандартные задачи нестандартными методами, таких людей в бизнесе немного, но это «золотой фонд», эти специалисты обеспечат малый бизнес новыми конкурентоспособными технологиями, это даст возможность выходить им со своей продукцией на зарубежный рынок. По мнению авторов, в этих условиях необходима подготовка специалистов, которые могут создать базис нарастающего развития малого инновационного бизнеса, а за тем и резкий рост малого и среднего бизнеса России. Будущее развития экономики России зависит от успешной деятельности инновационных инженеров.

**Ключевые слова:** инновационные инженеры, потребительская цивилизация, разумный эгоизм, технологический уклад, малый инновационный бизнес, альтруизм.

Малый инновационный бизнес (МИБ) отличается от крупного, среднего и малого бизнеса тем, что предприятия МИБ возглавляют инновационные инженеры. По определению О. Фиговского [1] это специалисты способные решать нестандартные задачи нестандартными методами. Это люди, которые на свой страх и риск берутся внедрять новые идеи в тех-

нической, финансовой и других сферах. При этом они часто не жалеют свое время, здоровье, личные средства для достижения поставленной цели. Их можно назвать альтруистами. По данным Н. Светлаковой [2] успешными в этом виде деятельности становятся не более 5% от всех занимающихся бизнесом, но это «золотой фонд» нации.

В настоящее время, когда санкции Запада и падение стоимости нефти на мировом рынке, усугубили и без того сложные процессы в нашей экономике, только инновации могут повысить производительность труда в экономике России и вывести ее из тупика. Для реализации этой задачи нужны десятки и даже сотни тысяч инновационных инженеров (альтруистов). Где взять такое количество эффективных специалистов? В вузах мы сейчас готовим бакалавров, а их специалистами назвать нельзя. Им необходимо повышать уровень знаний в реальных условиях не менее двух лет, чтобы они смогли внести ощутимый вклад в экономику отраслей России. Кто будет оплачивать данное обучение? На предприятиях России, в современных условиях, происходит сокращение персонала, и нет средств на эти цели. К этому надо добавить и утечку мозгов из России. По данным В. Костикова [3] за 8 месяцев 2014 года из России выехало 200 тысяч высококвалифицированных специалистов – больше чем за последние 15 лет. Выявился даже феномен – уезжают целыми коллективами в связи с прекращением финансирования инновационных проектов. В этих условиях необходимы технологии по обучению армии будущих инновационных инженеров, обеспеченные соответствующим финансированием.

В статье К. Гурдина [4] говорится, что в нынешнем мире возник новый технологический уклад. Раньше можно было перенять, скопировать инженерные технологии и затем использовать их годами. Сейчас все иначе. Технологии мирового уровня должны быть свои, которые необходимо постоянно совершенствовать. Сейчас главный и самый ценный продукт России не газ и нефть, а нанотехнологии. Чтобы готовить таких специалистов необходимо срочно перестраивать экономику, опираясь на свои внутренние резервы. В условиях западных санкций это позволит решить задачу импортозамещения промышленной продукции. По определению Т. Рыбаковой [5] мы попали в «идеальный шторм», когда одновременно пять факторов предположительно могут отрицательно влиять на отечественную экономику:

1. Значительный объем платежей в 2015 году по внешнему долгу – 239 миллиардов долларов.
2. Увеличение кредитной ставки центробанка до 17% ограничило доступ к кредитам. Это снижает активность бизнеса.
3. Обвал нефтяных котировок до 50 долларов и ниже за баррель. Это вызывает нехватку долларовой ликвидности.
4. Бегство капитала за рубеж. Хотя принимаются меры по его возвращению, но скорее всего это не произойдет из-за правовой незащищенности бизнеса в нашей стране.
5. Расходная часть бюджета на ближайшие три года сформирована исходя из цен 96 долларов за баррель экспортируемой нефти. Следовательно, необходимо сокращать расходы на 5% в год.

Чтобы изменить ситуацию в экономике к лучшему, необходима программа на ближайшие пять-десять лет по подготовке предпринимателей для малого и среднего бизнеса. Решить задачи, поставленные перед страной еще в далеком 1996 году. Довести число малых производственных предприятий до 3–5 миллионов, а число работающих в них до 40–50 миллионов человек [6]. Это позволит решить сразу несколько задач:

1. Увеличение занятости населения, что очень важно в условиях повышающейся безработицы.
2. Развитие регионов России и выхода их из дотационной зоны, благодаря наполняемости местных бюджетов от деятельности малых предприятий.

3. Реализация природных креативных способностей россиян. Их изобретательность, находчивость, проявивших себя в освоении территорий с суровым климатом Сибири, Дальнего Востока, а в прошлом и Аляски.

По признанию О. Платонова «Весь опыт прошлого и современной жизни России показывает, что корни национальной культуры труда, богатейшие духовные ценности не погибли безвозвратно, а лишь переместились на периферию нашего сознания» [7]. Чтобы вовлечь в инновационный процесс школьников, студентов, необходимо показать привлекательность такой деятельности. При этом большинство поступающих в вузы будут стремиться к обучению не на чиновников, юристов, экономистов, а станут предпринимателями. Они создадут в будущем средний класс, который обеспечит стабильное инновационное развитие экономики страны. Для этого необходимо готовить кадры будущих предпринимателей из бакалавров в малых инновационных предприятиях при вузах, выделив для этого 1–1,5% средств из бюджета. Правовые основы для этого есть, они прописаны еще в постановлении федерального закона [8], но на практике это реализуется недостаточно. В монографии [6] представлена схема функционирования таких предприятий в рамках вуза.

Теоретическую основу такой подготовки можно представить в виде пирамиды. Одна грань этой пирамиды описывает уровни социальной ответственности бизнеса перед обществом по представлению Л. Дикмана [9]:

1 уровень – экономический. Бизнес обязан приносить прибыль. Без этого он существовать не может;

2 уровень – правовой. Он предусматривает выполнение бизнесом минимальных требований общества по выплате налогов и социальных обязательств;

3 уровень – этический. Это благотворительность, меценатство. Он предполагает добровольное перераспределение бизнесом своей прибыли для решения социальных задач общества. Сюда может входить помощь пенсионерам, школьным, детским учреждениям и так далее. Это позволяет снизить социальную напряженность в обществе в сложные для экономики времена.

Авторы предлагают дополнить пирамиду инновационным уровнем, так как первых трех недостаточно в современных условиях;

4 уровень – инновационный. Это ответственность бизнеса перед обществом за инновационное развитие экономики страны (рис. 1).

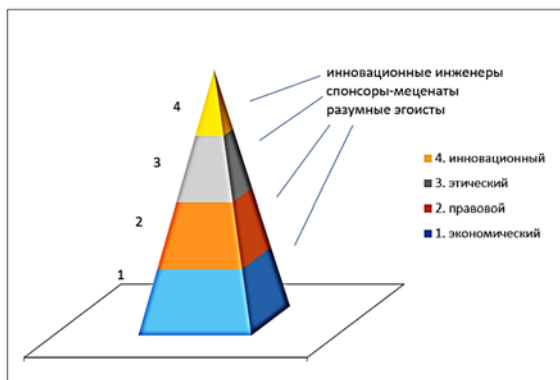


Рис. 1. Современные уровни социальной ответственности бизнеса перед обществом

Необходимо также вооружить предпринимателей правилами поведения в бизнесе. Часто предприниматель, желая получить наибольшую при-

быль, находится перед выбором личного интереса или интересов общества. Идеология «разумного эгоизма» подробно описанная в книге М. Васютина [10] наиболее подходит первым уровням экономического и правового. Суть его заключается в том, что бизнесу нельзя забывать о собственном интересе, но не в ущерб тем, кто тебя окружает. С партнером по бизнесу можно один раз поступить нечестно или не перечислить налоги государству, не выдать заработную плату рабочим, но очень скоро наступит расплата и предприятие обанкротится. Особенно важно это для малого бизнеса в сельских районах, где все на виду у жителей. Более высокий уровень для предпринимателей – это спонсорская помощь селу, школе, малоимущим. Это приносит не только чувство морального удовлетворения предпринимателя, но и работает на рекламу фирмы, а в том числе и на его прибыль.

Однако самый высокий уровень деятельности, конечно, у инновационного инженера (рис. 1). Он действует как настоящий альтруист – на четвертом уровне. Такие люди четко осознают свой талант новатора. Им некогда заниматься благотворительностью, так как они понимают, что это не спасет мир от нищеты. Гораздо полезнее вовлечь человека в дело и показать ему собственным примером, как достичь успеха в жизни. У них особое поле деятельности, чем у обычных предпринимателей.

В своей работе «Предприниматель жизни», А. Некрасов [11], так характеризует особую ответственность инновационных инженеров перед обществом. Все предыдущие тысячелетия преобладала потребительская цивилизация. Ее действия можно представить в виде: *иметь-действовать-быть*. Теория и практика бизнеса в этот период гласит: *имей* сначала необходимые ресурсы (деньги, товар, энергию, недвижимость). На основе этих ресурсов *действуй* в окружающем мире (очень часто нарушая экологическое равновесие в природе). Так поступает большинство развитых стран (США, Китай и Россия в том числе). *Быть* – получить результат от успешной деятельности в виде богатства, предметов потребления и т. д. Затем снова запускается механизм нового производства предметов потребления (автомобили, жилье и т. п.). Крупные мегаполисы задыхаются в постоянно ухудшающейся экологии. Природа на нашей планете живет не по законам потребления, а по эволюционным принципам, сохраняя все живое на планете. Следовательно, и человеку в своей практической деятельности необходимо бережно относиться к природе. Это можно выразить формулой: *быть-действовать-иметь*. На первом месте стоит «быть». Это значит, что человек должен осознать себя, свои возможности, талант, как частицу всего живого на земле и действовать в соответствии с законами, идущими не во вред окружающей природе. На всемирном съезде архитекторов в городе Чикаго в 1993 году было принято решение о том, что архитектор обязан ставить устойчивое развитие природной среды в центр своей практической и профессиональной деятельности. Нельзя что-то строить и одновременно разрушать природу.

Если осуществить подход к *деятельности* с этих позиций, то на планете Земля будет отношение в первую очередь по принципу «не навреди». Именно этим руководствуются настоящие инновационные инженеры, беря на себя ответственность за все, что создается на планете Земля. Это наиболее соответствует идеалистической душе Россиян, которые в трудные времена для Европы и всего мира брали ответственность на себя. Так было в период нашествия Наполеона, а затем и Гитлера, когда именно Россия внесла основной вклад в освобождение Европы от захватчиков. Пришло время российским инновационным инженерам (альтруистам) вновь освобождать планету, теперь уже от экологической гибели. *Иметь* – это значит сохранять планету в первозданном виде. Двигать прогресс на планете по энергосберегающим, экологически чистым технологиям. Необходимо начинать, прежде всего, с обучения, с изменения потребительского мышления. Необходим сдвиг в сознании

людей от жизни в обществе потребления к обществу сбережения природы, к ее устойчивому развитию, а не гибели. Нужен новый тип креативно мыслящих людей, которые смогут создать базис нарастающего развития малого инновационного бизнеса, а затем и резкий рост малого и среднего бизнеса в России. Будущее экономики России зависит от успешной деятельности инновационных инженеров.

В заключение необходимо обратить внимание на совершенствовании системы продвижения инноваций с учетом экологической, энергосберегающей составляющей. Важно использовать при этом все существующие средства массовой информации, в том числе интернет для просвещения подрастающего поколения. Также необходимым является выдвигание наиболее активных сторонников в местные органы власти на различных уровнях. Это позволит создать общество единомышленников в области внедрения новых технологий в данной местности.

Все эти меры помогут создать благоприятные условия для инновационного развития бизнеса, прежде всего в сельских регионах России.

#### *Список литературы*

1. Фиговский О. АиФ. – №49. – 25.12.14. – С. 5.
2. Светлакова Н.А. Предпринимательство. – Пермь: Прокрост, 2014. – С. 459.
3. Костиков В. Приказано выжить // АиФ. – №40. – 2014. – С. 10.
4. Гурдин К. Аргументы недели. – №49. – 25.12.2014. – С. 6.
5. Рыбаков Т. Идеальный шторм // АиФ. – №49. – 25.12.14. – с. 2.
6. Зекин В. Организация малого инновационного бизнеса в России. – Пермь: ПГСХА, 2012. – С. 128.
7. Платонов О. Русский труд. – М.: Современник, 1991. – С. 55.
8. Федеральный закон от 2.08.2009 №217 «Создание бюджетными, научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ».
9. Дикман Л.Г. Организация строительного производства. – М: АСФ, 2009. – С. 585.
10. Васютин А.М. Ноосфера – религия разума или рецепт обретения смысла жизни. – Ростов н/Д: Феникс, 2006. – С. 180.
11. Некрасов А. Предприниматель жизни. – М.: АСТ, 2010. – С. 352.

*Ивановский Артём Владимирович*

соискатель

ФГКВОО ВО «Военная академия материально-технического  
обеспечения им. генерала армии А.В. Хрулева»  
г. Санкт-Петербург

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ РЕГИОНА ДЕЙСТВУЮЩИХ В ИНТЕРЕСАХ МАТЕРИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВОЙСК (СИЛ)**

*Аннотация: в работе рассматриваются вопросы возможности использования предприятий местной экономической базы в интересах материально-технического обеспечения войск (сил) с учётом степени их экономической устойчивости.*

*Ключевые слова: военная организация государства, материально-техническое обеспечения, экономическая устойчивость.*

В настоящее время существует множество подходов к понятию экономическая устойчивость хозяйствующего субъекта [10], в своей работе мы

будем руководствоваться определением, предложенным П.В. Окладским. Экономическая устойчивость (согласно, П.В. Окладского) – «динамическое соответствие (адекватность) параметров состояния системы (предприятия) состоянию внешней и внутренней среды, обеспечивающему его эффективное функционирование в условиях возмущающих воздействий» [9, с. 177].

Функционирующая в современных условиях система материально-технического обеспечения военной организации государства, в целом, и, Вооруженных Сил Российской Федерации, в частности, – самая масштабная из обеспечивающих государственные институты систем. Она предназначена для выполнения комплекса мероприятий, направленных на решение специальных задач в интересах военных потребителей, и включает в себя большое количество структурных элементов: органы военного управления; центры материально-технического обеспечения; соединения, части и подразделения материально-технического обеспечения [8]. При этом необходимо отметить, что организация МТО ВС РФ предполагает широкое использование ресурсов предприятий экономического комплекса страны. Рассматриваемая нами система не является автономной и самодостаточной, она встроена в общие экономические процессы и подвержена влиянию не только кризисных явлений в экономике, но преобразований, происходящих в системе государственного управления [8].

Соответственно, если предполагается использование производственных мощностей предприятий местной экономической базы, то для органов военного управления, ответственных за МТО военных потребителей, интересно не только наличие данных хозяйствующих субъектов в регионе, но и степень их экономической устойчивости.

Современная военно-научная мысль активно занимается формированием и развитием научно-методического инструментария оценки экономической устойчивости хозяйствующих субъектов региона действующих в интересах материального обеспечения войск (сил). Особое внимание этим вопросам уделяется специалистами Военной академии материально-технического обеспечения им. генерала армии А.В. Хрулёва. Так, например, в работах В.А. Плотникова, А.Х. Курбанова, П.А. Горькова с 2012 года отмечается существенный интерес к указанной проблематике [1; 2; 5–7]. Частные вопросы организации взаимодействия предприятий сферы услуг и военных заказчиков достаточно подробно рассматриваются в работах И.Д. Котлярова [3; 4].

Из всего многообразия объектов местной экономической базы (логистической инфраструктуры, предназначенную для удовлетворения потребностей организаций различных форм собственности, производства и населения и в продукции, работах и услугах), системой МТО ВС РФ, в первую очередь, будет востребована транспортная сеть, транспортный парк по видам транспорта и собственникам, логистические центры, терминалы, склады, объекты водо- и энергоснабжения, предприятия по производству и ремонту техники, предприятия по бытовому обслуживанию населения и проч. [2].

Далее рассмотрим некоторые особенности методического обеспечения процесса привлечения предприятий местной экономической базы. Перед заключением контракта с целью уменьшения вероятности возможных рисков необходимо осуществить оценку и выбор потенциальных подрядчиков-поставщиков. В общем случае критериями оценки и выбора подрядчиков (субподрядчиков) могут выступать: управленческие и технические возможности подрядчика и др. (табл. 1).



Таблица 1

Критерии оценки экономической устойчивости хозяйствующего субъекта

Наименование критерия	Содержание
Технические возможности	Обладает ли подрядчик необходимым опытом и квалификацией
Управленческие возможности	Способен ли подрядчик успешно выполнить проект при своём управленческом опыте, и, более того, может ли подрядчик развить этот проект
Технические и технологические возможности	Соответствуют ли предлагаемые поставщиком технологии, методы, решения и услуги требованиям документации по поставкам, можно ли получить более высокие результаты
Финансовые возможности	Обладает ли поставщик необходимыми финансовыми ресурсами
Производственные мощности	Обладает ли поставщик производственными мощностями и заинтересованностью в удовлетворении потенциальных требований в будущем
Категория и масштаб предприятия-поставщика	Относится ли предприятие-поставщик к определённой категории (малый бизнес, социально значимое предприятие), особенно если это оговорено в условиях заключения контракта

Выбор подрядчиков может быть произведён как в условиях проведения открытого конкурса (тендера), так и в ходе проведения исследований целевого сегмента рынка. Объективная оценка поставщиков позволяет снизить риск невыполнения требований контракта. После выбора подрядной организации следует документально определить права и обязанности сторон.

Практическая значимость предложенного методического подхода заключается в реальной возможности его использования, так как положения, заключённые в нем, учитывают основные факторы оказывающие непосредственное влияние на степень экономической устойчивости хозяйствующего субъекта. Полученные результаты могут найти широкое применение в практической деятельности должностных лиц органов управления МТО ВС РФ и организаций различных форм собственности. Их использование создаст возможность должностным лицам осуществлять заблаговременное планирование и контроль всех мероприятий, проводимых на практике, определить силы и средства, необходимые для их выполнения в рамках работы по организации материально-технического обеспечения войск (сил) с использованием предприятий местной экономической базы.

**Список литературы**

1. Горьков П.А. Методика комплексной оценки объектов логистической инфраструктуры региона в интересах военной организации государства / П.А. Горьков, А.Х. Курбанов, Л.В. Ворушили // Логистика. – 2014. – №10. – С. 65–70.
2. Горьков П.А. Теоретические основы анализа объектов логистической инфраструктуры региона в интересах военной организации государства / П.А. Горьков, А.Х. Курбанов, Л.В. Ворушили // Логистика. – 2014. – №9. – С. 26–31.
3. Котляров И.Д. Оценка рисков сотрудничества с аутсорсером // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2012. – №11. – С. 34–37.

4. Котляров И.Д. Применение аутсорсинга в государственной деятельности в Российской Федерации // Вопросы государственного и муниципального управления / И.Д. Котляров. – 2012. – №2. – С. 112–120.
5. Курбанов А.Х. Влияние уровня экономического развития регионов России на трансформацию механизмов материально-технического обеспечения с использованием аутсорсинга / А.Х. Курбанов, В.А. Плотноков // Управленческое консультирование. Актуальные проблемы государственного и муниципального управления. – 2012. – №4. – С. 74–82.
6. Курбанов А.Х. Выявление системных взаимосвязей уровня экономического развития региона и форм материально-технического обеспечения войск (сил) / А.Х. Курбанов, В.А. Плотноков // Вооружение и экономика. – 2012. – №5 (21). – С. 78–87.
7. Курбанов А.Х. Государственно-частное партнёрство и аутсорсинг: сравнительный анализ структуры и характера отношений / А.Х. Курбанов, В.А. Плотноков // В мире научных открытий. – 2013. – №4 (40). – С. 33–47.
8. Курбанов А.Х. Система материально-технического обеспечения военной организации государства: особенности функционирования и перспективы развития в современных экономических условиях / А.Х. Курбанов, В.А. Плотноков, А.А. Цельковских // Управленческое консультирование. – 2014. – №12 (72). – С. 16–28.
9. Окладский П.В. Соотношение понятий экономической несостоятельности и устойчивости предприятий / П.В. Окладский // Лесной журнал. – 2000. – №5–6. – С. 176–180.
10. Цibaева М.Е. Содержание понятия «Экономическая устойчивость» фирмы // Вестник Самарского Государственного университета / М.Е. Цibaева. – 2008. – №7 (66). – С. 195–202.

**Курбанов Артур Хусаинович**  
д-р экон. наук, профессор, доцент  
**Чукавов Дмитрий Васильевич**  
слушатель

ФГКВБОУ ВО «Военная академия  
материально-технического обеспечения  
им. генерала армии А.В. Хрулева»  
г. Санкт-Петербург

## **ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ В СИСТЕМЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВОЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВА**

***Аннотация:** продовольственное обеспечение военной организации государства является одним из видов материального обеспечения. Снабжение войск продовольствием и своевременное предоставление услуг по питанию военнослужащих – важные задачи, решение которых является прерогативой специальных ведомственных служб, имеющих в каждой силовой структуре. Их деятельность осуществляется в тесном взаимодействии с гражданскими организациями и обеспечиваемыми подразделениями, и обладает определёнными организационно-экономическими особенностями, рассмотренными в представленной работе.*

**Ключевые слова:** военная организация государства, военная экономика, продовольственное обеспечение.

Система продовольственного обеспечения войск (сил) военной организации государства – составная часть продовольственной безопасности

страны, связующее звено между военными потребителями и агропромышленным сектором национальной экономики. Чтобы успешно функционировать, она должна соответствовать характеру экономических отношений, принятых в государстве, его финансовым и экономическим возможностям, структуре и особенностям задач, решаемых силовыми структурами [1; 2].

Для формирования объективной картины организационно-экономических процессов, характерных для системы продовольственного обеспечения военной организации государства в современных условиях, необходимо рассмотреть особенности её трансформации в конце 90-х гг. XX века и начале 2000 гг.

До начала экономических реформ порядок организации поставок продовольствия силовым структурам был построен на основе планово-распорядительной системы, функционировавшей в рамках единого экономического, административно-территориального, транспортного и правового пространства. Это была централизованная, с современной материально-технической базой, структурно развитая во всех звеньях обеспечиваемых войск (сил) система, имеющая прочные связи с агропромышленным комплексом страны. Она включала в себя совокупность взаимосвязанных органов, частей, подразделений и учреждений продовольственной службы, функционирующих на основе общих принципов обеспечения войск (сил) [3].

Составными частями системы продовольственного обеспечения были:

- органы государственного управления в Центре и на местах, ответственные за планирование и обеспечение силовых структур продовольствием и материальными средствами продовольственной службы;
- государственный резерв продовольствия;
- предприятия и организации агропромышленного комплекса страны, осуществляющие производство и поставки продовольствия военным потребителям (при этом, в настоящее время низкая рентабельность сельскохозяйственного производства препятствует его устойчивому развитию [2]);
- транспортные коммуникации, связывающие в единое целое деятельность всех органов, участвующих в организации продовольственного обеспечения.

К основным преимуществам данной системы можно отнести:

- использование централизованных государственных поставок продовольствия, как главного инструмента удовлетворения потребностей войск (сил) в продовольствии;
- централизацию планирования и распределения государственных продовольственных ресурсов, позволяющую формировать долговременные связи между потребителями и поставщиками и увязать все звенья обеспечения в единую систему;
- стабильное бюджетное финансирование закупок и поставок продовольствия в объёмах, удовлетворяющих потребности войск (сил);
- приоритетный характер поставок продовольствия военным потребителям, закреплённый в соответствующих правовых документах;
- наличие на предприятиях пищевой и перерабатывающей промышленности военных представительств, осуществлявших приёмку и контроль качества продовольствия, поступающего на обеспечение войск;
- использование наряду с централизованными поставками местных ресурсов;

- наличие и поддержание в готовности к работе мобилизационных мощностей на предприятиях пищевой и перерабатывающей промышленности;

- комплексное использование всех видов транспорта для подвоза продовольствия.

Вместе с тем длительное функционирование данной системы выявило ряд недостатков:

- излишнюю централизацию и многоступенчатость снабжения;
- недостаточное экономическое обоснование используемых способов снабжения;

- дублирование отдельных управленческих функций в органах продовольственного обеспечения силовых министерств и ведомств;

- наличие в регионах дислокации войск (сил) разноминистерственных однопрофильных органов продовольственной службы (в первую очередь – продовольственных складов (баз) с запасами материальных средств);

- недостаточное использование местных продовольственных ресурсов.

В целом же система бесперебойно работала на протяжении десятилетий. Она отличалась высокой надёжностью и устойчивостью, способностью эффективно и оперативно решать поставленные перед ней задачи в любой обстановке.

Происшедшее в 90-х годах сокращение государственной системы материально-технического обеспечения, отказ от планового принципа в экономике, значительный рост юридической и экономической самостоятельности предприятий и субъектов Российской Федерации в распоряжении собственными ресурсами, а также стихийная приватизация большинства предприятий подорвали сложившуюся за десятилетия систему продовольственного обеспечения ВС РФ и других силовых ведомств [4].

При переходе к рынку пропорции общественного воспроизводства были существенно нарушены. Произошло значительное снижение роли распределительных процессов. Абсолютный приоритет был отдан рыночным отношениям, процесс обмена занял доминирующее положение. Изменение соотношений между частной и государственной собственностью повлияло на способы удовлетворения потребностей военной организации в материальных средствах, прежде всего на систему продовольственного обеспечения военной организации государства.

В последующем, после вхождения в рыночную экономику, все силовые структуры стали финансироваться из федерального бюджета отдельно, самостоятельно закупать материальные средства, создавать собственную тыловую инфраструктуру. Кроме того, переход от жёстко централизованной экономики к экономике рыночного типа для служб тыла силовых структур государства означал перенос акцента в их деятельности из сферы распределения централизованно получаемых материальных средств в сферу обмена – к задачам их заготовок. При этом определяющая роль отводилась договорным отношениям, в условиях отмены централизованных методов ценообразования и резко возросшей степени самостоятельности поставщиков материальных средств, перешедших на прямые хозяйственные связи. В то же время система организации поставок продовольствия силовым структурам оставалась прежней, централизованной, несмотря на возникшую объективную необходимость в изменении характера связей и увеличения их количества, за счёт прямых контактов не только с министерствами и ведомствами, но и с промышленными и сельскохозяйственными предприятиями. В этой связи возникло противоречие между существующей системой продовольственного обеспечения

войск (сил) и возрастающей децентрализацией поставок продовольствия военной организации. Объёмы государственных закупок материальных средств теперь определялись исключительно платёжеспособностью госзаказчиков, финансируемых из государственного бюджета.

Для органов тыла силовых структур ухудшение возможностей приобретения нужной им продукции потребовало изменений в методах и способах материального обеспечения войск, которые были направлены лишь на нахождение источников удовлетворения потребностей без должного учёта экономической целесообразности привлечения найденных источников и степени гарантии своевременного, надёжного получения качественных материальных средств в полном объёме.

Учитывая затянувшийся кризис с обеспечением военных потребителей, Правительство Российской Федерации решило коренным образом изменить порядок их снабжения, законодательно установив систему открытых конкурсных торгов по закупке продукции для государственных нужд.

Таким образом, развитие системы продовольственного обеспечения военной организации государства шло и идёт через цепь диалектических отрицаний, которые обеспечивают преодоление отживших форм и способов организации материального обеспечения, утверждение новых связей, преемственность между старым и новым и создают тенденцию в целом поступательного, восходящего спиралевидного движения с повторением отдельных черт прошлого на качественно новой материально-технической основе. Перед системой продовольственного обеспечения в разрезе проводимых преобразований встаёт насущная необходимость приобретения новых качественных показателей как с точки зрения поддержания боеспособности и эффективности, так и с точки зрения возможностей обеспечения экономических интересов военной организации государства.

В современных условиях наблюдается комплекс некоторых противоречий, оказывающих влияние на развитие системы продовольственного обеспечения военной организации государства:

- между сугубо частными (имманентными) экономическими интересами коммерческих структур и необходимостью рационализации расходов средств военного бюджета органами военного управления;

- между потребностью органов системы материально-технического обеспечения ВС РФ в размещении заказов на поставки материальных средств и услуг и низкими возможностями отдельных поставщиков (которые на начальном этапе взаимодействия берут на себя повышенные обязательства);

- между необходимостью внедрения современных средств и способов логистизации процессов продовольственного обеспечения войск и отсутствием комплексного подхода для решения этой задачи.

Механизм разрешения этих противоречий (в меньшей степени зависящий от возможности финансирования) к настоящему времени не определён.

Подводя итог отметим, что существующее состояние системы продовольственного обеспечения военной организации государства характеризуется произошедшей деструктуризацией организации продовольственного обеспечения, приведшей к росту числа коммерческих структур, которые по своим мощностям и объёмам предоставляемых услуг способны выполнять государственные контракты по организации продовольственного обеспечения войск (сил), а также наметившимся процессам трансформации существующих элементов данной системы с целью логистизации организационно-экономических процессов в интересах повышения военно-экономической эффективности рассматриваемой системы.

**Список литературы**

1. Дяттерев А.Н. Халиков Р.А. Основные направления и особенности реформирования системы продовольственного обеспечения войск (сил) в современных условиях: Сборник докладов научно-практической конференции по итогам управленческой практики (войсковой стажировки) слушателей 2-го курса академии / А.Н. Дяттерев, Р.А. Халиков. – 2015. – С. 274–276.
2. Голубятникова М.В. Состояние и проблемы обеспечения продовольственной безопасности России в современных геополитических условиях // Региональные агросистемы: экономика и социология / М.В. Голубятникова, А.Х. Курбанов. – 2015. – №1 (1).
3. Курбанов Т.Х. Научно-методический аппарат военно-экономического обоснования формирования перспективной системы продовольственного обеспечения войск военного округа: Монография / Т.Х. Курбанов, В.В. Пимахов, В.Я. Сербя. – СПб.: ВАМТО. – 2013. – 123 с.
4. Курбанов А.Х. Военная логистика: история, методология, современное состояние и перспективы развития: Коллективная монография / А.Х. Курбанов – СПб.: Копи-Р Групп, 2014. – 281 с.

**Лу Дун**  
магистрант

**Лелюхин Сергей Егорович**

канд. экон. наук, профессор, преподаватель

ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет»  
г. Владивосток, Приморский край

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ФИРМЫ**

***Аннотация:** в статье представлена характеристика системы управления финансовыми результатами фирмы, рассмотрены задачи, функции и методы управления финансовыми результатами. Авторами раскрыты направления, по которым может проводиться совершенствование системы управления финансовыми результатами, выявлены основные резервы повышения эффективности работы системы управления финансовыми результатами фирмы.*

***Ключевые слова:** финансовый результат, прибыль, управление финансовыми результатами, система управления.*

В современных условиях эффективная система управления финансовыми результатами играет важнейшую роль в деятельности фирм. Ключевым показателем финансовых результатов фирмы является прибыль, позволяющая дать объективную оценку эффективности деятельности фирмы в условиях рыночной экономики и являющаяся базой для расчета других показателей (стоимости фирмы, стоимости капитала бренда, финансовой устойчивости [3], инвестиционной привлекательности и т. д.). В условиях рыночной экономики и обострения конкурентной борьбы на всех рынках для обеспечения эффективной деятельности фирм актуальным является создание комплексной системы управления финансовыми результатами. При этом следует отметить, что во многих случаях в результате проблем в системе управления финансовыми результатами возникают сложности, связанные с анализом, планированием, прогнозированием и оценкой реальной ситуации, имеющей место в деятельности фирмы [5].

Основной целью управления финансовыми результатами фирмы является повышение экономических выгод собственников фирмы в настоящее время и на перспективу. Сформулированная основная цель должна обеспечивать одновременно гармонизацию интересов собственников с интересами государства и персонала предприятия [4]. Для достижения поставленной цели система управления финансовыми результатами решает следующие задачи:

1. Максимизация величины прибыли, соответствующей ресурсному потенциалу фирмы и конъюнктуре рынка. Данная задача выполняется посредством оптимизации ресурсов фирмы и обеспечения высокой эффективности использования. Поскольку это оптимизационная задача, то должны быть и ограничения, в качестве которых выступают предельно возможный уровень использования ресурсного потенциала и сложившаяся конъюнктура товарного и финансового рынков.

2. Достижение оптимальных пропорций между прибыльностью работы фирмы и допустимым уровнем риска. Между уровнем прибыли и уровнем риска существует сильная прямая связь, то есть при увеличении одного показателя происходит пропорциональное увеличение другого показателя. На основе результатов исследования отношения руководства фирмы к хозяйственным рискам определяется их допустимый уровень, формирующий агрессивную, умеренную или консервативную политику в осуществлении тех или иных видов деятельности, или конкретных хозяйственных операций фирмы. Исходя из заданного уровня риска, в процессе управления финансовыми результатами фирмы должен быть максимизирован соответствующий ему уровень прибыли.

3. Поддержание высокого уровня качества финансовых результатов фирмы. В процессе формирования финансовых результатов фирмы должны быть в первую очередь выявлены и реализованы резервы их увеличения за счет текущей и инвестиционной деятельности, являющихся основой перспективного развития фирмы. В рамках операционной деятельности фирмы необходимо уделить особое внимание обеспечению увеличения финансовых результатов посредством увеличения объема выпуска продукции и расширения ассортимента в пользу наиболее перспективных видов продукции.

4. Обеспечение максимизации требуемого уровня прибыли на вложенный капитал для собственников фирмы. Уровень прибыли на инвестированный капитал не должен быть ниже средней нормы доходности на финансовом рынке, и должен компенсировать высокий предпринимательский риск, обусловленный сферой деятельности фирмы, а также потери, возникающие вследствие инфляции.

5. Формирование необходимой величины финансовых ресурсов за счет прибыли в соответствии с задачами развития фирмы в будущих периодах [2]. Поскольку финансовый результат представляет собой основной внутренний источник формирования финансовых ресурсов фирмы, их величина, то есть размер прибыли, определяет потенциальную возможность создания фондов производственного развития, резервного и других специальных фондов, обеспечивающих будущее развитие фирмы. При этом в самофинансировании развития фирмы главная роль должна отводиться прибыли.

6. Обеспечение непрерывного роста рыночной стоимости фирмы. Данная задача направлена на максимизацию благосостояния собственников фирмы в будущем периоде. Темп роста рыночной стоимости фирмы в значительной мере определяется уровнем капитализации прибыли, полученной фирмой в текущем периоде. Каждая отдельно взятая фирма на основании условий и задач своей работы сама должна определить систему

критериев и показателей распределения прибыли на капитализируемую и потребляемую ее части.

7. Повышение эффективности участия персонала в формировании и распределении финансовых результатов фирмы. Программы участия персонала в прибыли, направленные на гармонизацию интересов собственников фирмы и наемного персонала, должны, с одной стороны, мотивировать работников на увеличение их трудового вклада в формирование финансовых результатов, а, с другой стороны, обеспечивать необходимый уровень их социальной защиты.

Все рассмотренные задачи управления финансовыми результатами фирмы тесно взаимосвязаны между собой, но при этом некоторые из них имеют разнонаправленный характер: в частности, максимизация уровня прибыли при минимизации уровня риска; обеспечение достаточного уровня удовлетворения интересов собственников предприятия и его персонала; обеспечение достаточного размера прибыли, направляемого на прирост активов и на потребление и т. п. По этой причине в системе управления финансовыми результатами фирмы конкретные задачи должны быть оптимизированы между собой.

По мнению современных экономистов, в общем виде система управления финансовыми результатами фирмы включает в себя следующие подсистемы: организационного обеспечения, информационного обеспечения, анализа, планирования и прогнозирования, контроля [1]. Объектами управления в системе управления финансовыми результатами выступают прибыль, факторы ее формирования и финансовые отношения, субъектами управления – лица, принимающие решения в области управления финансовыми результатами. Система управления финансовыми результатами фирмы включает в себя также совокупность функций и методов управления финансовыми результатами [6].

В набор функций системы управления финансовыми результатами фирмы входят: финансовый анализ, финансовое прогнозирование, планирование финансовых ресурсов, оперативное регулирование финансов, контроль за их состоянием и учет финансовых ресурсов.

К основным методам управления финансовыми результатами деятельности организации относятся: планирование прибыли, распределение прибыли; управление прибылью на основе организации центров ответственности; факторный анализ прибыли [1].

Таким образом, система управления финансовыми результатами фирмы представляет собой компонент общей системы управления предприятием – сложный механизм, позволяющий обеспечить эффективность работы предприятия путем выполнения многочисленного набора функций управления, основными из которых являются планирование, организация, мотивация и контроль.

Согласно экономической литературе, на систему управления финансовыми результатами фирмы оказывают влияние внутренние и внешние факторы, такие как: сама организация (собственник, менеджмент, высококвалифицированный персонал) и государственные органы (нормативно-правовая, регулирующая и контрольная системы) [2]. Элементы системы управления финансовыми результатами и факторы, оказывающие на нее влияние, тесно переплетаются, дополняя, а часто и дублируя друг друга.

Различие понятий «показатель» и «фактор» условно, т.к. практически каждый показатель может рассматриваться как фактор другого показателя и наоборот. Классификация факторов, влияющих на эффективность



системы управления финансовыми результатами фирмы, приведена в таблице 1.

Таблица 1

Классификация факторов, влияющих на эффективность системы управления финансовыми результатами фирмы

Признак классификации	Факторы
1. По зависимости от человека	А. объективные; Б. субъективные.
2. По степени распространенности	А. общие (действуют во всех отраслях экономики, например, производительность труда, себестоимость и т. п.); Б. специфические (действуют в отдельной отрасли, например, калорийность, теплопроводность и т. п.)
3. По времени действия	А. постоянные (например, обеспеченность предприятия основными фондами, материалами); Б. переменные (например, освоение новой технологии производства).
4. По характеру действия	А. интенсивные (более эффективное использование имеющихся ресурсов); Б. экстенсивные (вовлечение в производство дополнительных ресурсов).
5. По иерархии	А. первого порядка; Б. второго порядка и т. д.

В экономике различают два понятия резервов:

– резервы – запасы резервов (сырья, материалов, оборудования) которые необходимы для бесперебойной работы;

– резервы – возможности повышения эффективности производства и управления.

Орудием поиска второго вида резервов является анализ эффективности деятельности фирмы. Классификация резервов повышения эффективности работы системы управления финансовыми результатами фирмы представлена в таблице 2.

Таблица 2

Классификация экономических резервов повышения эффективности работы системы управления финансовыми результатами фирмы

Признак классификации	Вид резерва	Характеристика резерва
По пространственному признаку	внутрихозяйственные	выявляются и могут быть использованы только на этом предприятии (потери рабочего времени)
	отраслевые	на уровне отрасли, например, выведение новых сортов сельскохозяйственных культур, пород животных и т. д.
	региональные	в пределах географического района, например, использование местного сырья и топлива
	общегосударственные	например, изменение форм собственности

По признаку времени	неиспользованные	упущенные возможности повышения эффективности производства
	текущие	могут быть реализованы на протяжении ближайшего времени (месяц, год, квартал)
	перспективные	могут быть реализованы в будущем
По характеру воздействия на результаты производства	экстенсивные	связаны с использованием в производстве дополнительных ресурсов: а) увеличение количества используемых ресурсов (средств труда, предметов труда, рабочей силы). б) увеличение времени использования ресурсов; в) устранение непроизводительного использования ресурсов (средств труда, предметов труда и рабочей силы).
	интенсивные	связаны с наиболее полным и рациональным использованием имеющегося производственного потенциала: а) совершенствование качественных характеристик используемых ресурсов (средств труда, предметов труда и рабочей силы); б) совершенствование процесса функционирования используемых ресурсов.
По способам выявления	явные	легко выявить по материалам бухгалтерского учета и отчетности
	скрытые	связаны с внедрением достижений НТП и передового опыта и не были предусмотрены планом

Таким образом, классификация факторов и резервов повышения эффективности работы системы управления финансовыми результатами фирмы позволяет более глубоко понять сущность системы управления финансовыми результатами и разрабатывать мероприятия по совершенствованию системы управления финансовыми результатами комплексно и целенаправленно.

#### **Список литературы**

1. Гусева Л.И. Анализ в управлении финансовым результатом предприятия / Л.И. Гусева, А.В. Порицкий // Управление инновационным развитием современного общества: Материалы междунар. науч.-практ. конф. (Саратов, 10 окт. 2014 г.) / Редкол.: С.С. Чернов [и др.]. – Энгельс: ООО «Академия управления», 2014. – С. 152–153.
2. Гусейнов А.Н. Оценка воздействия финансовой политики в управлении финансовыми ресурсами и на финансовые результаты на предприятиях / А.Н. Гусейнов // Образование. Наука. Научные кадры. – 2015. – №2. – С. 114–118.
3. Киров А. Управление финансовой устойчивостью в контексте управления результатами деятельности фирмы / А. Киров // Вестник Института РАН. – 2011. – №3. – С. 305–313.
4. Лукьянова З.А. Управление финансовыми результатами организации / З.А. Лукьянова, С.Г. Ромин // Вызовы современного мира: Доклады междунар. науч.-практ. конф. (Новосибирск, 12–13 сент. 2013 г.). – Новосибирск: Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», 2013. – С. 252–258.

5. Пожалостина А.А. Учетно-аналитическая информационная система в управлении финансовыми результатами хозяйствующего субъекта / А.А. Пожалостина // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2013. – №1 (99). – С. 90–94.

6. Попов М.Н. Подходы к управлению финансовыми результатами организации / М.Н. Попов // Развитие современного общества в условиях реформ: Материалы II межвузовской науч.-практ. конф. (Тихорецк, 16 апр. 2014 г.) / Редкол.: Е.В. Королюк [и др.]. – Краснодар: Краснодарский центр научно-технической информации, 2014. – С. 207–211.

**Монгуш Юлия Дмитриевна**

аспирант, ассистент

Институт экономики, управления

и прикладной информатики

ФГБОУ ВО «Иркутский государственный  
аграрный университет им. А.А. Ежовского»

г. Иркутск, Иркутская область

## МЕТОДИКА КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ФАКТОРОВ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

**Аннотация:** в статье представлен поэтапный алгоритм и проведена оценка сельскохозяйственных организаций Иркутской области качественно новой методикой комплексной сравнительной рейтинговой оценки стадии развития организации как фактора инновационной деятельности.

**Ключевые слова:** жизненный цикл организации, многомерный анализ, инновационная деятельность, развитие организации.

В современных условиях, когда происходит глобализация рынков, усиливается и ожесточается конкуренция, изменяются формы и методы ведения бизнеса, постоянно увеличивается скорость перемен сельскохозяйственным организациям сложно быть конкурентоспособными без развития инновационной деятельности. Поэтому необходима методика комплексной оценки факторов инновационной деятельности сельскохозяйственных организаций, которая позволит определить текущее состояние деятельности, на основе которой можно спрогнозировать дальнейшее развитие. Предлагаемая методика была апробирована на примере 130 сельскохозяйственных организаций Иркутской области за 2012–2014 гг.

Алгоритм проведения методики комплексной сравнительной рейтинговой оценки стадии жизненного цикла организации, как фактора инновационной деятельности с использованием многомерных статистических методов представляет следующую последовательность:

1. Обоснование системы показателей, по которым определяется стадия развития организации.

2. Для каждой организации рассчитываются показатели.

Так,  $m$  – совокупность организаций обозначим,  $n$  – совокупность показателей,  $P_{ij}$  – функция определения стадии развития организации, где  $i=1,2,3,...,m$ ;  $j=1,2,3,...,n$ . На этапе подготовки и сбора информации был собран материал по 178 сельскохозяйственным организациям Иркутской области за период 2012 – 2014 гг., для данного исследования были отобраны организации, которые функционировали весь период с 2012 г. по

2014 г., после первоначальной обработки данных, на следующий этап анализа перешли 130 (табл. 1).

Таблица 1

**Состав участников исследования**

Район	Количество предприятий	Получено выручки в 2014 г., тыс. руб.
Иркутский	15	798 712
Ангарский	7	1 392 127
Балаганский	3	20 090
Братский	5	366 018
Жигаловский	4	4 800
Заларинский	5	120 614
Зиминский	3	4 145 495
Качугский	6	84 989
Киренский	2	12 434
Куйтунский	5	454 959
Нижнеудинский	8	46 399
Ольхонский	1	26 615
Тайшетский	8	156 223
Тулунский	5	106 179
Усольский	8	9 616 225
Усть-Илимский	1	250 412
Усть-Кутский	2	1 642
Усть-Удинский	1	7 839
Черемховский	2	31 011
Чунский	2	15 787
Шелеховский	2	5 598
Аларский	11	184 037
Баяндаевский	5	36 905
Боханский	4	86 508
Нукутский	3	238 317
Осинский	7	40 097
Эхирит-Булагатский	5	182 192
<i>Всего</i>	130	18 432 222

Исходные данные представлены в виде моментных показателей, отражающих состояние организаций на конец финансового периода и показателей, характеризующих динамику деятельности в виде коэффициентов роста или снижения.

В состав участников проводимого исследования включены малые, средние и крупные сельскохозяйственные организации всех форм собственности региона, так как независимо от размера организации, каждое из них проходят все стадии жизненного цикла. В исследование не вошли личные подсобные хозяйства (ЛПХ) и крестьянские (фермерские) хозяйства (КФХ), так как данные формы хозяйствования сильно зависят от пожеланий собственников, что делает невозможным прогнозирование стадий развития.

3. По каждому из показателей определены лучшие ( $m+1$ ) и худшие ( $m+2$ ) значения.

4. Полученные данные стандартизированы по отношению к разнице между лучшим и худшим значением соответствующих показателей по формуле (1).

$$D_{i,j} = \frac{P_{m+1,j} - P_{i,j}}{P_{m+1,j} - P_{m+2,j}} \quad (1)$$

где  $D_{i,j}$  – стандартизированные показатели  $i$  – ой организации [ $=D_{i,j} \leq 1$ ], которые определяют, на какую часть отклоняются  $j$  – й показатель от эталонной (лучшей), выраженный в долях разницы между лучшим и худшим значениями в группе сравниваемых показателей;

$P_{i,j}$  –  $j$  – у финансовые показатели, характеризующие результаты  $i$  – ой организации.

5. Для каждого ( $i$  – ой) сравниваемой организации определена величина её отклонения от эталонной по формуле (2).

$$Rd_i = 10 * \sqrt{D_{i1}^2 + D_{i2}^2 + \dots + D_{in}^2} \quad (2)$$

$Rd_i$  – величина отклонения  $i$ -ой сравниваемой организации от эталонной.

Множитель перед квадратным корнем позволяет представить эти расстояния в процентах по отношению к длине диагонали, равной 100 нормированным единицам.

6. Ранжирование сравниваемых организаций с применением наивысшего ранга организации с максимальным значением  $R_i$ , представляющим следующее соотношение:

$$R_i = \frac{Rd_x - Rd_i}{Rd_x - Rd_l} * 100\% \quad (3)$$

где  $R_i$  – комплексная сравнительная рейтинговая оценка;  $Rd_x$  и  $Rd_l$  – соответственно худшая и лучшая оценка отклонения в группе сравниваемых организаций.

7. Определен авторейтинг организации – рейтинг результатов её деятельности за несколько (три) года по формуле (4).

$$Ra_i = \left( 1 - \frac{Rd_i}{100} \right) \quad (4)$$

где  $Ra_i$  – удаление результатов  $i$  – го года от эталонного (лучшего) года;

8. Прогнозирование авторейтинга организации.

$$Ra = K * T + C \quad (5)$$

где  $Ra$  – авторейтинг организации за каждый год при сравнении результатов только одной организации за несколько лет;  $K$  – коэффициент регрес-

сии, характеризующий среднегодовые темпы роста состояния организации;  $T$  – порядковый номер исследуемого периода;  $C$  – начальная ордината уравнения регрессии.

9. Оценка устойчивости темпов роста, учитывающий весь комплекс показателей на основе остаточной дисперсии авторейтинга, рассчитанный по формуле (6).

$$D = \frac{\sum_{i=1}^N (Ra_i - Ra_r)^2}{N} \quad (6)$$

где  $Ra_i$  – значение авторейтинга для  $i$ -го года, рассчитанное по уравнению регрессии (7).

$$Ra_r = K * T + C \quad (7)$$

где  $N$  – число лет наблюдения за организацией.

Оценка стадии развития организации в условиях резких негативных воздействия экономической цикличности и природно-климатического характера значима, так она предполагает невосприимчивость деятельности организации к колебаниям природно-климатических условий и конъюнктуры экономики. Устойчивость оценена дисперсией показателей, рассчитанной за несколько лет. Чем меньше дисперсия, тем выше устойчивость результата работы организации. Если не учитывать устойчивость среднегодовых темпов роста, то классификацию организаций можно представить по двум критериям  $R$  и  $K$  четырьмя группами (табл. 2).

Таблица 2  
Границы значений показателей  $R$  и  $K$  для различных групп сельскохозяйственных организаций

Показатель	Группа			
	1	2	3	4
$R$	$>R_z$	$>R_z$	$<R_z$	$<R_z$
$K$	$>0$	$<0$	$>0$	$<0$

В таблице 2 представлены значения критериев  $R$  и  $K$  для различных групп организаций, расположенных в соответствующих квадрантах. Координаты точки ноль, то есть начала координат соответственно равны  $R = R_z$ ,  $K = 0$ , где,  $R_z$  – критерий сравнительной комплексной рейтинговой оценки по группе сравниваемых организаций. Разработка критерия  $R_z$  позволяет четко проследить различия между организациями в стадии «Зарождение» и «Зрелость». Для этого в исходную совокупность необходимо включить еще одну организацию  $m+3$  с нормальными пограничениями (показателями).

Таблица 3  
Организация с нормальными ограничениями для определения критерия  $R_z$

Наименование	Коэффициент автономии	Доля рынка	Коэффициент окупаемости затрат	Коэффициент фондоотдачи
Организация $m+3$	0,5	0,01	1,25	0,81
$D_{m+3,j}$ – стандартизированные показатели организации $m+3$	0,504	0,960	0,483	0,998

$R_{m+3}$ – отклонение организации $m+3$ от эталонной	15,51
$R_{m+3}$ – сравнительная комплексная рейтинговая оценка стадии жизненного цикла организации $m+3$	41,44

Определение критерия проведено с помощью многомерной классификации, описанной выше и ее уровень составил  $R_z = 41,44$ . Результаты статистической обработки показателей диагностики стадии развития организации и сравнительной комплексной рейтинговой оценки представлены в табл. 4.

Таблица 4

Основные показатели диагностики стадии жизненного цикла организации различных групп (средневзвешенные значения по группам)

Показатель	Стадия жизненного цикла				В целом по организациям
	Зрелость	Зарождение	Рост	Трансформация	
Число организаций, %	33,1	2,3	49,2	15,4	100
Выручка от реализации, млн руб.	526 099	18 351	71 067	42 505	658 022
Чистая прибыль, млн руб.	58 980	3 776	5 553	708	69 016
Рентабельность, %	11,21	20,57	7,81	1,67	10,49

Графическая дифференциация сельскохозяйственных организаций представлена на рис. 1.

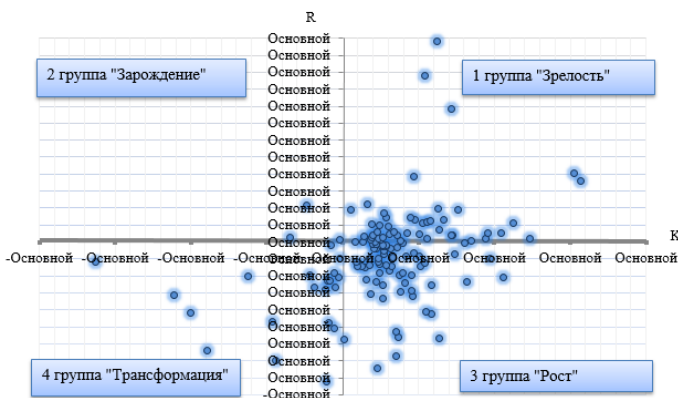


Рис. 1. Распределение сельскохозяйственных организаций Иркутской области по стадиям развития организаций в 2014 г. по разработанной методике, основанной на многомерном анализе

Проведенное исследование показывает, что применение концепции жизненного цикла организации помогает определить основные ключевые проблемы развития инновационной деятельности сельскохозяйственных

организаций и пути их решения, а в современных условиях решение проблем невозможно без разработки инновационных решений задач и применения передовых технологий.

*К первой группе* организаций отнесено 43 сельскохозяйственных организаций в 2014 г. Данная группа называется «Зрелость» и характерной чертой всех организаций данной группы является максимальный размер прибыли, стабильное положение и финансовая устойчивость. Сложностью данной стадии является сохранение своих позиций на рынке в условиях высокой конкуренции и экономического кризиса.

*Ко второй группе* организаций отнесены по результатам исследования 3 сельскохозяйственных организаций в 2014 г., группа называется «Зарождение». Характерной чертой всех организаций данной группы является нестабильное экономическое положение, финансовая нестабильность, преобладание собственных источников финансирования, отсутствие или незначительная доля рынка.

*К третьей группе* организаций отнесены по результатам исследования 64 сельскохозяйственных организаций в 2014 г. Данная группа называется «Рост» и характерной чертой всех организаций данной группы является максимальные показатели темпов роста всех показателей, но финансовое положение может быть нестабильным, так как у организаций данной группы главной целью является максимизация рынков сбыта и достижение стадии «Зрелость».

*К четвертой группе* организаций отнесены по результатам исследования 20 сельскохозяйственных организаций в 2014 г. Данная группа называется «Трансформация». Характерной чертой всех организаций данной группы является снижение всех показателей, организации на данной стадии претерпевают кризис, связанный с неконкурентоспособностью организации в условиях современного положения экономики. Данным организациям необходимо пересмотреть стратегию дальнейшего развития, необходимы кардинальные изменения, в частности внедрение новых технологий или кардинальное изменение направления деятельности. Организациям, находящимся на данной стадии сложно диагностировать начало спада своего развития, что затрудняет своевременные превентивные мероприятия по предотвращению кризиса развития.

Таким образом, для определения стадии жизненного цикла сельскохозяйственных организаций Иркутской области проведен многомерный статистический анализ, который стали основой качественно новой методикой комплексной сравнительной рейтинговой оценки стадии развития организации как фактора инновационной деятельности сельскохозяйственных организаций. Методика позволила сравнить сельскохозяйственные организации, подразделять их на группы в соответствии с качеством состояния и сделать краткосрочные прогнозы их развития.

### *Список литературы*

1. Инновационное предпринимательство: Учебник для вузов / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. – М.: Издательство Юрайт, 2013. – 523 с.
2. Инновационный менеджмент: Учебник / Под ред. В. Я. Горфинкеля, Т.Г. Попадюк. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2014. – 381 с.
3. Тяпкина М.Ф. Прогнозирование развития деятельности сельхозтоваропроизводителей на основе экономического мониторинга: Автореф. дис. ... канд. экон. наук / М.Ф. Тяпкина. – Улан-Удэ, 2004. – 24 с.



*Петрова Наталия Гурьевна*  
д-р мед. наук, профессор, заведующая кафедрой  
*Додонова Инна Владимировна*  
ассистент кафедры

ГБОУ ВПО «Первый Санкт-Петербургский  
государственный медицинский университет  
им. академика И.П. Павлова» Минздрава России  
г. Санкт-Петербург

## **ПРОБЛЕМЫ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ВКЛАДА СПЕЦИАЛИСТОВ СЕСТРИНСКОГО ДЕЛА В ОКАЗАНИЕ МЕДИЦИНСКОЙ ПОМОЩИ**

***Аннотация:** в работе представлены разработанные методические подходы к определению экономической эффективности деятельности специалистов сестринского дела при оказании ими медицинской помощи различным категориям больных и выявлены сложности при реализации данных подходов.*

***Ключевые слова:** средний медицинский персонал, экономическое обоснование, экономическая эффективность.*

Задачи среднего медицинского персонала многообразны и во многом уникальны. Они заключаются в том, чтобы оказывать отдельному человеку (больному или здоровому) помощь и поддержку во всем, что способствует сохранению здоровья или его восстановлению, в обеспечении возможности максимально быстрого обретения самостоятельности при наличии ограничений жизнедеятельности, вызванной расстройством здоровья. При этом решение поставленных задач по возможности должно быть оптимизировано с точки зрения экономической целесообразности [3, с. 157].

Эффективность оказания любой медицинской помощи определяется соотношением выгод и затрат, которые могут иметь различные измерители (индикаторы). То есть, можно оценивать медицинскую, социальную и экономическую эффективность, однако, до настоящего времени методологические подходы такой оценки до конца не разработаны, и практически отсутствуют таковые применительно к сестринской практике. Поэтому нами были определены возможные направления экономической оценки эффективности труда сестринского медицинского персонала (СМП) [1, с. 59]. Они включают:

- перераспределение коечного фонда с увеличением доли больниц (отделений) сестринского ухода;
- передачу части врачебных функций среднему медицинскому персоналу;
- создание алгоритмов сестринских процедур, включая подготовку пациентов к проведению диагностических исследований, в т.ч. преаналитического этапа лабораторных исследований;
- оптимальное использование медицинского оборудования (расширение сестринского участия в его использовании, максимальная механизация сестринского труда с оптимизацией численности кадров среднего медицинского персонала);

- наличие (отсутствие) штрафных санкций вследствие некачественного оказания сестринских услуг (по результатам экспертной оценки и контроля Роспотребнадзора);

- отсутствие (наличие) осложнений сестринских манипуляций (с учетом стоимости их лечения).

Учитывая отсутствие общепринятых методик определения экономической эффективности деятельности среднего медицинского персонала, мы посчитали возможным использование ряда подходов. В их числе:

- оценка экономической «выгоды» от передачи части врачебных (в т.ч. управленческих) функций среднему медицинскому персоналу, используя такие индикаторы, как [2, с. 374];

- коэффициент интенсивности сестринского труда, который показывает, сколько в среднем услуг приходится на одну занятую (или штатную ставку);

- коэффициент экономической эффективности оказания сестринских услуг, являющийся отношением их стоимости к начисленному размеру заработной платы персонала;

- удельный вес объема сестринских услуг (их стоимости) к общему объему услуг (их стоимости), оказанных в организации;

- расчет экономической выгоды, связанной с развитием технологий сестринского ухода и реабилитации силами среднего медицинского персонала на дому за счет сокращения объема помощи, оказываемой в специализированных реабилитационных центрах;

- коэффициент эффективности, связанной с передачей части функций врачей (в т.ч. управленческих) среднему медицинскому персоналу;

- коэффициент соотношения эффективности по показателям объема (стоимости) сестринских услуг и заработной платы у врачей и среднего медицинского персонала.

Также может быть рассчитан коэффициент соотношения интенсивности труда врачей и среднего медицинского персонала.

Методологическая сложность для реализации предложенных подходов и расчета соответствующих показателей заключается в том, что, во-первых, сестринские услуги по-разному классифицируются и тарифицируются и в разных учреждениях, и при разном финансировании (медико-экономические стандарты в тарифах обязательного медицинского страхования, которые также разные, медико-экономические стандарты при добровольном медицинском страховании, преysкурантные цены при оказании платных медицинских услуг). Во-вторых, значительная часть тарифицируемых услуг является «взаимозависимыми», то есть, в их оказании участвуют и врачи, и средний медицинский персонал. Исследования по «вкладу» каждой из этих категорий персонала отсутствуют.

Дальнейшее развитие сестринского дела в стране, рациональное изменение структуры и характера сестринской помощи, во-первых, будет способствовать высвобождению рабочего времени врачей и руководителей учреждений здравоохранения (и, соответственно, улучшению качества их работы); во-вторых, увеличит престижность труда сестринского медицинского персонала (что является важным фактором материальной мотивации и будет способствовать притоку сестринских кадров в здравоохранение); в-третьих, будет являться важным экономическим фактором для оптимизации структуры расходов в здравоохранении и рационализации их использования.

### **Список литературы**

1. Балохина С.А. Современное обоснование управления качеством медицинской помощи в условиях многоукладности здравоохранения: Дис. ... д-ра мед. наук / С.А. Балохина. – М., 2011. – 300 с.
2. Додонова И.В. Экономическая характеристика медицинской помощи / И.В. Додонова // Проблемы городского здравоохранения: Сб. научн. тр. Выпуск 18 / Под ред. з.д.н. РФ, д-ра мед. наук, проф. Н.И. Вишнякова. – СПб., 2014. – С. 374–376.
3. Петрова Н.Г. Основы медицинского менеджмента и маркетинга: Учебное пособие / Н.Г. Петрова, И.В. Додонова, С.Г. Погосян. – СПб.: Фолиант, 2013. – 352 с.

**Ромашова Анна Игоревна**  
студентка

**Морозова Анастасия Евгеньевна**  
студентка

**Ронова Галина Николаевна**  
канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет им. Г.В. Плеханова»  
г. Москва

## **ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАЁМНОГО КАПИТАЛА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Аннотация:** в данной статье рассматриваются заёмные источники финансирования предприятия, так как осуществление эффективной экономической деятельности организации в современных условиях связано с привлечением дополнительных денежных средств. Авторами изучено понятие заёмного капитала и его виды, преимущества и недостатки его привлечения, проанализирован и наглядно показан эффект финансового рычага, поскольку эффективное привлечение заёмного капитала способствует снижению издержек и увеличению прибыли от использования капитала.

**Ключевые слова:** источники финансирования предприятия, заёмный капитал, банковский кредит, облигационный займ, лизинг, эффект финансового рычага, финансовое состояние предприятия.

Одной из важнейших функций финансового менеджера является осуществление управления пассивами организации, т.е. подбор критериев, влияющих на выбор источников финансирования предприятия и, собственно, принятие решений по выбору данных источников, формирование структуры капитала компании и управление ею, разработка политики привлечения капитала на наиболее выгодных для предприятия условиях, а также подбор наиболее эффективного сочетания собственных и заёмных средств. Выбранная структура источников финансирования оказывает значительное влияние на различные стороны деятельности предприятия: операционную, инвестиционную, финансовую и отражается на конечных результатах деятельности организации. Таким образом, изучение и анализ влияния эффективности использования источников финансирования

предприятия на его финансовое состояние является достаточно актуальным для организации и относится к основным задачам финансового анализа организации.

По мере функционирования и развития организации её потребность в финансировании постепенно увеличивается, требуя при этом надлежащего финансирования прироста капитала. Другими словами, для эффективного функционирования предприятия необходимы денежные средства, в качестве которых организация может использовать как собственный, так и заёмный капитал. Понятие «заёмный капитал» подразумевает под собой средства, полученные в виде долгового обязательства от сторонних организаций и привлекаемые компанией для осуществления целей её деятельности и извлечения прибыли.

Формирование и использование заёмного капитала оказывает существенное влияние на эффективность деятельности организации и является одним из ключевых аспектов при осуществлении долгосрочных затратных инвестиций.

Основными преимуществами использования заёмного капитала являются следующие положения: широкие возможности привлечения (особенно при наличии высокого кредитного рейтинга у заёмщика), возможность генерации прироста рентабельности собственного капитала, ускоренное развитие организации, низкий риск утери контроля над предприятием, более простая процедура оформления, сравнительно низкие издержки и короткие сроки привлечения по сравнению с использованием собственного капитала, а также возможность использования налогового щита, позволяющего снижать величину прибыли для целей налогообложения [1, с. 199]. Однако привлечение заёмного капитала обладает также рядом недостатков: привлечение больших объёмов заёмных средств влечёт за собой рост наиболее опасных для предприятия рисков – кредитного, процентного, риска потери ликвидности и т. д., ограничение компании в распоряжении средствами вследствие целевого характера большинства заёмных финансовых ресурсов и, как следствие, издержки упущенной выгоды, а также сложность процедуры привлечения заёмных средств [1, с. 199].

Рассматривая заёмный капитал в качестве долгосрочного источника финансирования позволяет выделить следующие разновидности источников финансирования: банковские кредиты, облигационные займы и лизинг. Использование заёмных средств позволяет предприятиям своевременно заключать выгодные сделки, внедрить новый проект или запустить в производство новый товар, тем самым приумножив собственные средства.

Под банковским кредитованием понимается метод финансирования потребности предприятия, заключающийся в предоставлении определённой оговоренной в договоре суммы на условиях срочности, платности и возвратности. Сегодня ставки по кредитам, предоставляемым малому бизнесу, в среднем колеблются в пределах от 16 до 23% годовых. В декабре 2015 года банк ВТБ сообщил о снижении минимального размера ставок по кредитам бизнесу: так, к примеру, кредит на пополнение оборотных средств теперь предоставляется по ставке от 15% годовых (прежде – от 16%). В качестве залога принимаются недвижимость, оборудование, транспортные средства, товары в обороте, в том числе залог третьих лиц. По оценкам Сбербанка России в 2016 году ожидается рост кредитования малого бизнеса.

Существенную роль в финансировании предприятия также играет следующий источник заёмных средств – облигационный займ, осуществляемый путём выпуска и продажи облигаций. В отличие от банковского кредита, предоставляемого кредитной организацией, облигационный займ рассчитан на привлечение инвестиций от широкого круга лиц. По состоянию на декабрь 2015 года количество выпусков корпоративных облигаций составляет 1274 шт., что на 13% превышает уровень января 2015 года. Суммарный рыночный объём корпоративных облигаций, находящихся в обращении, по состоянию на декабрь 2015 года составил 7391347 млн руб., что превысило уровень января 2015 года на 11%.

Под лизингом подразумевается вид предпринимательской деятельности, который предусматривает вложение лизингодателем финансовых ресурсов в приобретение имущества с последующим предоставлением его лизингополучателю на условиях аренды. Согласно базовому прогнозу Эксперт РА, сокращение рынка лизинга в 2015 году составит около 25%. В среднем, сжатие сегментов рынка составит около 30%. По оценкам экспертов Эксперт РА, за девять месяцев 2015 года лизингодателями было изъято рекордное для российского рынка количество техники – её объём в денежном выражении составил 53 млрд рублей. В третьем квартале 2015 года на рынке лизинга наблюдалось небольшое оживление, вызванное активной фазой реализации государственной программы по субсидированию автолизинга и снижению стоимости фондирования сделок вследствие снижения ключевой ставки. Кроме того, поддержку российскому рынку лизинга оказал авиализинг (темп прироста в данном сегменте составил 29%, осуществлённый за счёт крупных сделок по передаче российских самолётов в аренду). В 2016 году, по прогнозам экспертов, динамика рынка лизинга будет во многом зависеть от масштабов и эффективности антикризисных государственных программ.

Выбирая метод привлечения капитала, предприятие обращает внимание на такие аспекты, как: объём финансовых ресурсов, срок предоставления, уровень процентных выплат, вид ставки привлечения ресурсов, наличие залога, условия погашения. Выбор источника финансирования должен быть основан на ряде критериев, среди которых можно особо выделить следующие: стоимость источника финансирования для компании, доступность рассматриваемого источника для предприятия, уровень риска, оперативность привлечения средств и т. д. [3].

Для определения количества заёмных средств, приходящихся на одну рублю собственных средств, используется показатель финансового рычага, определяющийся как отношение собственного капитала (E) к заёмному (D). Авторами рассматривается первая концепция финансового рычага, согласно которой эффект финансового рычага (DFL) отражает изменение рентабельности собственных средств, полученное вследствие использования заёмных средств. Расчёт показателя осуществляется по формуле 1:

$$DFL = (1 - t) \times (ROA - i) \times \left(\frac{D}{E}\right), \quad (1)$$

где  $t$  – ставка по налогу на прибыль;

$ROA$  – рентабельность активов;

$i$  – стоимость заёмных средств.

Из формулы очевидно, что эффект финансового рычага состоит из нескольких частей. Его составляющие представлены на рис. 1.

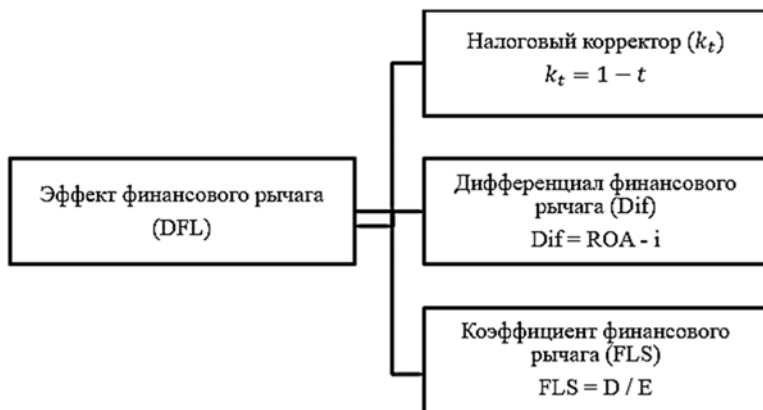


Рис. 1. Составляющие эффекта финансового рычага

Рассмотрим структуру эффекта финансового рычага. Налоговый корректор  $(1-t)$  показывает, как будет меняться эффект финансового рычага при изменении уровня ставки налога. Предприятие не может повлиять на размер данного значения, поскольку ставка налога на прибыль устанавливается государственными органами. В настоящее время в России ставка по налогу на прибыль составляет 20%.

Следующим множителем является дифференциал финансового рычага (Dif), являющийся основным условием, образующим рост рентабельности собственного капитала. Данный показатель должен принимать положительные значения, поскольку в данном случае рентабельность собственного капитала будет расти тем быстрее, чем выше соотношение заемных и собственных средств. Отрицательное значение данного показателя говорит об отрицательном эффекте финансового рычага на предприятии.

Коэффициент финансового рычага (FLS) является последним множителем в формуле (формула 1). Данный коэффициент характеризует силу воздействия финансового рычага.

По оценкам, проведенным экономистами на основании изучения эмпирических данных успешных зарубежных компаний, оптимальная величина эффекта финансового рычага составляет 30–50% от уровня экономической рентабельности активов (ROA) при плече финансового рычага 0,67–0,54 [4, с. 5]. В описанном случае прирост рентабельности будет находиться на уровне не ниже прироста доходности вложений в активы.

Эффект финансового рычага способствует формированию рациональной структуры источников финансирования деятельности предприятия в целях финансирования необходимых вложений и получения желаемого уровня рентабельности, при котором финансовая устойчивость предприятия не нарушается.

Подводя итог, необходимо отметить, что в современных условиях фактически ни одна компания не может обойтись без привлечения заемных средств. Привлечение заемных средств означает для предприятия возможность более интенсивного развития. Однако, использование заемного капитала должно быть осторожным и тщательно продуманным, поскольку несёт в себе такие риски, как угроза банкротства и рост финансовых рисков. Таким образом, предприятиям необходимо как можно тщательнее подходить к вопросу выбора источников заемного капитала, учитывая все

возможные выгоды и риски и принимать решение на основании их сопоставления.

**Список литературы**

1. Аникина И.Д. Стратегия формирования заёмного капитала компаний // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2009. – №2. – С. 197–203.
2. Жуковская С.Л. Основные подходы к анализу источников финансирования деятельности предприятия / С.Л. Жуковская, М.С. Оборин // Фундаментальные исследования. – 2014. – №6–5. – С. 969–973.
3. Кузнецова Н.Н. Основные критерии выбора источника финансирования предприятия // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2013. – №4–1. – С. 90–96.
4. Пачкова О.В. Влияние заёмного капитала на финансовое состояние предприятия / О.В. Пачкова, М.Р. Гаптельхаков // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. – 2015. – №4 (48–1) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>
5. Ронова Г.Н. Управление привлечением банковского кредита / Г.Н. Ронова, П.В. Гаврилова // Актуальные проблемы финансово-кредитной сферы и финансового менеджмента: Сборник научных трудов профессорско-преподавательского состава, аспирантов и магистров кафедры Банковского дела и финансового менеджмента. – М., 2015. – С. 182–187.

**Рыжкова Дарья Олеговна**  
магистрант

**Кармышев Юрий Анатольевич**  
д-р экон. наук., профессор

Липецкий филиал  
ФГБОУ ВО «Финансовый университет  
при Правительстве РФ»  
г. Липецк, Липецкая область

## **КРИМИНАЛЬНЫЕ ТРАНСАКЦИОННЫЕ ИЗДЕРЖКИ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

**Аннотация:** статья посвящена изучению работы с криминальными транзакционными издержками на малом предприятии. Цель работы – систематизация и поиск путей предотвращения криминальных транзакционных издержек и снижение рисков.

**Ключевые слова:** криминальные транзакционные издержки, транзакционные издержки, репутационные риски предприятия, хозяйствующие субъекты, малый бизнес.

Малое предпринимательство – ключевое звено в любой современной экономике развитой и развивающейся страны, та часть бизнеса, которая гибка и рефлексивна, в виду чего открыта к инновациям и быстрым изменениям агрессивной внешней среды современного информационного общества. Зачастую малое предприятие подвержено большим рискам, нежели более крупные компании, не говоря о микропредприятиях, состоящих из инициативных и уникальных специалистов. Во всем мире этот сегмент экономики поддерживается государством самыми различными способами: налоговые каникулы, льготы, субсидии, гранты и многое другое. Не исключение и Российская Федерация, для развивающейся экономики которой бизнес имеет ключевое значение и как способ снижения

уровня официальной безработицы, и как движущая сила, динамично ведущая экономику и инновации вперед. Правительство посредством различных инструментов, в том числе на законодательном уровне, действует с целью создания условий развития малых форм хозяйствующих субъектов и их продуктивной и эффективной деятельности, что не может не дать определенных результатов. Однако, несмотря на это, фирмы день за днем сталкиваются с новыми проблемами, ставятся сложные задачи по решению вопросов, от которых зависит не просто развитие, но и существование предприятия. Таким образом, возникают риски, от которых невозможно уйти полностью, будучи российской небольшой компанией.

Перечень рисков малого предпринимательства в стране многообразен и усугублен некоторыми обстоятельствами, такими как: высокие налоги, сложная система получения субсидий, привлечения инвестиций, завышенные проценты банков при кредитовании предприятий, несовершенство законодательства в различных областях ответственности предпринимателя.

Деятельность хозяйствующего субъекта постоянно подвергается таким образом финансовым и кредитным, социальным и политическим рискам, которые ведут к экономическим потерям и упущенной выгоде, увеличению издержек.

Взаимодействие с государственными контролирующими органами зачастую осложнено как требованиями к предпринимателям, так и регламентами работы госструктур. Любая проектная и отчетная документация, предоставляемая на экспертизу и проверку от компании, должна быть выполнена с учетом жестких и не всегда конкретных правил, методик, после чего она проходит многоступенчатую проверку или согласование в одной или нескольких федеральных или муниципальных структурах, что существенно усложняет процесс получения разрешений, утверждения проектов и прочие виды согласований.

Таким образом возникают криминальные транзакционные издержки предприятий. Как таковые транзакционные издержки долгое время в XX веке не учитывались в деятельности фирм, однако в новом тысячелетии заняли свое место в финансовых планах и прогнозах компаний. Криминальный вид они приобретают во многих развивающихся и достаточно мощных экономиках стран различного менталитета в связи с высокой бюрократической нагрузкой на бизнес. Это вызвано совокупностью нескольких причин: желанием ускорить процессы необходимых заключений, несоответствующим контролем со стороны госорганов и, безусловно, неверной поведенческой политикой предприятия. Слабая гражданская позиция отдельных лиц и нежелание решать конфликт интересов более долгим, но законным путем являются генезисом этого явления. При этом Федеральный закон от 25.12.2008 №273-ФЗ О противодействии коррупции» и некоторые другие законодательные акты дают разъяснение по мерам ответственности граждан за совершение противоправного взимания средств в частном порядке. Антикоррупционная политика Российской Федерации постоянно дополняется и редактируется. Однако, если решать данный вопрос только с одной стороны, то есть со стороны государства, это не исправит ситуацию полностью.

Для предотвращения возникновения криминальных транзакционных издержек каждое предприятие обязано осознать репутационный и финансовый риск, к которому ведет наличие этого рода издержек. Основной мерой по противодействию криминальным транзакционным издержкам со стороны субъектов предпринимательства является отказ от использова-



ния таких механизмов в сфере взаимодействия с госорганами. Представителям субъектов малого бизнеса, в порой бывает достаточно действовать следующим образом:

1. Выполнять проектные, расчетные и прочие работы на высоком уровне, качественно и в пределах государственных регламентов, ГОСТов, Правил, Методических указаний.

2. Четко выражать свою позицию по взаимоотношениям с государственными органами.

3. Реагировать на замечания контролирующих и лицензирующих органов в рамках правового поля и показывать свою готовность решать спорные вопросы в судебном порядке.

Кроме того, каждое предприятие в силах разработать план мероприятий по предотвращению криминальных транзакционных издержек, состоящий из регулярного контроля финансовой отчетности, создания собственной корпоративной деловой этики и проведению инструктажа с каждым сотрудником компании.

#### **Список литературы**

1. Федеральный закон от 08.08.2001 N 129-ФЗ (ред. от 31.12.2014) «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» (08 августа 2001 г.)
2. Федеральный закон от 25.12.2008 N 273-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «О противодействии коррупции»
3. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия. – Киев: Эльга «Ника – Центр», 2004. – 711 с.
4. Радаев В.В. Формирование новых российских рынков: транзакционные издержки, формы контроля и деловая этика. – М., 1998

**Сташ Светлана Владимировна**  
ассистент

**Нечипорук Дарья Александровна**  
студентка

ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»  
г. Таганрог, Ростовская область

## **СИСТЕМА ФИНАНСИРОВАНИЯ СФЕРЫ УСЛУГ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ**

**Аннотация:** данная статья посвящена исследованию системы сбалансированного финансирования сферы здравоохранения. Особое внимание уделяется распределению средств государственного бюджета для социально-значимым программ, реализуемых в здравоохранении. Авторами используется теоретический и статистический методы анализа. Основными результатами являются выявленные проблемы в системе финансирования здравоохранения и предложения по улучшению системы расходования средств.

**Ключевые слова:** здравоохранение, государственный бюджет, качество.

Здравоохранение – это сфера услуг населению, основной целью которой является оказание медицинских услуг, для поддержания здоровья граждан страны. Все организации оказывающие медицинские услуги населению, будь то государственные и муниципальные больницы и поликлиники или частные диагностические средства, нуждаются в должном финансировании для выполнения своей профессиональной деятельности.

На сегодняшний день в стране существует многоканальная система финансирования здравоохранения, в рамках которой используются средства государственного бюджета, средства обязательного и добровольного медицинского страхования.

Однако существующая система, в условиях недостаточности ресурсов и отсутствия сбалансированности, может давать сбой. Совершенствование системы финансирования данной отрасли необходимо осуществлять с использованием отечественного и зарубежного опытов, для разработки практических рекомендаций. Целью улучшения финансирования исследуемой отрасли является потребность в развитии имеющихся финансовых взаимоотношений и для привлечения новых дополнительных источников.

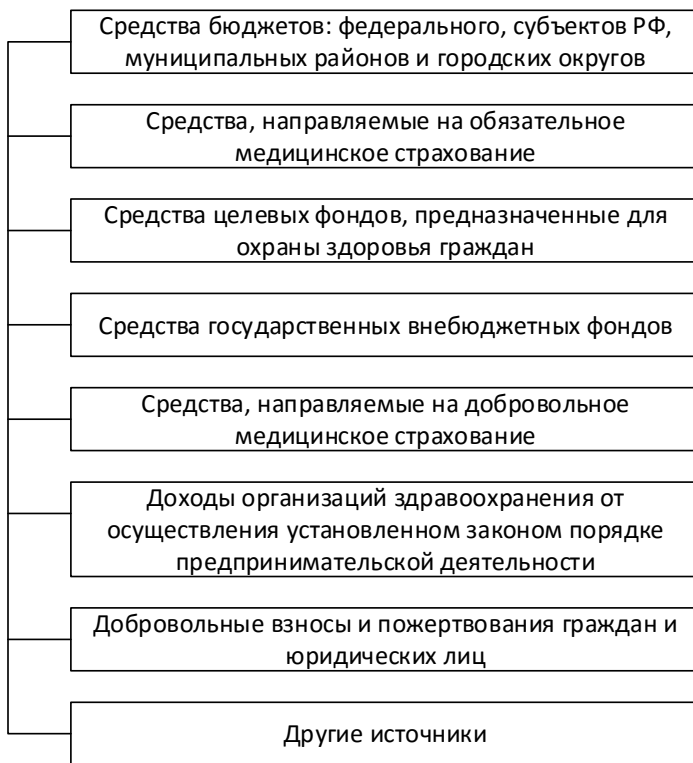


Рис. 1. Финансирование здравоохранения в РФ

Рассмотрим более подробно систему финансирования здравоохранения в России, начиная с государственных источников. Основная проблема здравоохранения: недофинансирование (в 1,5 раза), дефицит и неоптимальная структура медицинских кадров, и их низкая квалификация, мало лекарств, предоставляемых населению страны. С целью улучшения здоровья населения, был создан указ от 7 мая 2012 года «О совершенствовании государственной политики в сфере здравоохранения».

Половина организаций здравоохранения является бюджетными учреждениями, финансирование которых осуществляется как непосредственно из бюджета собственника (Российской Федерации, субъекта РФ, муниципального образования), так и за счет средств государственных внебюджетных фондов (Федерального и территориального фондов ОМС, Фонда социального страхования РФ, Пенсионного фонда РФ).

Распределение внебюджетных фондов представлено на рисунке 2.

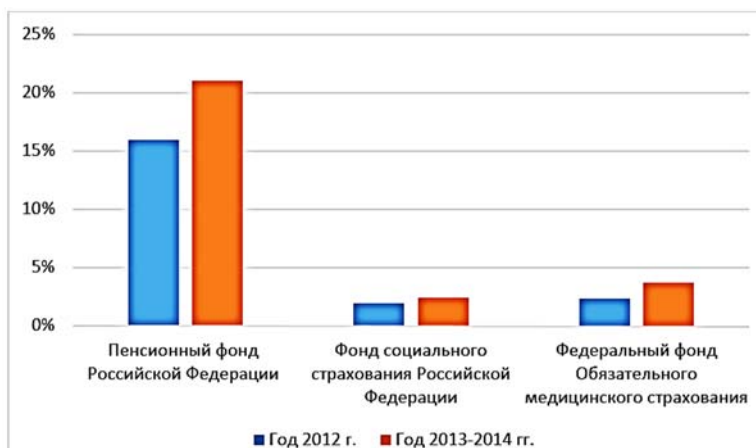


Рис. 2. Распределение внебюджетных фондов, для финансирования бюджетных учреждений здравоохранения, в %

В соответствии с федеральным законом от 02.12.2013 №349-ФЗ «О федеральном бюджете на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов» на реализацию Государственной программы «Развитие здравоохранения» в федеральном бюджете представлены следующие бюджетные ассигнования (табл. 1).

Таблица 1  
Реализация государственной программы финансирования

Гос. программа	Распределение финансирования по годам		
	2014 г.	2015 г.	2016 г.
Развитие здравоохранения	357 154,2 млн руб.	260 503,6 млн руб.	262 867,6 млн руб.

Анализируя данные, представленные на рисунке 2, по расходам федерального бюджета за 2005–2014 гг., видно, что переломным моментом в системе финансирования здравоохранения стал 2011 год, когда поступающие средства из бюджета сильно сократились.

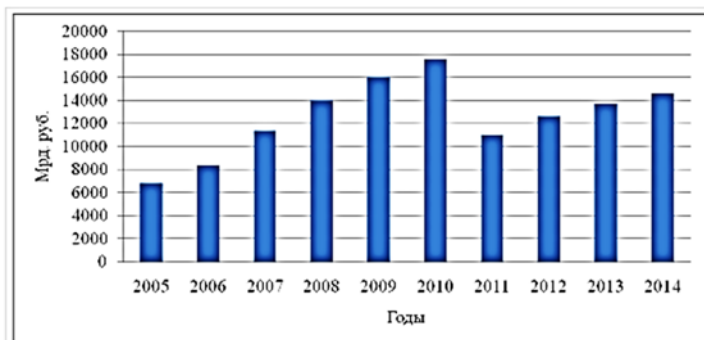


Рис. 2 Динамика расходов федерального бюджета РФ за 2005–2014 годы

Все финансирование направленно на такие мероприятия, как «Профилактика заболеваний и формирование здорового образа жизни. Развитие первичной медико-санитарной помощи», «Совершенствование оказания специализированной, включая высокотехнологичную, медицинской помощи, в том числе скорой специализированной, медицинской помощи, медицинской эвакуации», «Медико-санитарное обеспечение отдельных категорий граждан» и «Охрана здоровья матери и ребенка» [1; 2].

Что касается населения, для них оказание платных медицинских услуг учреждениями здравоохранения производится на следующих основаниях:

- отсутствия соответствующих медицинских услуг в Территориальной программе государственных гарантий;
- организации оказания платных медицинских услуг населению в специально выделенных помещениях (кабинетах, отделениях), таким образом разделив потоки больных, получающих бесплатную медицинскую помощь и платные медицинские услуги;
- отдельный график рабочего времени специалистов, оказывающих платные медицинские услуги;
- отдельного учета материальных затрат, связанных с оказанием этих услуг.

На платной основе не должны предоставляться медицинские услуги, финансируемые за счет средств бюджетов всех уровней и за счет средств государственных внебюджетных фондов.

Относительно финансирования медицинской помощи, которая предоставляется из средств государственного бюджета, то оно осуществляется частично из средств социального налога, которые платят работодатели

В таблице 2 представлены данные по плательщикам страховых взносов.

Таблица 2

Плательщики страховых взносов [3]

Плательщики страховых взносов в ПФР, ФСС И ФОМС	Тарифы страховых взносов		
	ПФР	ФСС	ФОМС
– тарифы страховых взносов для всех страхователей (ч. 1 ст. 58.2) в пределах установленной Правительством величины базы для начисления страховых взносов: – ПФР: 711 000 рублей – ФСС: 670 000 рублей	22%	2,9%	5,1%

Тарифы страховых взносов для плательщиков организаций ИП и лиц, не относящихся к ИП (ч. 1 ст. 58.2) (свыше установленной предельной величины базы для начисления страховых взносов	10%	0%	0%
ИТ-организации (п. 4–6. ч. 1 стр. 58)	8%	2%	4%
Плательщики взносов – участники свободной экономической зоны	6%	1,5%	0,1%

Установленная часть поступлений от сбора этих налогов в целевом порядке направляется на здравоохранение. Этот вид налога не характеризует систему финансирования здравоохранения, поскольку является дополнительным к основному источнику финансирования и его доля в формировании средств здравоохранения незначительна.

Например, в системе частного финансирования, источниками средств для оплаты медицинской помощи служат индивидуальные доходы граждан и средства работодателей.

Работодатель покупает страховку для всех своих сотрудников у страховых компаний, которые конкурируют друг с другом. Данные компании могут быть некоммерческими или коммерческими организациями. Условия страховки определяются тем, сколько работодатель согласен заплатить за своих сотрудников.

Проблемой в системе финансирования сферы здравоохранения, является, не четкое распоряжение средствами, выделенными на улучшения медицинских учреждений, и четкой работы персонала.

Для этого необходимо выполнение следующих задач:

- повышение качества медицинских услуг;
- максимальное удовлетворение требований пациентов;
- повышение качества оказания медицинской помощи для российских и иностранных граждан, в соответствии с международными стандартами;
- повышение мотивации персонала;
- минимизация текущих расходов, формирующих уровень себестоимости;
- соответствие ассортимента услуг требованиям рынка.
- повышение эффективности расходования средств, путем внедрения методов оплаты оказания медицинской помощи по результатам деятельности.

Для улучшения стандартов взаимосвязей стационарных учреждений и подразделений скорой медицинской помощи необходимо развивать, и строить принципы поэтапного оказания медицинской помощи больным.

Постепенно совершенствуются системы диспансеризации населения, и идет развитие амбулаторной службы для посещения больных на дому, развивается и стационар на дому, постепенно идет расширение коечной мощности учреждений, занимающихся реабилитацией.

Не стоит забывать и о сельской местности. Сейчас пытаются развить систему медико-санитарной помощи, для быстрых выездов скорой медицинской помощи.

На муниципальном уровне помощь оказывается по следующим направлениям: хирургия, педиатрия, терапия, акушерство-гинекология, неврология. Практически везде больницы оснащены необходимым оборудованием, что позволяет оказывать населению качественную медицинскую помощь.

На межмуниципальном уровне необходимо оборудовать узкопрофильные отделения: неврология, офтальмология, кардиология.

Все отделения обязаны оказывать специализированную помощь в соответствии с принятыми требованиями.

Российское здравоохранение страдает от хронического недофинансирования, напротив в других странах стремятся снизить увеличивающиеся расходы. С учетом тенденций государству следует выбирать те системы финансирования, которые позволят превращать выделяемые средства в эффективную систему оказания качественной медицинской помощи населению, а не наращивать свои расходы на нее.

Для решения проблем, связанных с финансированием сферы здравоохранения, разработка и реализация «Дорожной карты» в медицинских учреждениях необходима для повышения эффективности здравоохранения и повышения качества предоставляемых услуг.

#### **Список литературы**

1. Финансирование Минздравом средств на здравоохранение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://doctorpiter.ru/articles/8364/>
2. Экономические основы здравоохранения в Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://medbe.ru/materials/obshchestvennoe-zdorove-i-zdravookhranenie/ekonomicheskie-osnovy-zdravookhraneniya-v-rossiyskoy-federatsii-istochniki-finansirovaniya-zdravookh/>
3. Тарифы страховых взносов в ПФР, ФСС и ФОМС, установленные на 2015 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ib.ru/law/2412>

**Сурикова Евгения Сергеевна**

магистрант

Институт Международного менеджмента и образования  
ФГБОУ ВПО «Красноярский государственный  
аграрный университет»

г. Красноярск, Красноярский край

**Стоянов Иван Александрович**

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Красноярский государственный  
аграрный университет»

г. Красноярск, Красноярский край

## **КОНТРОЛЛИНГ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Аннотация:** статья посвящена вопросу эффективного управления предприятием. Авторами рассмотрены основные ошибки, возникающие на стадии внедрения системы контроллинга внешней среды в деятельность производственного предприятия.

**Ключевые слова:** контроллинг внешней среды, конкурентоспособность, факторы внешней среды.

В современных условиях для успешного управления производственным предприятием требуется решать комплекс многочисленных проблем с использованием новейших подходов к управлению. Часто проблемы на предприятии возникают под воздействием внешних факторов, к ним, в первую очередь, относятся стремительно меняющаяся экономическая обстановка, рыночные критерии производительности, клиенты, конкуренция. Следовательно, необходим инструмент, который позволит:

– вовремя обнаружить неблагоприятные ситуации во внутренней среде предприятия, инициированные внешней средой;

- увеличить скорость реакции предприятия на изменения во внешней среде;
- обеспечивать информационную поддержку управления предприятием;
- предсказывать изменение деятельности предприятия под воздействием тех или иных факторов внешней среды.

Именно контроллинг внешней среды, как инструмент, включает в себя информационное снабжение, основу управленческого учета, анализ и координацию всей деятельности производственного предприятия. Часто контроллинг ассоциируют с современным навигационным оснащением корабля, который позволяет предприятию превосходно ориентироваться в стремительно меняющемся мире рыночных отношений [3, с. 336].

Цель работы – изучение теоретических аспектов системы контроллинга внешней среды производственного предприятия.

Задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты контроллинга внешней среды производственного предприятия;
- изучить ошибки, возникающие при внедрении системы контроллинга внешней среды в деятельность производственного предприятия.

Слово «контроллинг» произошло от английского «to control» – управлять, контролировать. Тем не менее, термин «контроллинг» в Российскую Федерацию пришел из Федеративной Республики Германия, поскольку именно там укоренился данный термин, а в Соединенных Штатах Америки и Великобритании употребляют понятие «управленческий учет».

Контроллинг внешней среды – новое понятие в теории и практике современного управления, возникшее на стыке менеджмента и управленческого учета, анализа и планирования. В общем, в экономической сфере, эти предметы переводят управление предприятием на абсолютно новый уровень, осуществляя интеграцию, координацию, контроль деятельности предприятия для достижения оперативных и стратегических целей.

Главная цель контроллинга внешней среды – ориентация управленческого процесса наклонение от рисков, связанных с внешней средой в долгосрочных и краткосрочных перспективах.

Важнейшими задачами контроллинга являются оценка риска и подготовка решений по управлению рисками предприятия. Поскольку лишь проанализировав совокупность коммерческих, экологических, рыночных, социальных и других рисков, предприятие выбирает стратегию деятельности.

Следовательно, благодаря внедрению контроллинга внешней среды в производственное предприятие произойдет:

1. Повышение конкурентоспособности, за счет эффективного выполнения всех функций управления.
2. Формализация деятельности предприятия, в частности изменится организационная структура предприятия за счет совершенствования вертикальных и горизонтальных связей его отделов.
3. Повышение качества и результативности управления с помощью правильной расстановки приоритетов [1, с. 132]. Прогрессивному менеджеру приходится брать на себя решения, опираясь на множество источников информации, которую нереально в полной мере и в сжатые сроки верно оценить. Данную проблему помогает решить служба контроллинга, так как она снабдит менеджера уже проанализированной, обобщенной информацией, относящейся конкретно к проблеме, которую руководителю предстоит решить.

4. Высвобождение административно-хозяйственного персонала [2, с. 280], что собственно позволит служащим предприятия сконцентрировать внимание на решении стратегических задач и анализе бизнес – информации, не отвлекаясь на повседневные проблемы.

Основания, являющиеся сигналом для внедрения контроллинга внешней среды на производственное предприятие:

- снижение в сравнении с конкурентами экономических показателей;
- появление новых или изменение основных целей предприятия;
- отсутствие согласований в организационной структуре;
- дублирование функций управления, присутствие конфликтов при их осуществлении и др.

Исследование опыта менеджеров, внедривших контроллинг внешней среды в работу предприятия, конечно же, не застраховывает от возникновения новых неверных решений. Всё же, было бы глупо повторять негативный опыт. Уделим внимание самым распространенным ошибкам, возникающим на стадии внедрения и становления системы контроллинга внешней среды предприятия, итак:

1. Неверное понимание цели и функций системы контроллинга внешней среды [3, с. 336]. В числе чрезвычайно грубых ошибок, полностью дискредитирующих идею, а также концепцию системы контроллинга, следует отнести переименование должности бухгалтера в контроллера. Менеджер предприятия должен изначально понимать суть системы контроллинга, затем осознать его важность для производственной деятельности и лишь, потом шаг за шагом начать внедрять в деятельность предприятия систему контроллинга. Самые высокопрофессиональные специалисты по контроллингу не смогут ничего сделать, если штатный персонал не осознает собственный выгоды от внедрения системы контроллинга.

2. Выбор цели [1, с. 132]. Большая часть менеджеров видят главной целью деятельности производственного предприятия – прибыль. В практической деятельности предприятия пытаются достигнуть соподчиненных целей, например: повышение уровня ликвидности, увеличение доли на рынке, рост объемов продаж, сохранение персонала, снижение риска.

При условии, что прибыль выбрана в качестве главенствующей цели, важно уточнить временный аспект, о каком периоде идет речь: краткосрочном или долгосрочном. Например: предприятие может заметно улучшить экономическую эффективность деятельности, в случае отказа от денежных вложений в новейшее спецоборудование, амортизационных отчислений на ремонт производственных фондов, снизит расходы на маркетинг. Из этого можно сделать вывод, что благополучие предприятия на сегодняшний день достигнуто за счет перекладывания проблем и трудностей на будущие периоды.

3. Сверхувлечение значения какой-либо функции контроллинга [3, с. 336]. Если одна из функций контроллинга гиперболизирована, то вся система контроллинга становится ограниченной, не является эффективной, какой могла бы быть. Целесообразно, после принятия решения о внедрении системы контроллинга на производственное предприятие, использовать комплексный, подход к реализации управленческой инновации.

4. Избыток или недостаток информации [4]. В деятельности большинства производственных предприятий существует практика ежемесячной отчетности службы контроллинга менеджеру. Представленные отчеты имеют либо поверхностный описание (например, за прошедший период снизился объем продаж, поэтому экономическая эффективность предприятия снижена), или наоборот являются подробным отчетом, как отчет



аудитора или ревизора. Это неэффективная организация работы службы контроллинга. Поскольку отчет должен дать ответ на следующие вопросы:

- достигнуты ли поставленные цели? Если нет, то, какие причины помешали этому? Если да, то, каким образом?

- какие существуют возможности для устранения отклонений от плановых показателей или повышения вероятности достижения цели?

5. Избыточность контролируемых показателей [3, с. 336]. Часто с целью оперативной и адекватной оценки хозяйственной ситуации на предприятии, менеджер требует от службы контроллинга создать систему контроля, охватывающую огромное количество показателей с представлением отчета об их состоянии еженедельно. Иногда персонал службы контроллинга, желая показать и доказать важность работы подразделения контроллинга на предприятии, перегружает руководителя избыточной ежедневно меняющейся информацией. Вследствие этого, высокопрофессиональные специалисты и контроллеры, а также руководители – вынуждены тратить большую часть своего рабочего времени на сбор и анализ статистики, а также подготовку или изучение «пустых» отчетов. При таком режиме деятельности стратегическое мышление специалистов отсутствует, поскольку на него просто нет времени.

Таким образом, можно прийти к следующим выводам:

- контроллинг внешней среды производственного предприятия – система, объединяющая управленческий учет, планирование, а также анализ и контроль отклонений фактических результатов деятельности от плановых.

- контроллинг внешней среды – система рационализации целедостижения производственного предприятия.

- прогнозирование состояния внешней среды – главенствующая задача контроллинга внешней среды [2, с. 280].

- контроллинг внешней среды представляет собой целостную концепцию экономического управления предприятием в долгосрочных и краткосрочных перспективах, которая ориентирована на выявление всех рисков, связанных с получением прибыли в условиях рынка.

- при внедрении системы контроллинга в деятельность предприятия важно анализировать новинки и достижения лучших предприятий-конкурентов. Успешный опыт конкурентов должен стать стимулом для дальнейшего инновационного развития, как предприятия, так и его системы контроллинга внешней среды.

#### *Список литературы*

1. Бикмаева А.В. Технология контроллинга оценки влияния внешних факторов на развитие предприятия / А.В. Бикмаева, М.Н. Павленков // Актуальные вопросы экономических наук: Материалы международной научной конференции. – Уфа: Лето. – 2011. – 132 с.
2. Данилочкина Н.Г. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Н.Г. Данилочкина. – М.: Аудит – 2010. – 280 с.
3. Карминский А.М. Контроллинг / А.М. Карминский, С.Г. Фалько, А.А. Жевага, Н.Ю. Иванова. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 336 с.
4. Лаптев П.В. Моделирование системы контроллинга на промышленном предприятии / П.В. Лаптев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/modelirovanie-sistemy-kontrollinga-na-promyshlennom-predpriyatii>

**Шматок Елена Витальевна**  
студентка

**Шилкина Ольга Анатольевна**  
старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Московский государственный  
университет им. М.В. Ломоносова»  
г. Москва

## **ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОГО КРЕДИТА И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ**

**Аннотация:** становление рыночной экономики, повышение эффективности ее функционирования, создание необходимой инфраструктуры невозможно обеспечить без использования и дальнейшего развития кредитных отношений. Кредит как экономическая категория представляет собой определенный вид общественных отношений, связанных с движением стоимости на условиях возвратности.

**Ключевые слова:** кредит, коммерческий кредит, банковский кредит, финансы, инфляция, коммерческий вексель.

Появление коммерческого кредита связано с тем обстоятельством, что различие во времени производства у различных хозяйствующих субъектов обуславливает необходимость появления разновременного обмена и товарного обращения, на основе которых возникают особые экономические отношения – кредитные отношения.

Коммерческий кредит – это совокупность однородных экономических отношений, призванных обслуживать воспроизводственную сферу, и выходящих за рамки только коммерческих взаимоотношений продавцов и покупателей. Коммерческий кредит напрямую связан с производством, торговлей, потреблением и продвижением на рынок товаров, работ и услуг [1, с. 173].

Использование коммерческого кредита приводит к тому, что он способствует перераспределению капиталов между предприятиями и отраслями, поскольку, выполняя перераспределительную функцию, он может в известной мере заменять банковский кредит. В данном случае поставщики-кредиторы имеют более легкий доступ к банковским ресурсам (через операцию учета векселей в банке), чем заемщик, находящийся в затруднительном финансовом положении в связи с необходимостью выплатить заработную плату. То есть, «с помощью коммерческого кредита заемщик может, даже при отсутствии у него требующихся денежных средств, приобрести материальные ресурсы, необходимые для бесперебойности процессов производства и реализации продукции» [3].

Коммерческий кредит служит дополнительным фактором, способствующим восстановлению сбалансированности денежной и товарной массы, поскольку в результате получения коммерческого кредита происходит признание потребительной стоимости и стоимости товара и, соответственно, подтверждение товарной обеспеченности денег.

Также коммерческий кредит содействует улучшению качества кредитно-расчетного обслуживания на основе расширения видов услуг и возможности большего выбора клиентом наиболее удобных форм кредитных отношений» [4].

По мнению А.Ю. Румянцевой «распространение коммерческого кредита имеет ряд эффектов. Во-первых, такой кредит имеет воздействие на

цены, когда товар отгружается без одновременной оплаты, то, с одной стороны, процент за предоставляемый коммерческий кредит может включаться продавцом в цену; с другой – эластичность спроса по контрактной цене может снизиться вследствие неопределенности срока возврата предоставленного кредита» [4, с. 62].

Что касается определения сроков возврата коммерческого кредита, то здесь, на наш взгляд, точка зрения А.Ю. Румянцевой спорна, так как без срока кредита немыслима ни одна его форма, а данная форма имеет определенную фиксацию срока кредитования, которая определена в векселе, а также в договоре о предоставлении коммерческого кредита.

Дальше автор рассуждает о том, что коммерческий кредит способствует распространению неденежных расчетов. «При коммерческом кредите происходит снижение роли денег и цен, что способствует распространению неденежных расчетов. В то же время снижается роль денег как меры стоимости и предприятия могут назначать любые цены на свою продукцию» [4, с. 63].

Подобную ситуацию А.Ю. Румянцева называет вторым эффектом от распространения коммерческого кредита. Следует учесть, что все вышеизложенное возможно при нестабильном состоянии экономики. В эффективно функционирующей экономике мы наблюдаем рост уровня монетизации и снижение скорости обращения денег в кругообороте доходов, цены на продукцию формируются под воздействием спроса и предложения. А главный инструмент коммерческого кредита – коммерческий вексель, представляет собой следствие отсрочки платежа, а не распространения неденежных расчетов и то, что он должен быть погашен именно денежными средствами и в срок, является необходимым атрибутом его обращения.

Коммерческое кредитование имеет определенные недостатки и сопряжено с кредитными и валютными рисками, связывает оборотные средства (хотя и не отвлекает их!) и ухудшает балансовые показатели и платежеспособность кредитора. Оно предполагает существование доверительных отношений между контрагентами (что не столь существенно при вексельном кредитовании).

Существенный недостаток кроется в реальной возможности мошенничества – выписки фальшивых векселей по взаимной договоренности сторон. Они не имеют товарного обеспечения и выписываются только лишь для того, чтобы дисконтировать их в банке или получить под них ссуду. Предъявляя такие векселя различным банкам, партнеры стремятся учесть их. При наступлении срока платежа по векселям операция повторяется, и новыми суммами, полученными в банках, погашаются старые долги.

В кризисных условиях особенно важна позитивная роль коммерческого кредита в смягчение проблемы неплатежей в хозяйственном обороте. В условиях нехватки оборотных средств у хозяйственных субъектов для проведения взаимных расчетов именно коммерческий кредит может эффективно использоваться для финансового обеспечения торговых сделок. Кроме того, коммерческий кредит образует финансовую базу для торговли, способствует ее существенному расширению; в ряде случаев позволяет вести крупную торговлю без денег. Также способствует внедрению финансовых инноваций и выступает основой для появления кредитных платежных средств (чеков) и бумажных денег (банкнот) [3].

Таким образом, на современном этапе экономика нуждается в коммерческом кредите, так как он является мощнейшим инструментом конкурентной борьбы и может решить проблему стимулирования сбыта про-

дукции на внутреннем рынке, обеспечит создание прочных горизонтальных внутрихозяйственных связей, дать благоприятную ценовую составляющую при экспорте товаров.

***Список литературы***

1. Благодатина А.А. Финансовый словарь. – М.: Инфра-М., 2009. – 378 с.
2. Валенцева Н.И. Законы и закономерности развития кредита // Банковские услуги. – 2010. – №11.
3. Лаврушин О.И. Финансы и кредит: Учебник. – М.: КноРус, 2008. – 304 с.
4. Румянцева А.Ю. Управление дебиторской задолженностью на предприятии: Дис. ... канд. экон. наук. – СПб., 2004.

# МЕНЕДЖМЕНТ И ЕГО РАЗНОВИДНОСТИ, ДИВЕРСИФИКАЦИЯ, МАРКЕТИНГ, ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

**Бабакаев Сергей Васильевич**

канд. полит. наук, старший научный сотрудник

**Кулямина Ольга Сергеевна**

канд. экон. наук, старший научный сотрудник

Научно-исследовательский институт перспективных  
направлений и технологий  
ФГБОУ ВПО «Российский государственный  
социальный университет»  
г. Москва

## МОДЕРНИЗАЦИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА: СМЕНА ПАРАДИГМЫ РАЗВИТИЯ

**Аннотация:** в данной статье рассмотрены вопросы модернизации управленческой культуры по пути усиления социально-ориентированной и инновационной составляющей кадрового потенциала. На основе проведенного анализа сложившейся ситуации в сфере существующих подходов к управлению кадровыми ресурсами определяются основные задачи и направления дальнейшего развития. В результате проведенного анализа авторами предлагаются новые контуры модели модернизации кадрового потенциала. По своей социальной сути эта модель базируется на гармоничном и сбалансированном синтезе проверенных временем традиционных и современных механизмов управления кадровыми ресурсами, на аккумуляции человеческого капитала и социального потенциала экономического развития.

**Ключевые слова:** кадровый потенциал, модернизация системы управления, управленческая культура, человеческий капитал, социальный ресурс, экономическое развитие.

В настоящее время ключевыми вопросами модернизации кадрового потенциала являются проблемы восприятия инноваций со стороны управленческих кадров, их отношения к творческой активности личности, их стиля мышления, отвечающего новым требованиям современной экономики и социальной организации. Наиболее востребованным субъектом управления в современном мире становится творческая, не стандартно мыслящая, одаренная личность, способная принимать неординарные решения.

Кризис управленческой деятельности в постиндустриальном обществе определяется в первую очередь подавлением или невостребованностью творческих способностей личности, ориентаций на стандартные решения, господством устаревших стереотипов в подходах к разрешению возникающих проблем. Постепенно в условиях рыночной экономики главным субъектом управленческой деятельности становится личность, стремящаяся к инновационным решениям нестандартных ситуаций, к поиску адекватных ответов на возникающие вызовы современности. В условиях роста неопределенности современного развития, кардинальной смены парадигм

социальной деятельности, от управленческих кадров требуются способности быстро ориентироваться в непростых социальных реалиях, искать новые подходы к решению поставленных целей, принимать оперативные и адекватные действия, способные решить возникающие задачи [1]. В данном контексте, основной задачей развития и укрепления кадрового потенциала организации является формирование и поддержка творческой личности, способной по-новому подойти к проблеме поиска и эффективного использования социальных ресурсов, необходимых для решения стоящих задач.

Под *модернизацией кадрового потенциала* нами подразумевается поиск, разработка, внедрение и использование инновационных методов, средств, приемов, инструментов, технологий, позволяющих полнее раскрыть и реализованные, скрытые возможности, способности и таланты как специалистов, занятых управленческой деятельностью, так и работников организации. Известно, что при определенных сопутствующих факторах, например, в случае совершенствования ряда организационных, социальных, нормативно-правовых, технических, информационных и иных условий могут появиться новые возможности повышения результативности управленческой деятельности. Модернизация кадрового потенциала проявляется в процессе интеграции разных ресурсов управленческой деятельности. В конечном итоге, благодаря использованию новых, более совершенных и эффективных средств, методов, инструментов управления, удастся добиться более высоких результатов и вывести систему управления на новый качественный уровень [6]. Нередко, факторы активизации роста и качественного развития кадрового потенциала определяются не столько каким-либо одним элементом ресурсов управленческой деятельности, сколько их оптимальной консолидацией и сбалансированностью воздействия и проявления.

Нынешний кризис обусловлен в значительной степени отсутствием адекватных времени механизмов управления и методов решения задач, стоящих перед обществом. В современном мире существуют разные типы управленческих культур, которые отображают национальные особенности развития, специфику менталитета общества, конкретные условия жизнедеятельности и характер внутриаполитических и геополитических вызовов, стоящих перед государством. В этой связи встает один из коренных вопросов современности: как объединить и синтезировать все полезное и нужное, что содержится в разных культурах управления, найти «золотое сечение», способное обеспечить формирование новой культуры, отвечающей современным вызовам.

Формирование инновационной культуры управления, как отмечают авторы научных трудов по вопросам социальной инноватики и социальным технологиям управления В. Иванов и В. Патрушев, «должно быть направлено на синтез уже существующих управленческих парадигм» [3, с. 220–221]. По их мнению, она должна объединить и привести в соответствие с современными требованиями развития три типа управленческих культур: административно-директивную; информационно-аналитическую; социально-ориентированную.

*Административно-директивная культура* управления основывается на четкой регламентации управленческой деятельности, наличии кадрового аппарата, жесткой субординации и иерархической структуре организации, примате административных норм управления, на доминировании директивных методов, подавляющих самоорганизацию и самоуправление, исключающих альтернативность и вариативность принимаемых решений.

*Информационно-аналитической культуре* управления свойственно присутствие современных информационных технологий при разработке и реализации управленческих действий, она основана на принципе приоритета технологических и технократических элементов управления над социальными, гуманитарными, гуманистическими аспектами социальной организации.

*Социально-ориентированная культура* управленческой деятельности, по своей сути направлена на смягчение действия рыночных механизмов путем учета «социального фактора» и принципа «человеческих отношений» в организации основных аспектов общественной жизни, ориентированных на развитие социального и инновационного потенциала организации. Она включает в себя не только правовые, административно-директивные, информационно-аналитические модели регулирования, но и характеризуются развитыми механизмами социальной мотивации, социальной адаптации и социальной интеграции, основанных на высокой степени гражданского участия.

Принято считать, что последний тип культуры наиболее близко подходит по своему содержанию к интегральной управленческой культуре, которая будет доминировать в XXI века, фундамент которой будут составлять принципы опоры на социальный и человеческий капитал, инновационного мышления и инновационного поведения как основы социального прогресса, принципы гуманизма, социального альтруизма, саморазвития. На смену «общества потребления» придет новая модель общественного воспроизводства социальных и природных ресурсов, основанная на принципах инновационной экономики и общества знаний, где социальное творчество, полная самореализация личности, общественное благополучие для всех станут основными ценностями и критериями социального развития.

Сегодня уже можно говорить об основных контурах новой культуры управления. Очевидно, что те страны, которые ее скорее освоят и внедрят в практику своей управленческой деятельности, достигнут наибольших успехов в своем развитии. Становится очевидным, что такую культуру нельзя искусственно имплантировать в ткань общественных отношений путем «экспорта» уже готовых и действующих в других странах институтов и механизмов управления. Подобная культура может возникнуть только на основе сохранения и развития лучших национальных традиций и современных инноваций, воспринятых обществом. Совокупный опыт развития многих современных культур управления позволяет утверждать, что в ней будут присутствовать следующие характеристики и элементы общей стратегии управленческой деятельности:

- научно обоснованная и технологически продуманная стратегия развития, учет и использование всех условий и возможностей для развития в длительной перспективе;
- быстрое освоение новых знаний, современных информационных и социальных технологий, передовых технических средств, их массовое внедрение и всемерное использование;
- ориентация на перемены, готовность к изменениям, преодоление модели детерминированного поведения, хорошая к изменяющейся среде деятельности и своевременное определение и корректировка своих решений;
- признание приоритетными целями модернизации управления кадровым потенциалом развитие человеческого капитала и социального ресурса, формирование новых типов управленцев, способных активизировать эти ресурсы;

- постепенность в формировании новых управленческих социально-культурных норм и институтов путем поэтапного «встраивание» инновационно-управленческих элементов в классические виды управления кадрами;

- сохранение и развитие морально-нравственных норм жизни, ориентация на принципы социального участия, корпоративной сплоченности, свободного саморазвития, равноправия и достойных условий жизни и деятельности для всех;

- развитие гражданской активности, солидарных основ жизнедеятельности, социального партнерства, взаимной ответственности, высокого уровня доверия между людьми и социальными организациями.

Инновационное поведение, мышление, культура становятся ключевым «стратегическим ресурсом» управленческой деятельности, которое призвано развивать и совершенствовать собственные организации, способные успешно конкурировать в современном мире, ставить продуктивные цели, принимать грамотные управленческие решения. В современной экономике знаний основой для успешной и результативной деятельности становятся не столько производственные активы и финансовые ресурсы, сколько человеческий и социальный капитал, интеллектуальные возможности управленческой деятельности, способные при инновационном стратегическом и тактическом поиске найти нетрадиционные, оригинальные решения существующих проблем и привлечь новые инвестиции в свою деятельность. Именно активизация человеческого и социального капитала являются в последнее время ключевыми факторами успешной управленческой деятельности, важнейшими условиями социального и экономического развития общества целом.

В современных условиях новый тип управленца должен отвечать целому ряду социально-культурных требований, которые позволяют отобрать и сформировать социальные черты и качества, наиболее полно отвечающие инновационному сознанию и поведению, позволяющие полнее использовать открывающиеся возможности, реагировать на нарастающие социальные вызовы, определять и локализовать негативные последствия современного развития [4].

Управленцу современного типа важно обладать инновационным мышлением, поведением и культурой, иметь всесторонние управленческие, технические, гуманитарные научные представления, отличаться высоким уровнем гражданского участия, социальной активности и нравственности.

Существенным принципом активизации социальных ресурсов и укрепления кадрового потенциала является соблюдения правила комплексного, избирательного их применения, с учетом конкретной управленческой ситуации, характера поведения людей и других обстоятельств. В этом плане не целесообразно противопоставлять разные методы управленческой деятельности, которые должны обеспечить достижение определенного результата, а максимально использовать их синергетический, комплексный эффект.

Технология овладения современной культурой управления, которая будет соответствовать новому типу социальной организации, отвечающей вызовам современности, все больше соответствует самой внутренней логике и механизму ее развития и включает в себя целый комплекс действий и операций. К ним относятся: концептуальная разработка новых программ и инновационных проектов; внедрение современных моделей управленческой деятельности; формирование социально-ориентирован-



ной мотивационной основы кадровых решений, стимулирующих творческий подход к управленческой деятельности; формирование доверия и уважения к общественным институтам, государству, гражданам, безоговорочное руководство правом, утверждение морального кодекса поведения [5]. На этой основе осуществляется оптимизация управленческого процесса, направленная на консолидацию кадрового потенциала и модернизации управленческой культуры.

Главный смысл модернизации кадрового потенциала состоит в создании необходимых и достаточных условий для постепенного реформирования старой авторитарной, административно-директивной модели управления в новую творческую, информационно-аналитическую, социально и гуманистически ориентированную управленческую культуру. Следует признать, что работа в этом направлении постоянно наталкивается на препятствия, так как в существующей в настоящее время культуре управления еще не преодолено много рутинных организационных элементов, которые мешают быстро реформировать традиционную систему управления кадрами. Несмотря на это, сегодня становится очевидным, что процесс модернизации управленческой деятельности набирает свои обороты, идет постепенный процесс обновления управленческой культуры. Постепенно реформируя традиционные «параметры» управленческой деятельности в государстве, обществе, в коллективах и ассоциациях, можно выйти на новый качественно более высокий уровень эффективности кадрового потенциала [2].

Для того, чтобы отвечать особенностям современного развития и специфике российского менталитета, управленческой культуре российского общества требуется переработать и собрать воедино техническую и гуманитарную культурные традиции, экономическую целесообразность и социальную эффективность, укрепление государственности и свободное демократическое развитие общественной самоорганизации, развитие институтов стабильности и безопасности и институтов инновационного развития.

Одной из ключевых особенностей формирования современной управленческой культуры становится ориентация всей системы государственного, общественного управления на четкое представление о социально-экономической направленности развития, на достижение отдаленных стратегических целей.

Обобщая разные стороны формирования нового подхода к укреплению кадрового потенциала и формирования нового типа управленца, можно сделать вывод, что ориентация на социально-ориентированную модель управления становятся ключевым условием развития всей инновационной экономической деятельности. В настоящее время при всем разнообразии имеющихся научных подходов к притоку кадровых ресурсов общим для всех является принцип признания социального, человеческого капитала экономической организации определяющим фактором ее конкурентоспособности на рынке и гарантом эффективной деятельности.

#### *Список литературы*

1. Виноградова М.В. Проблемы формирования траектории профессионально-ориентированного обучения менеджера / М.В. Виноградова, И.А. Суслова. – М.: Маркетинг, 2010.
2. Dmitrieva N.V., Zaitseva N.A., Kulyamina O.S., Larionova A.A., Surova S.A. Scientific and Theoretical Aspects of the Staff Recruitment Organization within the Concept of «Talent Management». Asian Social Science. – 2015. – Т. 11. – №3. – С. 358–365.
3. Иванов В.Н. Социальные технологии: Уч. пособие / В.Н. Иванов, В.И. Патрушев. – М.: Муниципальный мир, 2004. – С. 220–221.

4. Кулямина О.С. Подбор персонала: формирование требований к кандидату // Реформирование системы управления на современном предприятии: Сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции / Под редакцией Ф.Е. Удалова, В.В. Бондаренко. – Пенза, 2014. – С. 81–85.

5. Ларионова А.А. Научно-теоретические аспекты совершенствования кадрового менеджмента на предприятиях сферы услуг / А.А. Ларионова, Н.А. Зайцева, И.А. Суслова, З.И. Панина, М.В. Виноградова [и др.]. – М., 2013.

6. Потехин В.А. Модернизация государственного управления: основные подходы и модели // Наука. Культура. Общество. – №2 – М.: ИСПИ РАН, 2011.

*Беляева Дарья Сергеевна*  
студентка

*Ронова Галина Николаевна*  
канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет им. Г.В. Плеханова»  
г. Москва

## **ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ: ПОНЯТИЕ И РОЛЬ В РАЗВИТИИ КОМПАНИИ**

***Аннотация:** авторы данной статьи отмечают, что цели и роль финансовой стратегии невозможно переоценить, поэтому компании тратят большое количество финансовых и трудовых ресурсов для создания и реализации своих стратегий.*

***Ключевые слова:** финансовая стратегия, финансовая политика, стратегия, компания, финансовая деятельность.*

Предприниматели должны обращать большое количество внимания на управление финансовой деятельностью. Стратегическое управление позволяет эффективно функционировать компании, обеспечить быстрыми темпами развития и повысить конкурентоспособность на рынке.

Финансовую деятельность можно рассматривать как процесс, который реализует функции организации, связанные с формированием, использованием её финансовых ресурсов, обеспечивающие её развития в экономической и социальной сфере.

Грамотное и актуальное управление финансовой деятельностью предприятия заключается в эффективном инструменте, с помощью которого будут достигнуты цели развития в условиях изменчивости рынка. Таким инструментом выступает финансовая стратегия.

Финансовая стратегия – ведущий план по осуществлению действий, направленных на обеспечение организации финансовыми ресурсами и их дальнейшее эффективное использование. Финансовая стратегия всеохватнее охватывает жизнедеятельность компании.

Финансовая стратегия занимает значительное место в жизни и эффективном развитии компании. Эта роль проявляется в следующем:

1. Реализует финансовые цели экономического развития организации.
2. Оценивает финансовые возможности компании, максимально использует ее финансовый потенциал и активно маневрирует финансовыми ресурсами.

3. Обеспечивает быструю реализацию перспективных инвестиционных возможностей, которые возникают в процессе изменений внешней среды.

4. Учитывает всевозможные альтернативы развития бесконтрольных факторов внешней среды и минимизирует их отрицательные последствия для компании и риски.

5. Показывает преимущества компании в финансовой деятельности в сравнении с ее конкурентами.

6. Обеспечивает взаимосвязь стратегического и оперативного управления финансовой деятельностью компании.

7. Обеспечивает соответствующее финансовое поведение в важнейших стратегических финансовых решениях компании.

8. Формирует основные критерии оценки выбора важнейших финансовых управленческих решений.

9. Является одним из основополагающих условий изменений организационной структуры управления и организационной культуры компании.

Отдельно взятая компания является единственной в своем роде, и поэтому стратегия каждой организации так же уникальна. Поэтому можно утверждать, что единой стратегии для всех предприятий не существует. Финансовая стратегия зависит от многих условий: положения организации на рынке, её потенциала, скорость развития, конкурентов, продукции или услуг, макро и микро экономической ситуации, социальной обстановки и много другое.

Финансовая стратегия признается эффективной, если обеспечивается выдержанной теорией и практикой ранее разработанных стратегий. При этом необходимо учитывать соответствие экономических возможностей и финансовых целей.

Все успешные компании ставят перед собой крупные цели, и, соответственно, строят свою финансовую стратегию. Например:

*Alcan Aluminum (стратегические и финансовые цели)*

«Производить алюминий с минимальными издержками, удерживать индекс Standard and Poor выше среднего показателя». (Standard and Poor – фондовый индекс 500 наиболее активно покупаемых акций на Нью-Йоркской фондовой бирже, публикуемый агентством Standard and Poor).

*3M Corporation (финансовые и стратегические цели)*

«Достичь среднегодового роста прибыли на акцию минимум на 10%, прибыльности акционерного капитала – на 20–25%, рентабельности привлеченного капитала – не ниже 27%; не меньше 30% продаваемой продукции должно быть выпущено за последние 4 года».

### **Список литературы**

1. Стрикленд А. Дж. Бизнес-стратегии ведущих компаний мира / А. Дж. Стрикленд [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://iteam.ru/publications/strategy/section\\_15/article\\_3103](http://iteam.ru/publications/strategy/section_15/article_3103)

2. Ронова Г.Н., Дедукина В.В. Роль финансовой стратегии в управлении предприятием // Актуальные проблемы финансово-кредитных сферы и финансового менеджмента: Сборник научных трудов профессорско-преподавательского состава, аспирантов и магистров кафедры Банковского дела и финансового менеджмента. – 2015. – С. 175–181.

3. Ронова Г.Н., Богачева Е.Л. Роль и задачи планирования в управлении предприятием // Актуальные проблемы финансово-кредитных сферы и финансового менеджмента: Сборник научных трудов профессорско-преподавательского состава, аспирантов и магистров кафедры Банковского дела и финансового менеджмента. – 2015. – С. 188–193.

**Захаров Сергей Олегович**  
канд. экон. наук, доцент  
**Юсупова Динара Наильевна**  
магистрант

ФГБОУ ВПО «Тольяттинский государственный университет»  
г. Тольятти, Самарская область

## **ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОАО «РОСТЕЛЕКОМ»**

***Аннотация:** в статье рассматриваются факторы внутренней и внешней среды, определяющие результативность и эффективность корпоративных структур.*

***Ключевые слова:** внешние факторы, внутренние факторы, факторы результативности, факторы эффективности.*

Эффективность деятельности отдельных экономических субъектов, в том числе и ОАО «Ростелеком» определяется различными факторами.

В своем исследовании Алиева Наталья Феизовна выделяет три группы взаимообусловленных факторов эффективности [1]:

- общесистемные факторы, определяющие предпосылки эффективного функционирования организации (степень реализации принципов деятельности организации, организационная культура, обоснованность системы отбора и оценки организационных решений, наличие организационного механизма);

- внешние факторы – ограничения деятельности организации производством, обусловленные закономерностью коммуникативности систем (требования внешней среды, ограничения инвестиционных ресурсов);

- факторы управления развитием организации (наличие программы развития организации производства, обеспеченность организационными ресурсами).

А.А. Попов [3] считает, что существенное влияние на эффективность интеграции хозяйствующих субъектов оказывают следующие факторы внешней экономической среды: институциональные; рыночной конъюнктуры; научно-технического прогресса; экономической политики.

Для определения влияния различных факторов целесообразно использовать экспертные методы, а также метод квалиметрии – перевода качественных оценок в количественные показатели. На основе проведенного исследования с использованием экспертных методов были выявлены основные факторы результативности ОАО «Ростелеком», к числу которых относятся (рисунок 1):

1. Уровень обеспечения ресурсами, в том числе финансовыми, кадровыми, информационными, материальными, интеллектуальными. На эту группу факторов оказывают влияние внешние факторы: макроэкономические, политические, а так же внутренние – инвестиционные, кадровые, финансовые.

2. Согласованность стратегий и политик взаимодействия подвержена влиянию со стороны социально-демографических, финансовых, инвестиционных и кадровых факторов.

3. Тип организационной структуры обуславливается институциональными, управленческими и маркетинговыми факторами.

4. Отраслевая принадлежность подвергается влиянию со стороны технологических и институциональных факторов внешней среды и производственных, инвестиционных, кадровых – внутренних факторов.

5. Состояние основных фондов во многом обусловлено макроэкономическими, технологическими, рыночными, экологическими, инвестиционными и финансовыми факторами.

6. Соответствие форм и типов взаимодействия задачам зависит от внешних факторов – макроэкономических, политических, социально-демографических, рыночных, институциональных и экологических, а также внутренних маркетинговых, производственных, управленческих и финансовых.

Необходимо согласиться с Ю.В. Якутиным [5] в том, что специфические активы взаимодействующих субъектов хозяйствования, т.е. конкретные характеристики их ресурсного потенциала, выступают в качестве наиболее важного интеграционного фактора, определяющего в конечном итоге эффективности интеграции. К данным активам относятся: узкая специализация оборудования; близость месторасположения смежных производств; наличие взаимодополняющих специализаций рабочей силы и сложившейся кооперации в области НИОКР [5].



Рис. 1. Факторы результативности ОАО «Ростелеком» (авторский вариант)

Эффект роста масштабов представляет экономию, обусловленную ростом масштабов производства и проявляется в снижении долговременных средних издержек производства на единицу продукции. При этом выбор необходимого масштаба, или размера деятельности интегрированной структуры, связан с долгосрочным периодом ее функционирования [4]. Теория предельной полезности доказывает, что приращение одних ресурсов при неизменной величине других приводит к падению эффективности этих приращений вплоть до возникновения ситуации, когда затраты, направленные на рост масштабов производства могут превысить полученный экономический эффект.

Собственные финансовые и инвестиционные ресурсы являются необходимой составляющей единой системы ОАО «Ростелеком». Поэтому,

экономические системы, которые не способны осуществлять расширенное воспроизводство за счет собственных ресурсов, интегрируются с более развитой экономической системой, обладающей такой способностью. Наличие собственных финансовых и инвестиционных ресурсов (в частности, собственных оборотных средств) – важный фактор, определяющий целостность ОАО «Ростелеком». Наличие таких ресурсов у одного субъекта и отсутствие его у другого может привести к заключению соглашения или их объединению (слиянию/поглощению) [2].

Эффективность компании при централизации различных сфер деятельности, в большей степени зависит от воздействия системы факторов внешней и внутренней экономической среды и определяется подготовленностью к восприятию факторов и возможностью создания соответствующих экономических, организационных и правовых условий для их развития особенно в долгосрочной перспективе.

#### *Список литературы*

1. Алиева Н.Ф. Мобильность организационной структуры промышленных предприятий в процессе взаимодействия с изменяющейся внешней средой: Дис. ... канд. экон. наук. – М., 2006. – 205 с.
2. Захаров С.О. Стратегическое управление интеграционным взаимодействием в корпоративных структурах региона: Дис. ... канд. экон. наук / Захаров Сергей Олегович. – Тольятти, 2012. – 195 с.
3. Попов А.А. Интеграция хозяйствующих субъектов в рыночной экономике: Дис. ... канд. экон. наук. – Воронеж, 2005. – 212 с.
4. Семенова Ю.В. Формирование и развитие механизма взаимодействия интегрированных предпринимательских структур: Дис. ... канд. экон. наук / Семенова Юлия Викторовна. – СПб., 2008. – 172 с.
5. Якутин Ю.В. Концептуальные подходы к оценке эффективности корпоративной интеграции // Российский экономический журнал. – 1998. – №5. – С. 71–81.

**Ларина Екатерина Алексеевна**

менеджер

НОО ВПО НП «Тульский институт  
экономики и информатики»

г. Алексин, Тульская область

## **ПОВЫШЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЧНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ТАЙГА»)**

**Аннотация:** в статье рассматривается роль повышения технологичности производственных процессов на предприятии. Автором рассматривается данная проблема на примере ООО «Тайга». Представленные материалы могут быть полезны специалистам в данной области.

**Ключевые слова:** производственные процессы, технологичность производственных процессов, повышение технологичности процессов.

Технологичность производственных процессов – это такое их свойство, которое способствует оптимальному расходу электроэнергии, исходных ресурсов, людской силы, и иных составляющих производственных процессов.

Повышение технологичности производственных процессов – это комплексная задача, от решения которой зависит минимизация производственных издержек предприятия.

Повышение технологичности процесса производства возможно только после того, как исходный спроектированный процесс будет апробирован на производстве. Только в этом случае сотрудникам, ответственным за техпроцесс, будет известно, какие составляющие техпроцесса можно оптимизировать (улучшить).

Компания ООО «Тайга» относится к отрасли Безопасность. Сфера её деятельности – Оружие, средства самозащиты и безопасности.

Организация ведет деятельность в городе Тула с 2000 года.

Производственные площади ООО «Тайга» арендует у предприятия ОАО «Тульский патронный завод» (далее ООО «ТПЗ»). Производство осуществляется по технологиям, разработанным как сотрудниками ООО «Тайга», так и сотрудниками ООО «ТПЗ».

ООО «Тайга» осуществляет:

- производство спортивных патронов различного калибра;
- производство охотничьих патронов различного калибра;
- спортивно-охотничьих патронов различного калибра;
- производство патронов к нарезному оружию;
- производство патронов к гладкоствольному оружию;
- производство дроби.

По организационной структуре ООО «Тайга» представляет собой альтернативную форму управления, так как компания сотрудничает с ОАО «Тульский патронный завод» (рис. 1).

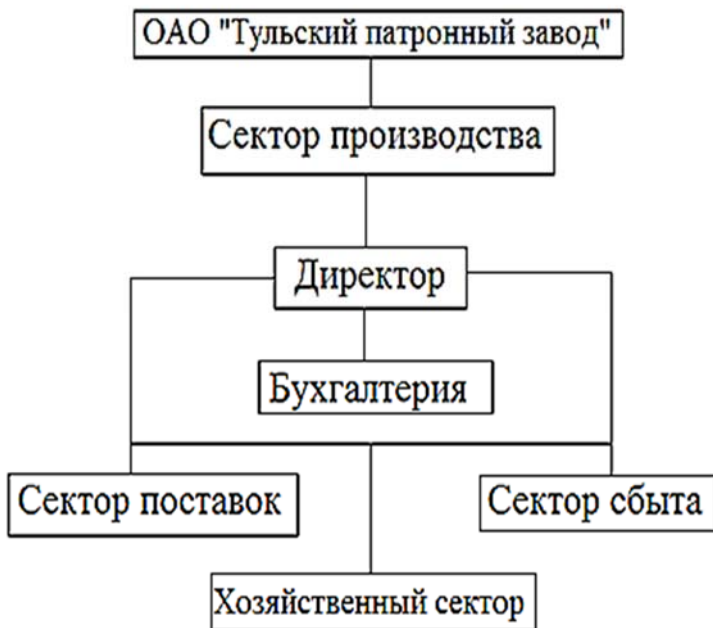


Рис. 1. Структура управления ООО «Тайга»

Альтернативность формы управления ООО «Тайга» проявляется в том, что производственный сектор – это часть производственных площадей (включая оборудование), относящихся к ОАО «ТПЗ».

Сектор производства располагается на территории ОАО «ТПЗ».

На рисунке 2 показана схема, отражающая арендуемые ООО «Тайга» у ОАО «ТПЗ» цеха и площади.

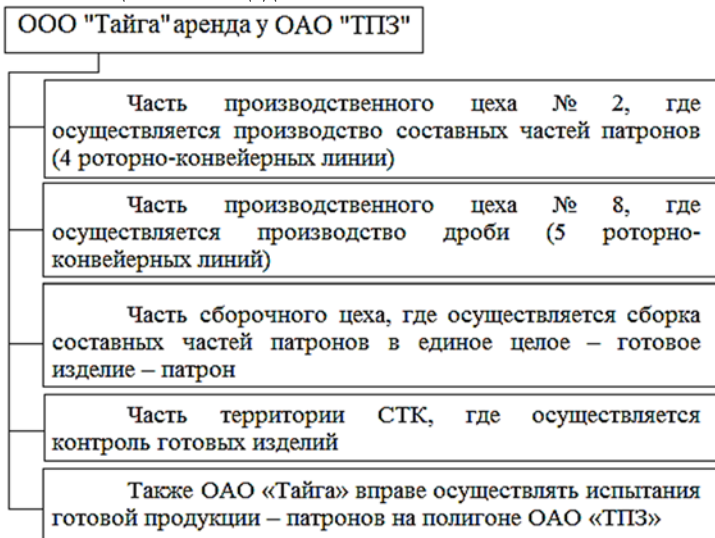


Рис. 2. Схема арендуемых площадей

ОАО «Тайга» арендует у ОАО «ТПЗ» следующие цеха и площади:

- часть производственного цеха №2, где осуществляется производство составных частей патронов (4 роторно-конвейерных линии);
- часть производственного цеха №8, где осуществляется производство дробы (5 роторно-конвейерных линий);
- часть сборочного цеха, где осуществляется сборка составных частей патронов в единое целое – готовое изделие – патрон;
- часть территории СТК, где осуществляется контроль готовых изделий.

Также ОАО «Тайга» вправе осуществлять испытания готовой продукции – патронов на полигоне ОАО «ТПЗ».

На рисунке 3 показана диаграмма, отражающая состав сотрудников ООО «Тайга» в 2014 и в 2015 годах.

На рисунке 4 показана диаграмма, отражающая общее количество сотрудников ООО «Тайга» в 2014 и в 2015 годах.



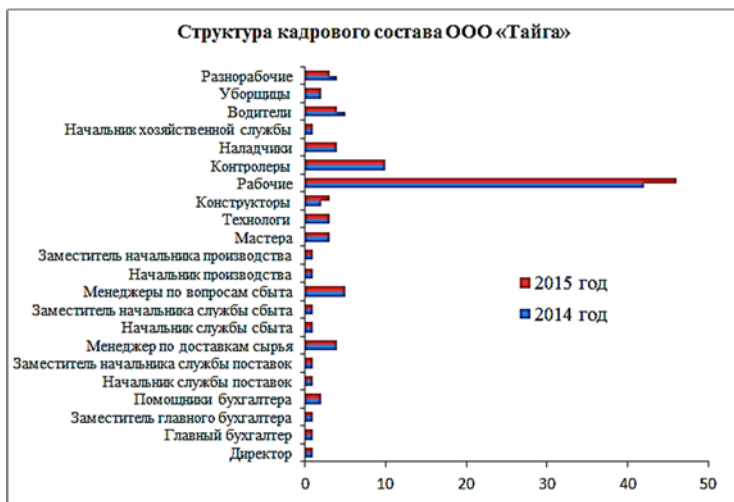


Рис. 3. Состав сотрудников ООО «Тайга» в 2014 и в 2015 годах

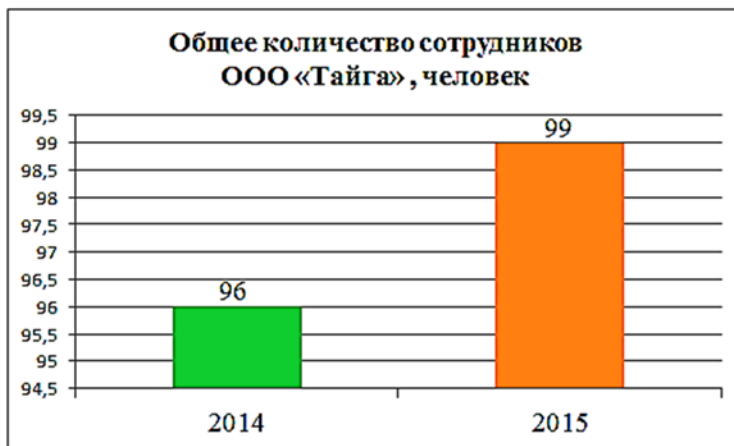


Рис. 4. Общее количество сотрудников ООО «Тайга» в 2014 и в 2015 годах

В 2015 году в ООО «Тайга» поступили на работу 3 человека. В течение 2015 года нарушений трудовой дисциплины и увольнений сотрудников не наблюдалось.

На рисунке 5 показана динамика доходов ООО «Тайга» за пятилетний период.



Рис. 5. Динамика доходов ООО «Тайга» за пятилетний период в млн руб.

В 2011 году ООО «Тайга» имела доход в размере 121,44 млн руб.

В 2012 году ООО «Тайга» имела доход в размере 124,17 млн руб.

В 2013 году ООО «Тайга» имела доход в размере 126,15 млн руб.

В 2014 году ООО «Тайга» имела доход в размере 127,62 млн руб.

В 2015 году ООО «Тайга» имела доход в размере 128,14 млн руб.

В течение пяти лет наблюдается рост доходов ООО «Тайга», что является положительным направлением развития предприятия. Это связано с развитой маркетинговой политикой, которую проводит сектор сбыта ООО «Тайга».

На рисунке 6 показана динамика издержек ООО «Тайга» за пятилетний период.



Рис. 6. Динамика издержек ООО «Тайга» за пятилетний период в млн руб.

В 2011 году ООО «Тайга» имела издержки в размере 91,82 млн руб.

В 2012 году ООО «Тайга» имела издержки в размере 92,14 млн руб.

В 2013 году ООО «Тайга» имела издержки в размере 92,97 млн руб.  
 В 2014 году ООО «Тайга» имела издержки в размере 95,25 млн руб.  
 В 2015 году ООО «Тайга» имела издержки в размере 96,18 млн руб.  
 В течение пяти лет наблюдается рост издержек ООО «Тайга», что является негативным направлением развития предприятия.

На рисунке 7 показана динамика прибыли ООО «Тайга» за пятилетний период.



Рис. 7. Динамика прибыли  
ООО «Тайга» за пятилетний период в млн руб.

В 2011 году ООО «Тайга» имела прибыль в размере 29,62 млн руб.

В 2012 году ООО «Тайга» имела прибыль в размере 32,03 млн руб.

В 2013 году ООО «Тайга» имела прибыль в размере 33,18 млн руб.

В 2014 году ООО «Тайга» имела прибыль в размере 32,37 млн руб.

В 2015 году ООО «Тайга» имела прибыль в размере 31,96 млн руб.

В течение пяти лет наблюдается: вначале интенсивный рост прибыли ООО «Тайга», а затем спад прибыли, что также является негативной тенденцией развития предприятия.

На рисунке 8 показана динамика соотношения издержки/доход ООО «Тайга» за пятилетний период, выраженное в процентах.



Рис. 8. Динамика соотношения издержки/доход  
ООО «Тайга» за пятилетний период, в процентах

В 2011 году ООО «Тайга» имела соотношение издержки/доход в объеме 75,6%.

В 2012 году ООО «Тайга» имела соотношение издержки/доход в объеме 74,2%.

В 2013 году ООО «Тайга» имела соотношение издержки/доход в объеме 73,7%.

В 2014 году ООО «Тайга» имела соотношение издержки/доход в объеме 74,6%.

В 2015 году ООО «Тайга» имела соотношение издержки/доход в объеме 75,05%.

Следует отметить большой объем издержек ООО «Тайга», которые составляют более 50% от величины дохода. Большие издержки характерны для производственных предприятий, однако, рост соотношения издержки/доход не следует игнорировать. В противном случае, издержки могут достигнуть очень больших объемов, перекрывающих возможные минимальные значения прибыли, устанавливаемой учредителями ООО «Тайга».

На рисунке 9 показана динамика соотношения прибыль/доход ООО «Тайга» за пятилетний период, выраженное в процентах.



Рис. 9. Динамика соотношения прибыль/доход  
ООО «Тайга» за пятилетний период, в процентах

В 2011 году ООО «Тайга» имела соотношение прибыль/доход в объеме 24,4%.

В 2012 году – в объеме 25,8%.

В 2013 году – в объеме 26,3%.

В 2014 году – 25,4%.

В 2015 году – в объеме 24,95%.

Рост издержек ООО «Тайга» снижает значение прибыли, поэтому предприятию необходимо обратить внимание на объемы издержек и разработать пути их сокращения в рамках программы повышения технологичности производственных процессов.

В 2015 году для ООО «Тайга» характерны следующие величины издержек, выраженные в процентах от общего объема издержек:

- на сырье – 24,3%;
- на комплектующие – 6,1;
- на оплату потребленных ресурсов – 10,8;
- на контроль качества – 6,2;
- на зарплату сотрудников – 33,7;
- на налоги – 16,2;
- на представительские расходы – 1,1;
- на расширение производств – 0,9;
- на обновление основных фондов – 0,6;
- на укрепление материальной базы – 0,05;
- иные виды – 0,05.

На рисунке 10 показана структура издержек ООО «Тайга» в 2015 году. Издержки выражены в процентном соотношении относительно общей величины издержек по данным 2015 года.

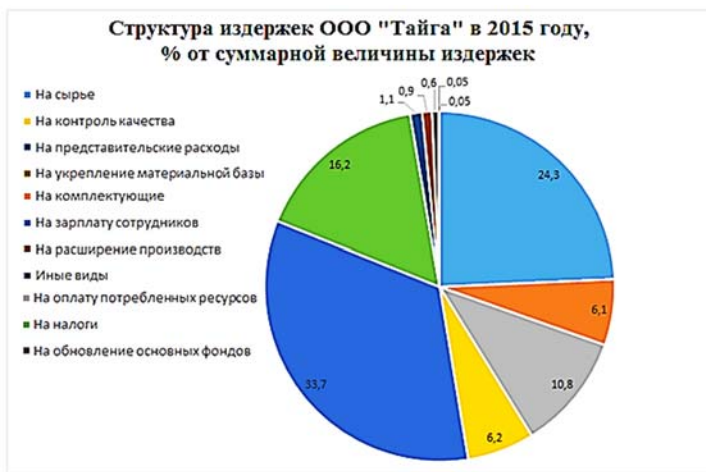


Рис. 10. Структура издержек ООО «Тайга» в 2015 году

Регулировать (стараться уменьшить) можно такие виды издержек, как, например, расходы на контроль качества.

На рисунке 11 представлена диаграмма, отражающая уровень показателей технологичности производств ООО «Тайга», оцененный экспертным путем.



Рис. 11. Уровень показателей технологичности производств ООО «Тайга», оцененный экспертным путем

Уровень технологичности ООО «Тайга» признан удовлетворительным (коэффициент технологичности – 0,6), но оставляющим желать лучшего. Предприятию есть куда расти и в плане снижения издержек, и в плане увеличения уровня технологичности собственных производств.

Следует отметить, что при оценке уровня технологичности ООО «Тайга» были рассмотрены комплексные показатели, оценивающие все технологии и технологические процессы в комплексе.

Несомненно, что среди технологических процессов ООО «Тайга» имеются и более технологичные и менее технологичные процессы, которые зависят от следующих факторов:

- проводимых исследований;
- используемого оборудования;
- математической составляющей проектирования технологической операции;
- сложности (много переходности) технологического процесса;
- сложности конфигурации изделия (составной части патрона);
- применяемых в производстве составных частей патронов материалов и прочее.

Установлено, что применяемые в настоящее время методики расчета операции обжима обладают рядом недостатков, поэтому с целью увеличения роста технологичности, сегодня на предприятии ООО «Тайга» внедряется новая методика проектирования операции обжима оболочек к патрону калибра 7,62 мм, что повлечет необходимость внедрения новой методики контроля качества оболочек в процессе их производства.

Следовательно, внедрение новой методики расчета операции обжима оболочек должно повлечь новую металллку контроля полуфабрикатов оболочек в процессе их обжима.

Новая методика расчета операции обжима предназначена определить такие производственные параметры как:

- сила, с которой инструмент должен надавить на металл, чтобы получить изделие заданной формы;
- размеры, которые должны быть получены после каждого перехода технологической операции обжима;
- допустимая производительность.

Новая методика проектирования операции обжима и прогрессивная методика оценки качества полуфабрикатов оболочек в ходе операции обжима позволит повысить технологичность одного технологического процесса – техпроцесса производства пульной оболочки к патрону спортивной нарезной винтовки калибра 7,62 мм.

В дальнейшем, апробированные методики могут быть распространены и на другие производственные процессы, что приведет к установлению на ООО «Тайга» высокого уровня технологичности. Это, в свою очередь, приведет к сокращению издержек (например, на контроль качества) и укреплению финансовой устойчивости производственного предприятия ООО «Тайга».

#### *Список литературы*

1. Устав ООО «Тайга».
2. Годовой бухгалтерский баланс ООО «Тайга» за 2014 и 3 квартала 2015 года.
3. Отчет о прибылях и убытках ООО «Тайга» за 2014.
4. Технические условия ООО «Тайга» на производство спортивно-охотничьего патрона калибра 7,62 мм ТУ №88523124–2005.
5. Артеменко В.Г. Финансовый анализ / В.Г. Артеменко, М.В. Беллендир. – М.: ДИС, НГАЭиУ, 2007. – 228 с.
6. Баканов М.И. Теория экономического анализа / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 288 с.
7. Балабанов И.Т. Анализ и планирование финансов хозяйствующего субъекта / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 80 с.
8. Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта / И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 208 с.
9. Герстнер П. Анализ баланса / П. Герстнер. – М.: Экономика и жизнь, 2014. – 156 с.

10. Глазов М.М. Производство: проблемы и новые решения / М.М. Глазов. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008. – 194 с.

11. Ефимова О.В. Производство и финансовая устойчивость предприятий / О.В. Ефимова, 2009. – 248 с.

**Лисицина Надежда Владимировна**  
преподаватель экономики

ГАПОУ «Обнинский колледж технологий и услуг»  
г. Обнинск, Калужская область

**Орешонков Александр Сергеевич**  
менеджер

Обнинское региональное представительство  
ООО «Хоум Кредит энд Финанс Банк»  
г. Обнинск, Калужская область

## ЗОЛОТЫЕ ПРАВИЛА ВИЗУАЛЬНОГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА

***Аннотация:** в статье рассматриваются правила организации визуального мерчандайзинга, которые являются самостоятельным компонентом маркетинговой системы, которая создана, чтобы организовывать визуальное воздействие на покупателя с целью оказания влияния на принятие решения о покупке и в итоге управление торговым процессом посредством оптимизации планировки торговых залов, размещения товаров и оборудования.*

**Ключевые слова:** визуальный мерчандайзинг, правила, товар.

Исследования маркетологов показали, что в большинстве случаев (66–67%) человек решает покупать тот или иной товар, находясь непосредственно в торговом зале и видя перед собой этот самый товар. При выборе бренда большинство покупателей (более 70%) также принимают решения на месте. Для того, чтобы человек купил ваш товар – необходимо его правильно преподнести, т. е. сделать заметными его достоинства и смягчить, или показать незначительными, его недостатки [3].

Существует направление мерчандайзинга именуемое «Визуальный мерчандайзинг» то есть, искусство грамотной расстановки товара, расположение табличек и вывесок, для того чтобы показать товар с лучшей стороны и максимально быстро его продать. Данное направление мерчандайзинга представляет собой совокупность двух отдельных направлений: искусства торговли и грамотных психологических подходов к визуальной картине товара и окружения, в котором он находится. Визуальный мерчандайзинг является не просто неким направлением, а вполне реальной наукой, помогающей не только грамотно расположить товар на той или иной витрине, но и грамотно оформить весь отдел продаж, в связи с этим его исследование является актуальным [2].

Сферами применения его могут быть любые рекламные составляющие, такие как: плакаты, табло, прилавки, оборудование для продаж, стойки, а также любые выражения рекламы на которую может обратить внимание потребитель. Наиболее острый интерес визуальный мерчандайзинг вызывает у владельцев крупных торговых точек (супермаркетов и гипермаркетов), но при этом он необходим и всем остальным магазинам, в основном связанных с продажей косметических средств, аксессуаров, одежды и обуви. Так как все эти товары располагаются на прилав-



ках в открытом виде и в больших объемах. Данное специфическое направление может быть использовано практически во всех торговых сферах, вне зависимости от их масштабности.

Для чего же необходим визуальный мерчандайзинг. Во-первых для создания благоприятной атмосферы при совершении покупок. Во-вторых для облегчения поиска товаров. В – третьих для эффективного и грамотного расположения продукции на торговых стеллажах.

Основными «золотыми правилами» в области визуального мерчандайзинга являются:

**Правило 1. Выделение товара на фоне его окружения.**

Для выделения товаров на фоне окружения можно использовать множество разных приёмов. Такие как увеличение массы товара, то есть сделать для него более широкие и длинные ряды. Еще можно поместить товар в наиболее привлекательную упаковку или экзотическую коробку – это вызывает человеческое любопытство и создает эффект новизны.

Наиболее распространенным и эффективным приемом является выделение товара цветом – оранжевым, красным или желтым. Но цвета, на котором делается акцент, не должно быть много. Плюс ко всему логика света играет не менее важную роль. Самый яркий примером является продажа ювелирных изделий, где всегда используется оригинальная подсветка и зеркала.

Не стоит забывать о таком важном элементе, как торговые аксессуары, которые всегда привлекают внимание, помогают представить товар наилучшим образом и оценить его по достоинству.

**Правило 2. Главные товары устанавливаются на уровне глаз.**

Любой более – менее грамотный продавец имеет представление о том, что товар следует ставить на уровне глаз. Так как человек может искать различные вещи, но его взор чаще всего направлен вперед, прямо и непоколебимо. При этом ориентироваться следует на средний рост потребителей, и располагать товар на уровне 160 – 170 см.

На такие позиции рекомендуется устанавливать товары, которые имеют хорошую покупательскую способность и в то же время высокую маржу.

Так же существует слепая зона – это низ прилавка или пол. Там следует располагать товары, которые уже востребованы, такие как пивные упаковки, товары в запасе. Наиболее частой мертвой точкой у большинства людей является левый нижний угол.

**Правило 3. Радовать разнообразием.**

Чаще всего, когда потребитель заходит в магазин у него создается впечатление, что везде продается одно и то же, и, безусловно, ему хочется разнообразия. Более того: чего-то не просто нового, а уникального. Вот почему важно создать этот эффект. Для достижения этой цели следует создать разграничение каждой категории товаров разными POS – элементами. Применение различных материалов значительно увеличивает вовлеченность потребителя.

**Правило 4. Групповая выкладка.**

Грамотная расстановка товара по группам так же является немаловажным критерием. Человек, ищущий платье, вряд ли будет спрашивать печенье. Товар должен находиться в той группе, в которой ему и следует. Так, например обувные ряды должны находиться подальше от пищевых. А разграничение внутри самой группы должно быть логичным и интуитивно понятным. Разграничение в зависимости от товара можно делать по виду, форме, весу и т. д. При этом главным критерием разделение является его понятность потребителю.

**Правило 5. Сосредоточение на одной сфере.**

Это правило указывает на профессиональность торгового заведения и его направленности на целевую аудиторию. Для средних и малых пред-

приятий лучше всего сосредоточится на одной сфере деятельности, так как разнообразие – это удел крупных торговых центров.

Правило 6. Несколько предметов создают акцент, а сотня – панику.

Так как учеными доказано, что человек запоминает не более 9 предметов, которые находятся в одном и том же окружении. Редко, человек ищет одновременно много вещей, чаще всего поиск конкретный или поэтапный. Это значение 9 предметов весьма завышено и относится лишь к крупным торговым центрам большим разнообразием товаров. Для средних и малых предприятий это значение не превышает 4–5 предметов. Это значит, что не следует злоупотреблять обилием вспомогательных материалов. В определенном окружении число POS – элементов, которые указывают на 1 тип товара, не должно быть больше 5. Злоупотребление этим правилом приводит к путанице, и потребитель может упустить из виду нужную вещь, на которую ранее обращал внимание в этом магазине [4].

Итак, «золотые» правила визуального мерчандайзинга можно представить так:

1. Выделять нужный товар на фоне окружения. Делать его более заметным по сравнению с рядом стоящими предметами.
2. Располагать важные товары там, куда чаще падает взгляд покупателя, а не в мертвые зоны.
3. Создавать разнообразие в группе товара, выделяя разграничения.
4. Правильно и логично располагать типы товаров.
5. Делать специализированные отделы и магазины.
6. Не злоупотреблять POS-элементами.

#### **Список литературы**

1. Алексеев М.А. Визуальный мерчандайзинг как инструмент маркетинга // Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики. Экономика и право. – 2012. – №4.
2. Иванченко Б.В. Мерчандайзинг. Искусство продавать – Феникс, 2008. – 248 с.
3. Синяева И.М., Романенкова О.Н. Маркетинг. Теория и практика: Учебник. – М.: Юрайт, 2011. – 652 с.
4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vitrinistika.ru>

**Лю Чжуняо**  
магистрант

Школа экономики и менеджмента  
ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет»  
г. Владивосток, Приморский край

**Кметь Елена Борисовна**

канд. экон. наук, доцент  
ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет»  
г. Владивосток, Приморский край

## **ОБЗОР МЕТОДОЛОГИИ SMM В СИНЕТ**

**Аннотация:** в статье уточнена значимость социальных медиа и поддержка маркетинга в социальных сетях (SMM), сформулированы особенности и тенденции развития SMM в китайском Интернет (Синет) и его методология.

**Ключевые слова:** социальные медиа, маркетинг в социальных медиа, Social Media Marketing, сетевой маркетинг.

Социальные сети стали неотъемлемой частью повседневной жизни большинства пользователей и предоставляют практически безграничные

возможности для общения. В 2015 году среднестатистический российский пользователь находится в социальных сетях в среднем 143 минуты в день, тогда как в 2012 году среднее пребывание в социальных сетях составляло 90 минут в день [1].

SMM (Social Media Marketing или маркетинг в социальных медиа) – это продвижение товаров и услуг в социальных сетях, которые воспринимаются маркетингом, как социальные медиа [2].

SMM – это эффективный инструмент, с помощью которого пользователей привлекаются на сайт компании из социальных сетей, сообществ, блогов, дневников и форумов. Если внимание потребителей можно получить, купить с помощью рекламы, то доверие целевой аудитории купить нельзя, но его можно только заработать. Социальные медиа платформы – это современный инструмент для взаимодействия с целевой аудиторией. Сегодня аудитория социальных сетей сравнима с аудиторией телевизионных телеканалов, только она более внимательна и активна [2]. SMM имеет больше общего с сетевым PR, чем с рекламой. SMM это непосредственная работа в сообществах, которые охватывают целевую группу пользователей. Это инструменты прямого и скрытого взаимодействия с целевой аудиторией, разработка которых должна базироваться на исследованиях [3].

### *1. Особенности и тенденции развития китайских социальных медиа*

В мире лидируют такие социальные медиа сайты, как Facebook и Twitter, но в Китае их влияние ограничено. В китайском Интернет (далее Синет) есть такие социальные медиа как QQ, Wechat, Weibo, Renren и т. д.

Weibo является самой быстрорастущей социальной сетью (SNS – Social Networking Services) в Китае, однако ее LBS (Location-based service – тип информационных и развлекательных услуг, основанных на определении текущего местоположения мобильного телефона пользователя) остается относительно низким. По данным опроса компании Nielsen Weibo охватывает до 97% первичных пользователей социальных медиа, в то время как средний показатель по SNS – 70%. 66% пользователей Китая используют Weibo и SNS [4]. Weibo является самой популярной социальной медиа-платформой в Китае.

В Китае в настоящее время на платформе Weibo есть такие SNS как, Sina Weibo, Tencent Weibo, Netease Weibo и Sohu Weibo. Различные платформы Weibo привлекают различные типы пользователей. Например, Sina Weibo больше используют пользователи с высоким уровнем дохода. Таким образом, значительное число компаний выбирают Sina Weibo в качестве основной платформы.

Рассмотрим тенденции развития SMM в Синет.

### *1. Наблюдается дальнейшее развитие бизнес-модели «SNS + электронная коммерция».*

Еще в начале 2009 года Таобао предвидел огромные возможности социальной электронной коммерции, и вел активные разработки в этой сфере. В недалеком будущем неотъемлемой частью интернет-маркетинга каждого предприятия станет продвижение и продажи в социальных сетях.

Сегодня крупные и успешные компании наращивают свое присутствие в популярных социальных сетях Китая, превращая их пользователей в своих клиентов. Услуги виртуальной торговли реализуются на сайтах электронной коммерции, на которые пользователи привлекаются из различных социальных сетей Китая [5].

### *2. Постепенное перемещение поиска информации из поисковых систем в социальные сети.*

На фоне стремительного развития социальных медиа, на этих платформах накапливается большое количество разнообразной маркетинго-

вой информации и новостного контента. Несмотря на то, что поиск информации в поисковых системах пока остается на первом месте по популярности, количество пользователей социальных сетей продолжает увеличиваться, и уже сегодня поиск новостей они предпочитают осуществлять в социальных сетях Weibo и Wechat.

### *3. Сочетание социальных медиа и онлайн-игр*

В эпоху мобильного Интернета 4G, сочетание социальных медиа и онлайн-игр приобретает уникальные преимущества. Основные особенности онлайн-игр почти полностью соответствуют требованиям SMM: создателю личный профиль, добыть друзей и общаться с ними в процессе игры. Все это превращает игры в особый вид социальной деятельности. Поэтому сочетание социальных медиа и онлайн-игр имеет огромные перспективы для развития SMM.

## *II. Обзор основных форм SMM в Синет*

### *1. Интеграция мобильного интернета и социальных медиа*

В 2013 году количество китайских пользователей мобильного интернета достигло 618 млн. человек [4]. Поэтому, мобильный интернет в Синет становится основной платформой для SMM, а мобильные социальные сети превращаются в неотъемлемую часть жизни пользователей. Это означает, что мобильные социальные сети будут сопровождать развитие SMM.

### *2. Social shopping – формы электронной коммерции в социальных медиа.*

Такие китайские социальные медиа как Renren, Kaixin предлагают определенные формы электронного бизнес-маркетинга и постоянно их совершенствуют. Формы электронной коммерции, как правило реализуются на сайтах самих компаний, куда пользователи привлекаются из социальных сетей, путем информирования о новостях и мероприятиях компании [6].

В последние годы в результате развития социальных медиа и электронного бизнеса в Китае значительно улучшились условия электронной коммерции в социальных медиа. В качестве примера можно назвать такие сайты как MeiLiShuo, moguji, huaban, duitang, hers. Уже сегодня социальные элементы стали основным приложениями Синет, что способствует появлению ряда специализированных сайтов и широко применяется в сферах электронной коммерции, онлайн-игр, онлайн-видео и других развлекательных услуг.

### *III. Маркетинг социальных видео- и микрофильмов.*

Содержание микрофильмов в социальных сетях в основном посвящено юмору, вопросам моды, проблемам общественного благосостояния и другим темам. Это может быть как отдельное видео, посвященное какой-либо коммерческой и социальной теме, так и серия видео- и микрофильмов, раскрывающих целый комплекс вопросов и проблем. Сегодня многие компании размещают в социальных сетях Синет свои рекламные ролики, которые набирают большое количество ежедневных просмотров в Weibo и Wechat. Пользователи предпочитают такую форму рекламы, и она очень популярна в китайских социальных медиа [7].

### *Заключение.*

В последние годы формы SMM получают положительную оценку со стороны все большего количества пользователей Синет. Методология SMM в Синет постоянно совершенствуется, большое внимание этому развитию уделяют крупные компании. Предприятия малого и среднего бизнеса Китая пока находятся в стадии поиска решений в области SMM, ис-

пользование социальных сетей ими ограничено. Но социальные сети продолжают стремительно проникать в жизнь пользователей, поэтому в скором времени SMM станет одним из важнейших инструментов маркетинга для компаний в Синет. Этот поступательный процесс отражают эффективные бизнес-модели таких успешных платформ как SNS, Weibo и Wechat.

#### **Список литературы**

1. Сколько времени россияне проводят в социальных сетях: исследования РОМИР. 21 мая 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://adindex.ru/news/researches/2015/05/21/123757.phtml>
2. Артём А.С. Битва за подписчика «ВКонтакте»: SMM-руководство. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 168 с.
3. Кметь Е.Б. Качественные исследования медиапредпочтений целевых аудиторий в социальных сетях [Текст] / Е.Б. Кметь // Практический маркетинг. – 2013. – №3 (193). – С. 33–40.
4. The Nielsen Company. Chinese social media users surveyed report. – 2012.
5. Кметь Е.Б. Влияние событийного маркетинга на конечного потребителя // Экономика и предпринимательство. – 2014. – №1–3. – С. 742–744.
6. Кметь Е.Б. Выделение поведенческих категорий пользователей социальных сетей как основа разработки контентной стратегии // Практический маркетинг. – 2015. – №7 (221). – С. 9–15.
7. Zhao Jiankai. Explore the business value of social media // CEO & CIO IN INFORMATION TIMES. – 2013. – №1. – С. 30–31.

**Мишина Вера Дмитриевна**

канд. филос. наук, доцент  
ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный  
университет» (НИУ)  
г. Челябинск, Челябинская область

## **HR-БРЕНДИНГ: ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

**Аннотация:** в статье предлагается подход к определению понятия «hr-брендинг» на современном этапе развития менеджмента, рассматриваются традиционные инструменты hr-брендинга, выделяются инструменты, которые могут быть использованы организациями в условиях кризиса.

**Ключевые слова:** hr-брендинг, инструмент hr-брендинга, внутренний инструмент hr-брендинга, внешний инструмент hr-брендинга.

HR-брендинг рассматривается специалистами как процесс создания благоприятного имиджа работодателя с помощью специфических инструментов, действие которых направлено на внешнюю и внутреннюю аудиторию. Внешними инструментами построения hr-бренда являются: укрепление стабильности компании, предложение конкурентоспособной заработной платы, PR-активность компании (реклама на улицах и в транспорте, креативные рекламные ролики, активные упоминания имени компании в прессе, поддержка раскрученных мероприятий и т. п.), создание благоприятного имиджа руководства компании, вклад компании в развитие общества (глобальная польза от основной деятельности компании, благотворительность, волонтерские программы, экологичность).

Внутренними инструментами построения бренда организации являются: укрепление корпоративной культуры (корпоративные ценности, стиль поведения топ-менеджмента), предложение хороших условий труда в компании («белая» заработная плата, рабочие места, безопасность, расположение и удобство офиса, питание), реализация возможностей обучения и роста, построение справедливой системы вознаграждения, обеспечение доверия сотрудников руководству, понимание целей компании и собственных задач в рамках достижения этих целей. В случае грамотной работы над имиджем компании лучшие сотрудники сами будут стремиться стать частью данной организации. «Это позволяет экономить средства на подборе персонала» [1, с. 126].

В настоящее время в условиях финансового кризиса компаниям необходима стратегия выживания на рынке. HR-брендинг обычно не рассматривается как инструмент роста и процветания. К этому управленческому рычагу чаще обращаются, когда у организации всё отлично, и появились дополнительные средства, которые можно потратить на развитие персонала. Однако управляющее звено компаний забывает о том, что грамотный hr-брендинг позволяет «привлечь лучших профессионалов, сохранить собственный квалифицированный персонал, повысить производительность труда» [3, с. 10], осуществить инновационные прорывы в развитии компании.

Существует стандартный набор мероприятий hr-брендинга, направленных на внутреннюю аудиторию: повышение качества и удобства офиса; использование современного дизайна помещений; пополнение разнообразных опций соцпакета; создание внутренних клубов по интересам; организация благотворительных и волонтерских мероприятий, дней профессии, профессиональных конкурсов, встреч с руководством, а также поддержание эффективной системы обратной связи; выдача премий за рекомендацию в компанию друзей и родственников. Среди особых инструментов – работа с родственниками сотрудников: дни открытых дверей, дни здоровья, выездные мероприятия и экскурсии для всей семьи, детские праздники, приглашение жен и мужей сотрудников на ключевые корпоративные праздники (Новый год, День рождения компании) [5 с. 127], подарки и сувениры детям сотрудников, подарки и премирование сотрудников по случаю свадьбы и рождения ребенка. Последняя группа инструментов является особенно затратной для любой компании. Все эти способы работы с персоналом практически уходят в прошлое благодаря целой череде кризисов последних лет. Следовательно, организациям приходится переходить к другим инструментам создания hr-бренда. То есть, к таким инструментам, которые практически не требуют затрат и позволяют поддерживать благоприятный имидж какое-то время.

В условиях экономического спада менеджмент организации может сосредоточить усилия на внутренней аудитории, обеспечивая сохранение собственного высококвалифицированного персонала. В первую очередь руководству стоит задуматься над корпоративным блогом и аккаунтом в социальных сетях. Так как, согласно исследованиям зарубежных коллег, сотрудники и соискатели вакантных должностей часто используют социальные сети для анализа перспективности потенциального или существующего работодателя. «Бесплатным» инструментом hr-брендинга является интервью с увольняющимся сотрудником. Такое интервью даёт много ценной информации руководству об особенностях работы в компании: сильные и слабые стороны организации, атмосфера в коллективе, содержание работы, условия труда, возможности развития и факторы вознаграждения.

Полезным и незатратным инструментом hr-брендинга является популярный на сегодняшний день конкурентный анализ, который позволяет получить представление о том, как позиционируют свои компании конкуренты в СМИ, что другие компании публикуют на карьерных сайтах и в печатных материалах, какие сильные стороны компаний выходят на первый план. Этот анализ могут постоянно проводить работники кадровой службы организации, изучив все каналы коммуникаций конкурентов сискателями.

Инструмент работы с будущими кадрами, не требующий особых затрат, – это экскурсии потенциальных кандидатов по офису вместе с небольшими выступлениями сотрудников организации. Для анонсов о таких экскурсиях также используют социальные сети и карьерные сайты. В ходе таких экскурсий или в качестве отдельного мероприятия можно использовать внутренние мастер-классы от сотрудников, которые могут способствовать обучению и обмену опытом между коллегами. И наконец, в менеджменте давно известен инструмент нематериального поощрения. Если заработная плата в компании находится на хорошем уровне, то возможно использование различных форм признания заслуг сотрудника с символической наградой и почётным награждением.

Таким образом, в целях экономии бюджета компании в период кризиса грамотная работа над hr-брендом компании позволяет достичь более высокой производительности труда и рентабельности, устойчивости во время экономических спадов, получить больше откликов от высококвалифицированных кандидатов на должности, реализовать снижение текучести персонала, сократить негативное воздействие стресса на сотрудников, повысить уровень удовлетворённости и лояльности клиентов.

#### *Список литературы*

1. Арькова Т.Ю. Сущность HR-брендинга как механизма позиционирования организации на рынке труда [Текст] / Т. Ю. Арькова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2011. – Т. 57. – №3. – С. 125–129.
2. Арькова Т.Ю. Управление человеческими ресурсами организации на основе системы HR-брендинга [Текст] / Т. Ю. Арькова // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2011. – №1. – С. 62–66.
3. Мансурова Р.Е. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала [Текст] / Р.Е. Мансурова. – СПб.: БХВ-Петербург, 2011. – 224 с.
4. Минчингтон Б. HR-бренд. Как стать лидером. Строим компанию мечты [Текст] / Б. Минчингтон. – М.: Юнайтед Пресс, 2011. – 280 с.
5. Бруковская О. HR-бренд. 5 шагов к успеху вашей компании [Текст] / Ольга Бруковская, Нина Осовицкая. – СПб.: Питер, 2011. – 264 с.

**Молчан Андрей Юрьевич**  
аспирант

ФГБОУ ВПО «Тихоокеанский государственный университет»  
г. Хабаровск, Хабаровский край

## **ЭВОЛЮЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И ВЫБОР ПУТИ РАЗВИТИЯ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

***Аннотация:** в статье рассматриваются эволюция формирования, выбор пути развития и практическая значимость диверсификации образовательных услуг. Реализация процессов диверсификации образовательных услуг невозможна без детального анализа, требующего определения основ процесса диверсификации, определения объема и содержания понятия. Важно отметить, что диверсификация является одним из способов выхода системы образования из кризисного состояния путем развития образовательных методов, технологий, форм реализации образования, а также ассортиментных позиций, предлагаемых в учебных заведениях.*

***Ключевые слова:** диверсификация, стратегическое управление, стратегии роста, стратегии диверсификации, принципы диверсификации.*

В современном мире при постоянном изменении мировых процессов, совершенствовании применяемых технологий, невозможно сформировать конкурентные преимущества без квалифицированных, идущих в ногу со временем, подготовленных специалистов. Именно поэтому государство ставит перед высшими учебными заведениями цели и задачи по постоянной модернизации всех учебных процессов необходимых для повышения эффективности обучения.

Одним из перспективных путей решения выше изложенных задач является диверсификация образовательных услуг. Данное решение способствует многогранному совершенствованию образовательной системы, увеличению сферы функционирования образовательного учреждения, улучшению качества предоставляемых услуг в соответствии с имеющимися требованиями рынка.

В сфере образования термин «диверсификация» появился в 60–70-е гг. XX в. в Западной Европе. Решение вопроса о реформировании и структурном изменении образовательного пространства, того времени, способствовало созданию методологических основ термина.

Диверсификация (от лат. diversificatio – изменение, разнообразие) – расширение ассортиментных позиций выпускаемой продукции, поиск новых рынков сбыта, внедрение новых технологий производства необходимых для увеличения экономической выгоды, совершенствования производственных процессов и предотвращения банкротства [2].

На сегодняшний день диверсификация образования позволяет структурировать образовательные механизмы при этом, обеспечивая вариативность предоставляемых услуг и программ [1]. В зависимости от исследуемой области, понятие диверсификация образования определяется как:

– современная педагогическая парадигма направленная, прежде всего, на личностное самопроектирование, обусловленное повышенной гибкостью образовательной системы и ее способностью к быстрому изменению. При этом появляется необходимость учета возросших требований общества к результатам деятельности образовательных систем;



- вариативная стратегия, ориентированная на структурирование системы образования, обеспечивающее допустимость вариативности образовательных программ, услуг, видов и типов образовательных учреждений и т. п.;

- общепедагогическое направление, осуществление которого создает условия для многообразия социокультурных методик, основанных на безграничном изменении образовательных программ с учетом индивидуальных возможностей и потребностей индивида;

- глобализационный процесс, в рамках которого происходит перестроение общепринятых конструкций образовательных систем к инновационным [3].

При формировании процесса диверсификации учитываются следующие принципы:

- соответствия (удовлетворение спроса в выпускниках, способных выполнять сложные задачи современного производственного процесса);

- качества образования (совершенствование качества профессиональной подготовки в образовательной системе и требований к уровню квалификации профессиональных кадров);

- непрерывности (перманентное развитие);

- свободного выбора (увеличение свобод образовательных организаций в осуществлении образовательной деятельности);

- личностной направленности (удовлетворения спроса в многообразии предоставляемых образовательных услуг).

Анализ приведенных выше принципов и подходов позволяет рассматривать диверсификацию образовательных услуг в различных формах. Существует множество теоретико-методологических разработок в этом направлении. Например, Л. Владен, разделил диверсификацию образования на два вида: горизонтальная – расширение услуг в сфере образования; вертикальная – совершенствование различных видов образовательных учреждений и качества используемых образовательных технологий. Были обозначены три тенденции построения систем образования:

- создание новых государственных образовательных учреждений;

- структурная диверсификация государственных образовательных учреждений;

- формирование новых видов образовательных учреждений (частные, коммерческие, некоммерческие и т. д.) [4].

Помимо этого, А. Смирнов утверждает, что при диверсификации возможно осуществление более гибкой системы образования, способной реагировать на динамику в изменении конъюнктуры рынка труда и позиционирует ее как способ сглаживания доступа к престижному университетскому образованию и возможность совершенствования самого механизма образования.

Следует отметить, что социальные явления определены макро- и микрофакторами. При условиях диверсификации к макрофакторам относятся:

- масштабность и динамичность социально-экономических изменений;

- направленность политики на модернизацию сферы образования и расширение образовательных возможностей;

- увеличение конкуренции на рынке образовательных услуг и т. д.

Микрофакторы включают в себя:

- социально-педагогическую компетентность на разных образовательных уровнях;

- целесообразность в создании качественно нового уровня мышления и внедрение инновационного подхода в осуществлении деятельности;
- системную устойчивость и стабильность функционирования образовательных учреждений, модернизацию содержательно – технологического обеспечения педагогической деятельности.

Опираясь на вышеизложенное, а в особенности на принцип непрерывности, который предполагает постоянное развитие и внедрение инновационных изменений, можно представить общую схему диверсификации образовательных услуг, разделенную на продуктовые, организационные, и технологические составляющие (рисунок 1).

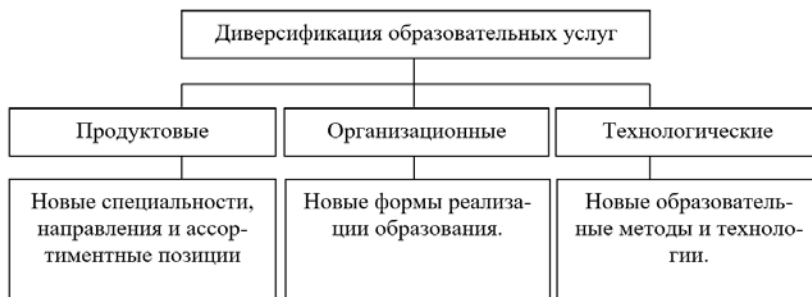


Рис. 1. Структура диверсификации услуг в образовании

Внедрение инновационной составляющей в образовательную деятельность обеспечивает не только передачу накопленных знаний, которые имеют постоянную тенденцию устаревания, но и освоение базовыми навыками, позволяющими приобретать знания самостоятельно. При таком подходе образование должно быть связано с практикой более тесно, чем традиционное, а также включить такие формы, как проектные разработки, взаимодействие с научно-исследовательскими организациями, тренинги личностного роста, стажировки и т. д. [1].

#### **Список литературы**

1. Аралбаева Ф.З. Развитие университетского комплекса как фактор повышения инновационного и образовательного потенциала региона – Оренбург, ИПК ГОУ ОГУ, 2007.
2. Артюхов М.В. Диверсификация муниципальной системы образования. Опыт и перспективы. – М., Образование, 2003.
3. Асауд А.Н., Капаров Б.М. Управление высшим учебным заведением в условиях инновационной экономики. – СПб.: Гуманистика, 2007, – 280 с.
4. Гуськов Ю.В. Стратегический менеджмент: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 192 с.
5. Марон А.Е., Монахова Л.Ю. Концепция развития открытых систем образования взрослых // Человек и образование. – 2008. – №1. – С. 75–82.
6. Молчан А.Ю., Зубарев А.Е., Будлянская Н.И. Теоретико-методологические аспекты формирования стратегии развития организации // Вестник Тихоокеанского государственного университета. – 2015. – №2 (37). – С. 147–152.

**Смелова Алёна Андреевна**

канд. социол. наук, доцент

**Елисеева Виктория Эдуардовна**

студентка

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет»  
г. Санкт-Петербург

## **«САЙТЫ-КУПОНАТОРЫ» КАК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРАКТИК: ЭКОНОМ-СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД**

**Аннотация:** в данной статье авторами высказывается предположение, что приобретение товаров и услуг через сайты-купонаторы в интернет-пространстве оказывает существенное влияние на трансформацию потребительских практик. «Групповые покупки» являются примером эпистемического потребления. Сайты-купонаторы создают «рынок – на – экране» с потоковой информацией о скидках на товары и услуги для онлайн-потребителей, превращая онлайн-потребление в повседневную практику. В качестве теоретико-методологической базы исследования используется потоково-структурный подход К. Кнорр-Цетины.

**Ключевые слова:** потребительская практика, групповые скидки, Groupon, сайты-купонаторы, эпистемическое потребление, рынок – на – экране, потоково-структурный подход.

Жизнь в современном мире проходит в сумасшедшем ритме: быстро поесть, быстро принять душ, быстро закупить продукты и т. д. Время необходимо экономить, ведь, как известно, «время – деньги». Основные качества «нового» человека: рациональность и прагматичность, быстрота и ловкость, он добытчик, предприниматель и карьерист. Теперь целью и смыслом жизни большинства людей становится зарабатывание денег, которые в дальнейшем можно будет потратить на себя и на различного рода удовольствия и развлечения. С каждым днем все большую ценность приобретают различные материальные вещи, с помощью которых можно продемонстрировать свое социальное положение. Покупать и потреблять стало стилем жизни, особенно ярко данная тенденция проявляется в молодежной среде. Всему виной, родившаяся в недрах общества глобальной маркетингизации, глэм – культура [5].

Совершенно очевидно, что не каждый может позволить себе дорогую, роскошную и красивую жизнь, которая заявлена глэм – культурой, но быть дискриминированным обществом тоже никому не хочется. На сегодняшний день появилась хорошая альтернатива дорогим походам в салоны и бутики, это покупки через скидочные сайты (сайты – купонаторы), где можно приобрести стильные и брендовые вещи, купоны на разного вида развлечения и даже путевку в жаркие страны и все это со скидкой от 50% до 90%.

### *Потребление как социальная практика*

В экономической науке потребление определяется как сознательный рациональный процесс присвоения благ и услуг. Современная практика потребления уже давно не является простым средством удовлетворения потребностей. Теперь она становится особым способом коммуникации в обществе, возможностью самовыражения. Первым, кто стал трактовать потребление как способ представления себя другим, за счет демонстрации

статуса, был Т. Веблен [2]. Американский экономист и социолог определял престиж в первую очередь ценой, дороговизной товара, а такие показатели как качество, возможность эффективного использования (полезность) играли, по его мнению, второстепенную роль.

Через потребление такого рода складывалось представление о владельце как об успешном, состоятельном человеке, принадлежащем к высшим слоям общества. Распространявшаяся индустриализация способствовала усилению данного процесса потребления. Люди все больше переезжали в города, где их жизнь была анонимной, где вокруг было множество незнакомых людей и только демонстративное потребление позволяло «рассказать» остальным о своем социально-экономическом положении.

Французский социолог Ж. Бодрийяр также рассматривал потребление как особого рода коммуникацию, обладающую символическим значением [1]. По мнению Бодрийяра, любое потребление несет в себе смысловую составляющую. Главное теперь не только проявление статусности и богатства, а возможность выразить себя и свои предпочтения, т.е. идентификация себя. Но в обществе потребления происходит обратный эффект, здесь нет места ни для личности, ни для проявления индивидуальности. Все чаще возникают современные, модные течения, для которых характерны своя модель потребления и символический мир вещей. Людям начинает казаться, что, потребляя особые вещи, они проявляют свою индивидуальность, а на самом деле, общественные течения приобретают массовый характер и потребление становится коллективной практикой.

За последние 10 лет Интернет стал неотъемлемой частью жизни каждого индивида. Ежегодно проводится множество исследований, посвященных влиянию Интернета на жизнь человека, но, как правило, наибольшее внимание они уделяют особенностям технических изменений, а социальное значение всемирной паутины незаслуженно отходит на второй план. Однако Интернет, и в частности графический интерфейс, имеют огромное влияние на существующие фирмы, он способствует созданию нового бизнеса и представляет все больше способов быстро «делать деньги».

Существует три стратегии использования Интернета в качестве помощника ведения бизнеса. Первая стратегия основана на том, что Интернет помогает осуществлять фирме вспомогательные функции, функции офиса. К примеру, управление цепями поставок и прямыми продажами. Вторая стратегия состоит в том, что компании решают использовать Интернет для создания нового взгляда на традиционный бизнес, т.е. предприниматели за счет всемирной паутины создают новые версии традиционных товаров и услуг. Яркими примерами могут служить всемирные интернет – магазины: eBay, Amazon. Третья стратегия – компании используют сеть Интернет, чтобы создать абсолютно новый, не имеющий аналогов бизнес [8]. К такой стратегии можно отнести появление сайтов «групповых скидок» (Groupon, Biglion, Bigbuzzy, Darberry и т. д.).

Организация групповой покупки онлайн, т.е. через Интернет, является относительно новой бизнес-моделью, которая прошла уже несколько стадий своего развития. Сайты групповых покупок являются посредниками, которые договариваются о скидках с продавцами, а затем, частично передают их покупателям в обмен на выполнение ими определенных требований, которые устанавливает сайт. Как правило, таким требованием является набор определенного количества человек, заинтересованных в приобретении такого же товара.

### *Потоково-структурный подход к анализу потребительской практики*

Потребительская практика «групповые скидки» является хорошим примером эпистемического поведения. Эпистемическое потребление – это использование и поиск информационного знания, для дальнейшей попытки его искусного применения в целях получения финансового результата [4]. Это означает, что, потребляя товар/услугу, индивид параллельно потребляет определенное информационное знание. Его потребление связано с экономикой внимания, под которой понимается стратегия наблюдения, мониторинга, и, исходя из этого, предвидение дальнейшего развития событий.

Так, прежде, чем приобрести товар/услугу через сайт-купонатор, потребитель проводит своего рода мониторинг сайтов: сравнивает цены, процент скидки, условия предложений, т.е. изучает и потребляет различную информацию, связанную с интересующими его товарами/услугами. Исходя из полученных данных, моделируется дальнейшая стратегия поведения. К примеру, выбор и приобретение наиболее подходящего по всем параметрам товара/услуги либо отказ от всех предложений. Потребитель хочет знать все свежие события и новости, и корректировать текущие шаги в соответствии с новой информацией, т.е. она (информация) влияет на позиции и вызывает ответную реакцию. Информация – это вызов, который требует ответа, и этим ответом является потребительское поведение.

В случае с сайтами групповых покупок скидки и условия их получения – есть информация, которая представляет собой поток, проходящий через огромное количество потребителей, т.е. пользователей сайта, и имеет ограниченный срок действия. Как правило, специальное предложение «висит» на сайте определенное время: от нескольких дней до нескольких недель. Значит, информация текуча и изменчива. В связи с появлением в жизни современного человека подобного сайта потребление приобрело значение эпистемической практики, в основе которой лежит постоянное использование и поиск информации. Важную роль в возникновении потребительской практики «групповые скидки» сыграла всеобщая модернизация и компьютеризация общества. Теперь включение в рыночную реальность стало происходить посредством использования экранов различных технических средств: экранов ПК, мобильных телефонов, планшетов, смартфонов и т. д. Отсюда следует вывод, что сайт-купонатор, это «рынок – на – экране» [4], представляющий собой особый сетевой конструкт, связывающий поставщиков услуг и потребителей, через который ежедневно проходит поток информации о коллективных скидках на товары/услуги.

### *История появления сайтов-купонаторов*

Групповая онлайн покупка является относительно новой бизнес – моделью, которая удобна в использовании и эффективна для продвижения на рынке товаров и услуг. Существует две версии возникновения идеи групповых покупок, одна отправляет нас в Китай, другая в США.

В китайском языке существует слово «туангоу», которое дословно переводится как «коллективная скупка». Китайцы одни из первых поняли, что товар можно приобрести по себестоимости. Надо лишь найти способ, при котором можно было бы избежать услуг посредников. Для этого необходимо всего лишь найти единомышленников – покупателей, которых на данный момент интересует тот же товар и услуга, что и вас. Изначально такая система реализовывалась благодаря обширным дружеским и родственным связям. Люди договаривались, объединялись и покупали продукцию со скидкой, обеспечивая за счет большого количества покупателей минимальный порог прибыли компании, предоставляемой скидку на

товар или услугу. Постепенно подобная практика из семейных и дружеских кругов перешла в сеть Интернет. Благодаря различным онлайн сервисам стало намного проще, удобнее и быстрее находить единомышленников в приобретении различных товаров. В скором времени практика туангоу распространилась по всей стране. В данной групповой покупке есть что-то от флеш-моба, но цели акции сугубо практические. Более того, появились специализированные сайты – 51tuangou.com, teambuy.com и др., создатели которых вовремя прочувствовали новую тенденцию и успешно реализовали свои проекты. За короткий срок на сайтах было зарегистрировано более 10000 пользователей. Тангоу быстро оброс инфраструктурой, а компании, организующие «командные закупки» постепенно открывали филиалы в Пекине и Шанхае.

Вторая версия возникновения системы групповой покупки связана с США, а именно с именем Эндрю Мэйсона [ссылка infotech]. Этот молодой человек создал сайт thepoint.com. Изначально данный сайт был открыт для того, чтобы совершенно незнакомые люди имели возможность объединиться и проводить совместные акции, к примеру, акция борьбы со СПИДом или акция в поддержку вымирающего вида животных. Сайт пользовался большим успехом, и вскоре многие пользователи поняли, что данный Интернет – ресурс можно использовать в коммерческих целях, а именно совершать совместные покупки, получая за это значительную скидку.

Эта идея воплотилась в 2008 г. в сайте getyourgroupon.com. Вскоре название сайта сократили, до известного всем,groupon.com [7]. Новый сайт достаточно быстро стал популярен в Чикаго, а вскоре и во всей стране. В 2009 г. Groupon расширился на столько, что позволил себе выйти на международный рынок. В 2010–2011 гг. Groupon активно стал проводить новую политику, которая заключалась в поглощении компаний, действующих в этом же сегменте рынка в других странах. С целью глобального распространения своего бизнеса стали скупаться наиболее успешные клоны. Например, в Европе – Citydeal, в Японии – Qrod. Стремясь к монополистическому положению в данном рыночном сегменте, также были скуплены сервисы в Индии, Чили, Германии, Турции и других странах.

В 2011 г. Groupon вышел и на российский рынок, выкупив российский аналог DarBerry, который был создан в мае 2010 г. И сейчас Groupon продолжает поиск крупных проектов, для дальнейшего их приобретения.

Принцип работы сайта Groupon следующий: каждый день публикуется одно суперпредложение со скидкой, которая может достигать 70–90%. Но эту скидку можно получить лишь в том случае, если на данное предложение подпишется определенное количество пользователей.

Как правило, услуга подобных сайтов особенно выгодна для малого и среднего бизнеса. Сайты групповых скидок позволяют объединить значительную аудиторию активных пользователей и офлайн бизнеса через социальные медиа. Это позволяет представителям малого и среднего бизнеса заявить о себе значительному количеству людей на ограниченной территории, а также получить огромное количество клиентов и обеспечить большой оборот продукции и услуг. Более того, использование услуг сайтов коллективных скидок позволяет объединить сразу несколько важных функций: реклама, семплинг, продажа остатков товаров, формирование лояльности со стороны потребителей [3].

В России набирают популярность такие компании как: «Купонатор», Biglion, Бигбаззи.py, Vigoda.ru, КупиКупон, KupiBonus, АльКупоне,

WeClever, BillKill, Скидка Есть!, Fun2 Mass, Brands&brands, «АвтоКупон» и др. Схема функционирования сайтов может меняться.

Стандартное условие покупки предлагаемого на купонном сервисе товара или услуги – наличие минимального количества потенциальных покупателей. Другими словами, никто ничего не сможет приобрести до тех пор, пока на товар/услугу не подпишется определенное количество человек. Если же желающих оказывается меньше, то деньги за оплаченный купон возвращаются на счет покупателю, тем самым акция не срабатывает.

Однако в последнее время прослеживается тенденция появления новой схемы работы. Сайтами разрабатываются так называемые гарантированные предложения. То есть участник, купивший купон или сертификат, получит скидку в любом случае, вне зависимости от количества человек, присоединившихся к нему. В данном случае сайт «групповых покупок» уже не отражает заявленную ранее специфику, теперь он скорее относится к группе «скидочных сайтов», или как они себя сами называют «купонным сервисам».

Скидка на сайте может предоставляться в нескольких вариантах. Первый вариант – это покупка купона, дающего право в дальнейшем воспользоваться услугой или купить товар со скидкой. Второй – покупка сертификата, цена которого входит в цену товара/услуги с учетом заложенной скидки. Также на российский сайтах-купонаторах все чаще можно столкнуться с бонусными программами для клиентов, которые представлены в виде зачисления дополнительных денег на счет, в обмен на привлечение нового клиента и т. д.

При организации подобных акций всегда существует опасность слишком большого отклика со стороны пользователей. С одной стороны, это говорит о чрезвычайной выгоде предложения и большом количестве новых клиентов, а с другой – ставит перед компанией логистические проблемы, из-за которых она может оказаться не способна удовлетворить все заявки. Поэтому перед организаторами акций, особенно перед продавцами услуг, встает задача распределения клиентских потоков: в купоне может быть указан период, в течение которого можно им воспользоваться, время посещения (обычно выделяются «мертвые» часы или дни, чтобы сгладить колебания спроса), количество обращений от одного клиента и пр. Если вопросу логистики не было уделено должного внимания на этапе планирования акции, то в процессе ее реализации могут возникнуть трудности:

- недовольство постоянных клиентов, вынужденных столкнуться со всеми желающими воспользоваться услугой на специальных условиях (для сферы услуг);

- невозможность оперативно обслужить все заявки – принять заказ, обработать его и доставить в оговоренные сроки, которая, несомненно, повлияет на отношение к компании, как старых клиентов, так и новых.

Однако, есть определенные преимущества, которые получает компания-партнер от сотрудничества с сайтами-купонаторами. Самыми важными из них являются:

- повышение узнаваемости марки – информация о компании и предложении рассылается по электронной почте всем подписчикам ресурса, реклама также отображается на сайтах – партнерах, которых у крупных купонных сервисов может быть более десяти;

- стимулирование пробной покупки – особенно актуально для новых оригинальных товаров или услуг;

- увеличение продаж/трафика;

- снижение сезонных колебаний продаж.

В меньшей степени можно говорить о достижении такой цели, как увеличение базы лояльных потребителей. С помощью скидочных сайтов это сделать сложно, в первую очередь в связи со спецификой целевой аудитории таких ресурсов [6].

### *Тенденции трансформации потребительских практик*

1. Благодаря сайтам-купонаторам у многих людей, принадлежащих к среднему классу и любящих быть одетыми по моде, появилась возможность приобретать новые коллекции любимых брендов, но со значительной скидкой. Раньше можно было купить вещь известной марки со скидкой, но увы, лишь из прошлогодней коллекции. Теперь новые купонные сервисы открывают новые возможности для модников и модниц. Главное условие, быть всегда «включенным» и ежедневно просматривать новые предложения на сайтах, чтобы не пропустить выгодную акцию.

2. Сайт-купонатор становится не только помощником в приобретении брендовых коллекций, он становится личным стилистом, который помогает выглядеть как звезды с телеэкранов. Потребление становится способом социализации человека, и в особенности тех, кто по материальным причинам ранее чувствовал себя дискриминированным обществом. Все больше людей перестают чувствовать себя чужими и непринятыми в обществе. Теперь, даже не имея значительного денежного состояния, есть возможность приобретать все необходимые и по доступным ценам, а затем смело идти на улицу и чувствовать себя таким же, как и все.

3. Из потребительской практики постепенно исчезает понятие «торг». Теперь у потребителей нет необходимости приходить на рынок или в магазин и по возможности просить продавцов «сбавить цену» на товар. Размер скидок устанавливается без участия потребителей, но он намного выше того, что обычно достигался при прежнем, самостоятельном торге. Единственной задачей потребителя становится постоянный «серфинг» полюбившегося сайта-купонатора в поисках подходящего и достойного скидочного предложения, а затем оперативность в его приобретении. Таким образом, теряется навык непосредственного контакта с продавцами, но приобретается внимательность, быстрота и качество интернет-поиска.

4. Потребление приобретает все большую анонимность. Заказывая услуги и приобретая товары через сайты, никто не видит ни лица клиента, ни его внешнего вида, не знает возраста, но обслуживание все равно происходит. Возникает ситуация равенства всех в сфере потребления. Это касается и равенства молодого и старшего поколений.

5. Сайты-купонаторы стали хорошими помощниками в решении проблемы самореализации людей. Если раньше для того, чтобы быть стильным, необходимо было иметь хороший достаток и тратить огромное количество времени на походы в магазины и «охоту» за лучшими, брендовыми вещами, то теперь это совершенно не обязательно. Теперь люди со средним достатком, которые раньше даже стеснялись заходить в хорошие магазины, стали чувствовать себя намного лучше и увереннее.

6. Потребление уже давно превратилось в стиль жизни современного общества, но благодаря сайтам групповых покупок оно набирает все большие обороты. Стремление людей к постоянному потреблению совершенно не удивительно. Жизнь человека проходит в постоянном напряжении, пять / шесть дней в неделю посвящается работе, и все для того, чтобы достойно зарабатывать и обеспечивать себя и свою семью. В связи с этим естественное желание каждого – провести весело и красиво свои выходные/отпуск или с пользой потратить заработанные деньги. Именно сайт-купонатор помогает за относительно небольшую плату осуществить все эти желания.



7. Потребление можно считать развлечением нового времени. Как когда – то был бум с компьютерными играми, сейчас такой же бум произошел и с появлением сайтов групповых покупок. Люди все также проводят свое свободное время за экраном технических средств, находясь в поиске интересных скидочных предложений, что в принципе превратилось также в некую игру: найти и успеть купить.

Появилась новая категория потребителей, которые «живут» на сайтах-купонаторах и не пользуются услугами обычных сетей магазинов. Вся жизнь таких потребителей строится по определенному расписанию, составленному в электронных таблицах, где подробно расписаны планы на каждый день, время и место разнообразных развлечений и занятий: поход в кино, на танцы, курсы иностранного языка и т. д., которые, естественно, приобретены через сайты-купонаторы. Как правило, это молодые люди с высшим или средним образованием, которых можно отнести к Поколению Y: 1984–2000 гг. рождения.

Таким образом, следует заключить, что потребительские практики действительно значительно трансформировались в связи с началом активной работы новой бизнес-модели «сайтов-купонаторов». Однако, несмотря на все вышеприведенные положительные тенденции в изменении потребительского поведения, сайты-купонаторы в некоторой степени вызывают зависимость от процесса потребления, что, безусловно, является отрицательным моментом. Такое развитие событий положительно сказывается на компаниях, организующих данный вид бизнеса, но не на самих потребителях.

#### *Список литературы*

1. Бодрийяр Ж. Система вещей. – М.: РУДОМИНО, 2001. – 224 с.
2. Веблен Т. Теория праздного класса. – М.: Либроком, 2015. – 368 с.
3. Групповые скидки: положительный тренд или новый пузырь. com? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.infotech.org.ua/node/10> (дата обращения: 24.12.15).
4. Кнорр-Цетина К. Эпистемика информации: модель потребления // Экономическая социология. Теория и история / Под ред. Ю.В. Веселова, А.Л. Кашина. – СПб.: Нестор-История, 2012. – С. 605–632.
5. Русакова О.Ф. Ценностные ориентации молодежи в ситуации глэм-культуры // Всероссийская научно-практическая конференция «Молодежь – будущее России». – Тюмень: Вектор Бук», 2009. – С. 245–251.
6. Шальнова О.А. Сайты коллективных покупок: виртуально-реальный промоушен // Маркетинговые коммуникации. – М.: Изд. дом Гребенникова, 2012. – №2. – С. 104–112.
7. Groupon: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.groupon.ru/groupon-offer.pdf> (дата обращения: 15.12.15).
8. Dutton W.H. New Businesses and New Business Models // The Oxford Handbooks of Internet Studies. – 2013. – 632 p.

**Цай Юе**  
магистрант

**Кметь Елена Борисовна**  
канд экон. наук, доцент, преподаватель

ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет»  
г. Владивосток, Приморский край

## **АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ИНДУСТРИИ КИТАЯ В ИНТЕРНЕТЕ**

***Аннотация:** в статье представлена общая характеристика рекламной индустрии Китая, рассмотрены особенности и тенденции развития его рекламного рынка. Особое внимание уделено преимуществам интернет-реклам и перспективам мобильной рекламы.*

***Ключевые слова:** рекламный рынок Китая, рекламная индустрия Китая, мобильная реклама, интернет-реклама.*

В современном мире реклама вносит весомый вклад в развитие рыночной экономики. Являясь одним из инструментов конкурентной борьбы, она формирует спрос на товары и услуги и стимулирует их продажи. Помимо сказанного состояние рекламной индустрии отражает уровень экономического, политического и общественного развития страны. Доходы рекламной индустрии страны – это общие годовые затраты всех рекламодателей страны на оплату рекламных услуг и продуктов.

*Рассмотрим общую характеристику рекламной индустрии Китая.*

Когда рассматривается структура рекламного рынка, то речь идет об общих годовых затратах рекламодателей на продвижение, представленных в разрезе таких медиа каналов как телевидение, пресса (газеты и журналы), наружная и внутренняя реклама, интернет-реклама, мобильная реклама и другое [1]. При этом обязательно уточняется страна, рекламный рынок которой рассматривается. Обычно в структуре рекламного рынка не выделяют медиа-каналы, затраты на рекламу в которых составляют менее одного процента. Однако, если реклама в сегменте стремительно развивается, то в структуре рекламного рынка страны могут быть обозначены

Одним из динамично развивающихся сегментов является интернет-реклама. По мере ее развития совершенствуются ее направления, виды и формы. Интернет-реклама характеризуется высокой эффективностью распространения информации и возможностью глобального покрытия, поэтому Интернет – это перспективный медиа-канал в рекламной индустрии каждой страны.

*Можно выделить следующие преимущества интернет-рекламы:*

- интернет-реклама не ограничена временем и пространством, т.е. реализуемые рекламные кампании могут охватывать много стран и большие промежутки времени – все зависит от финансовых возможностей рекламодателя и его стратегических целей;
- обширные возможности таргетирования позволяют нацелить интернет-рекламу на достаточно узкие сегменты целевой аудитории;
- интернет-реклама интерактивна и обеспечивает эффективную двухстороннюю связь, то есть не только пользователи могут получить полезную информацию о предмете продвижения для себя, но и производители – ценные данные о пользователях и их реакции;

– с содержательной точки зрения возможности интернет-рекламы многообразны и насыщены, что предполагает использование в рекламном сообщении карт, текстов, звуков, изображений и других форм, позволяющих ярко представить продукт или стимулировать покупательскую активность пользователей [2];

– высокая оперативность обновления информационного контента в соответствии с необходимостью, например, в любой момент рекламодатель может откорректировать информацию об изменении цен, продиктованном спросом и предложением;

– в сравнении с телевизионной рекламой и рекламой в прессе интернет-реклама обладает весьма конкурентоспособными ценам.

С 2010 года происходит стремительное проникновение в повседневную жизнь смартфонов и других мобильных интеллектуальных терминалов, активно создаются сети 3G, 4G. Все это вызвало взрывной рост мобильного интернета [3]. С 2012 года стала интенсивно развиваться мобильная рекламная индустрия, темпы роста которой опережают темпы роста интернет-рекламы.

История рекламной индустрии Китая началась с 1982 года, когда Государственный Совет утвердил «Временные правила рекламы», которые позволили регулировать отношения в рекламной отрасли. В 2003 году Шестнадцатый Национальный конгресс Коммунистической партии Китая предложил углубить культурную реструктуризацию, что создало новые возможности для развития рекламной индустрии Китая. В 2013 году на третьем пленарном заседании восемнадцатой сессии Центрального комитета Коммунистической партии Китая было предложено продолжить культурные реформы, после чего начался новый этап развития рекламной индустрии Китая.

Можно выделить следующие тенденции развития рекламной индустрии Китая.

#### *1. Рекламная индустрия Китая все еще находится в стадии роста.*

По данным китайской ассоциации рекламной индустрии доход рекламной индустрии Китая (или размер рекламного рынка) в 2013 превысил 500 млрд юаней. Темпы роста рекламного рынка Китая относительно 1981 года составили 31% и превысили темпы роста номинального ВВП – 16% [4]. Согласно статистическим данным SAIC, в 2013 году доход рекламной индустрии Китая составил 16% глобального рекламного рынка, и уступил только США, заняв вторую позицию в мировом рейтинге рекламных рынков стран. А в 2014 году доходы китайской интернет-рекламы составили 10% мирового дохода интернет-рекламы.

2. Однако, уровень проникновения китайской рекламной индустрии достаточно низкий, что свидетельствует о существовании возможностей для дальнейшего совершенствования.

В 2013 году операционная прибыль китайской рекламной индустрии составила 502 млрд юаней, а ее прирост к прошлому году – 6,8% [4]. В 2014 году общий доход китайской рекламной индустрии достиг 560,7 млрд юаней, а ежегодные темпы роста превысили 11% [5].

Показатель проникновения рекламы страны рассчитывается как отношение пазмена рекламного рынка к валовому внутреннему продукту страны (англ. GDP). В 2013 и 2014 годах проникновение рекламы Китая достигло 0,88%, но в сравнении со зрелыми рынками, абсолютное значение этого показателя остается низким. В США, несмотря на то, что проникновение американской рекламы в последние годы снизилась, этот показатель по-прежнему в 2013 году составляет 1,04%, тогда как в 2000 году составлял 1,7% [6].

По сравнению с пиком проникновения рекламы в основных странах, мы видим, что чем выше ВВП на душу населения, тем соответственно выше проникновение рекламы. Мы считаем, что с продолжением роста ВВП на душу населения в Китае, рекламная индустрия будет проходить через свой пик, который развитые страны уже пережили. Мы считаем, что рекламная индустрия Китая все еще находится в стадии формирования, и в будущем уровень проникновения рекламы будет расти.

3. В структуре рекламного рынка Китая продолжает увеличиваться доля интернет-рекламы.

В структуре рекламного рынка в соответствии с различными средствами массовой информации традиционно выделяют следующие сегменты: телевизионная реклама, радио реклама, реклама в газетах, реклама в журналах, наружная реклама, интернет-реклама и т. д.

В связи с ростом популярности Интернета быстро развивается интернет-реклама, что оказывает влияние на традиционные средства массовой информации. Доля интернет-рекламы в структуре рекламного рынка увеличивается, а доля рекламы в традиционных СМИ уменьшается.

Если в 2005 году доля интернет-рекламы в Китае составляла лишь 3% от общего размера рекламной отрасли, то в 2013 году она достигла 22%. С 2009 по 2013 годы среднегодовые темпы роста оборота китайской интернет-рекламы составили 50%, что превышает темпы роста всей рекламной индустрии Китая – 25%. В 2014 году доля интернет-рекламы 2014 продолжала расти [7]. Структура рекламного рынка Китая в 2013 году представлена на рисунке 1.

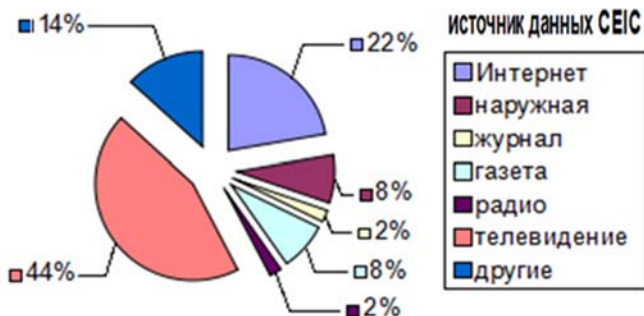


Рис. 1. Структура рекламного рынка Китая, 2013 г.

По данным на июнь 2015 года, развитие китайского Интернет характеризуют следующие показатели:

1. Количество пользователей Интернет в Китае достигло 668 миллионов человек, а проникновение интернета увеличилось на 0,9% (на конец 2014 года – 48,8%). Общий рост интернет-пользователей по-прежнему замедляется [8].

2. Общее количество зарегистрированных доменных имен в Китае составило 22,31 млн.

3. Общее число китайских сайтов составило 3,57 миллионов [8].

Рост числа пользователей Интернета обеспечивает интернет-рекламе все больше и больше аудитории. Различные типы веб-ресурсов и порталов являются площадками, где размещается интернет-реклама, соответственно их увеличение способствует ее развитию.

Темпы роста интернет-рекламы в Китае сохраняются и составляют более 40%. По данным IResearch, в 2013 году доходы китайской интернет-рекламы составили 110 млрд. юаней, продемонстрировав прирост к прошлому году 46,1%, а в 2014 году – 154 млрд юаней. Ожидается, что в 2018 году доход интернет-рекламы достигнет 393 млрд. юаней. Доходы китайской интернет-рекламы в динамике за 2010–2018 гг. представлены на рисунке 2.



Рис. 2. Доходы китайской интернет-рекламы в динамике за 2010–2018 гг., млрд юаней

Рынок интернет-рекламы в Китае будет продолжать демонстрировать быстрый рост в будущем, но темпы роста будут постепенно замедляться.

Основными причинами замедления темпов роста интернет-рекламы Китая являются:

Во-первых, за десять лет развития рынок интернет-рекламы превысил 100 млрд юаней и является относительно зрелым, поэтому трудно поддерживать его дальнейший быстрый рост.

Во-вторых, китайская экономика вступила в этап структурных реформ, и в будущем ожидается замедление темпов экономического роста, а макроэкономическая ситуация в первую очередь влияет на рекламный рынок, в том числе на рынок интернет-рекламы.

В-третьих, после многолетнего развития интернет-реклама уже получила всеобщее признание рекламодателей, которые теперь будут обращать свое внимание на другие новые медиаканалы.

#### 4. Отмечается взрывной рост мобильной рекламы.

По состоянию на июнь 2015 года, количество пользователей Интернета в Китае достигло 0,668 млрд человек, а в течение полугода количество новых интернет-пользователей выросло на 18,94 млн человек. Уровень проникновения Интернета в Китае – 48,8%, по сравнению с концом 2014 года он улучшился на 0,9%. В том числе, доля мобильных интернет-пользователей увеличилась с 85,8% до 88,9% к концу 2014 года [8]. Популярность смартфонов принесла рост количества мобильных интернет-пользователей. Кроме того, быстро увеличивается количество разработчиков мобильных приложений и APP. Пользователи стационарных компьютеров постепенно переключаются на доступ в Интернет с мобильных терминалов. Эти факторы заложили основы развития сегмента мобильной рекламы.

По данным, в 2014 году объем рынка мобильной рекламы в Китае достиг 27,56 млрд юаней, что соответствует приросту в 137,38%. Ожидается, что в 2016 году сегмент мобильной рекламы достигнет

103,56 млрд юаней [9]. Объем рынка мобильной рекламы в Китае в динамике за 2012–2016 годы представлен на рисунке 3.

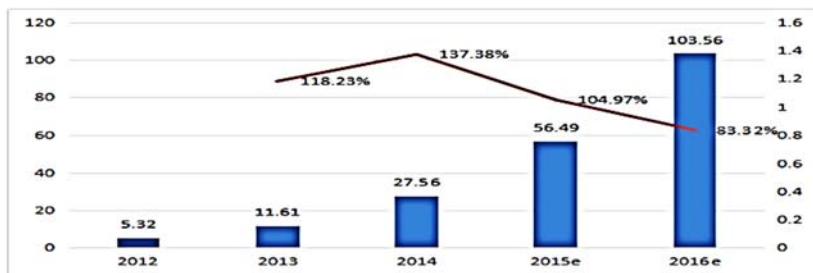


Рис. 3. Объем рынка мобильной рекламы в Китае в динамике за 2012–2016 годы, млрд юаней

Интернет-продукты и услуги должны ориентироваться на запросы интернет-пользователей. В 2012–2013 годах трафик многих крупных интернет-компаний с мобильных терминалов уже превышает трафик со стационарных компьютеров [10]. Все крупные компании уделяют большое внимание переводу бизнес-пользователей на работу с мобильных терминалов и устройств. ПК немалых крупных компаний вдалеку больше внимания в конец мобильного из ПК. Если интернет-компания не имеет сильных продуктов для мобильных устройств, она скоро всего будет проигрывать в конкурентной борьбе. В ближайшие два-три года, те компании, которые победят в этой конкурентной борьбе за Интернет – получают весь мир.

#### Список литературы

1. Кметь Е.Б. Исследования, предшествующие планированию рекламной деятельности российской компаний на рынке стран [Текст] / Е.Б. Кметь // Практический маркетинг. – 2013. – №3 (30). – С. 30–39.
2. Investment value of the Internet advertising from the perspective of the whole media [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://finance.qq.com/a/20141103/014179.htm>
3. Men Runing. 4G and mobile intelligent terminal – 4G mobile intelligent terminal industry in the rapid development of opportunities and challenges coexist // Telecom World. – 2014. – №12. – С. 32–37.
4. China's advertising business for the first time exceeded 500 billion [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.admaimai.com/news/ad201403272-ad114163.html>
5. China's total advertising business amounted to 560 billion 700 million yuan [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.chinanews.com/cj/2015/06-15/7344864.shtml>
6. Chen Xin. The purchase program is expected to promote the sustained high growth of Internet advertising // UBS company with limited liability – 28.01.2015 – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://pdf.dfcfw.com/pdf/H3\\_AP201501280008230204\\_1.pdf](http://pdf.dfcfw.com/pdf/H3_AP201501280008230204_1.pdf)
7. Internet advertising market size accounted for continuous improvement [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.weilairibao.com/show-10-31440-1.html?utm\\_source=taicool&utm\\_medium=referral](http://www.weilairibao.com/show-10-31440-1.html?utm_source=taicool&utm_medium=referral)
8. The thirty-sixth statistical report on the development of China Internet Network in 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.199it.com/archives/369026.html>
9. China mobile marketing value and trend report for 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iimedia.cn/39557.html>
10. Fu Zhihua. Analysis of mobile Internet application data base system // Big Data – 29.11.2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.36dsj.com/archives/37640>

**Цзян Чао**

магистрант

**Кметь Елена Борисовна**

канд. экон. наук, доцент, преподаватель

ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет»  
г. Владивосток, Приморский край

## **РАЗВИТИЕ МОДЕЛЕЙ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА: 4P, 7P, 4C, 4V И 4R**

**Аннотация:** теория комплекса маркетинга демонстрирует развитие моделей от «4P» и «7P» до «4C», «4V» и «4R». Изменение внешней маркетинговой среды является главной мотивацией этого развития и находит отражение в эволюции концепций управления маркетингом. В данной статье рассмотрена сущность модели комплекса маркетинга и проведен сравнительный анализ классических моделей для реального рынка.

**Ключевые слова:** комплекс маркетинга, модель комплекса маркетинга.

Каждое предприятие сегодня функционирует в реальном и виртуальном мире. Для организации эффективной деятельности предприятию необходимо определиться с моделью комплекса маркетинга, оптимизировать его составляющие [1, с. 199].

Комплекс маркетинга или маркетинг-микс (marketing-mix) – это набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать желательную ответную реакцию со стороны целевого рынка [2]. Категория «комплекс маркетинга» считается одним из ключевых понятий теории маркетинга, которая определяет совокупность видов деятельности (инструментов), необходимых для укрепления рыночных позиций предприятия. В настоящее время разработано достаточно много интересных моделей, которые можно разделить на две группы: классические, традиционные модели для реального рынка и модели для Internet-бизнеса в виртуальной среде [1, с. 201–202].

В 1953 г. термин комплекс маркетинга (маркетинг-микс) был впервые предложен Нейлом Борденом в президентском обращении к Американской маркетинговой ассоциации. С того времени этот термин стал одним из самых популярных в последние десятилетия. В статье Н. Бордена «Концепция Маркетинга-МИКС» модель комплекса маркетинга содержала 12 элементов: товар, ценообразование, торговая марка, каналы распределения, рекламная деятельность торговых представителей, упаковка, демонстрация товара, обслуживание, материальная обработка, поиск и анализ данных [3]. Этот набор инструментов предназначался для исследования целевого рынка и совершенствования маркетинговой деятельности предприятия.

### *1. Теория 4P и 7P*

Основоположником модели 4P является известный американский маркетинголог Джером Маккарти (Е. Jerome McCarthy), который в 1960 году описал ее в своей книге «Basic Marketing» (Базовой Маркетинг). Двенадцать элементов комплекса маркетинга Нейла Бордена он сгруппировал и укрупнил в маркетинг-микс 4P's, сделав их удобными для запоминания и для оперативной работы [4].

Модель комплекса маркетинга 4P включает в себя только 4 основных элемента: продукт (Product), цена (Price), канал распространения (Place) и

продвижение товара (Promotion). Джером Маккарти считает комплекс маркетинга – совокупностью элементов, управляемых менеджером по маркетингу для удовлетворения потребностей на целевом рынке [5]. Его определение отражает основную характеристику комплекса маркетинга – управляемость. До сих пор 4Р является самой распространенной моделью комплекса маркетинга, несмотря на то, что предложена она была для производителей потребительских товаров массового спроса. Впоследствии американский маркетинголог Филип Котлер развил теорию 4Р в своем труде «Основы маркетинга» и внес огромный вклад в ее популяризацию. С этого времени модель 4Р оказывает большое влияние на теорию и практику маркетинга и получила широкое распространение. В теории 4Р выделяют два типа факторов, встречаемых в ходе управления предприятием: управляемые и не управляемые факторы. К управляемым факторам относятся: товар, цена, каналы распространения, продвижение, торговая марка, методы сбыта и т. д., а к не управляемым факторам: государственная политика, макроэкономика, общественное отношение, конкуренция и т. д. Задача маркетингового воздействия заключается в том, что влиять на не управляемые факторы через управляемые, тем самым создавая благоприятные внешние маркетинговые условия.

В 1981 году Б. Бумс и М. Битнер, разрабатывая концепцию маркетинга в сфере услуг, предложили дополнить маркетинг-микс тремя дополнительными инструментами «Р»: процесс покупки (Process); люди, которые имеют отношение к процессу продажи-покупки (People) и физические доказательства оказания услуг (Physical Evidence). Модель 7Р постепенно вытесняет 4Р, потому что лучше соответствует особенностям сферы услуг, ставшей сегодня основной клиенткой маркетингологов [6].

## *2. Теория 4С*

С развитием экономики и повышением эффективности производства предприятий, возрастает конкуренция между ними. В таких условиях фирме все труднее повышать эффективность деятельности, используя модель 4Р. В 1989 году Бруннер (Brunner) предложил модель маркетинг-микса 4С, которая включала в себя следующие элементы-комплексы: концепция (Concept Mix), себестоимость (Costs Mix), канал (Channels Mix), коммуникация (Communications Mix). Бруннер считал, что комплекс Концепция лучше отражает процесс разработки товаров и услуг под потребности целевых потребителей. Комплекс себестоимости включает в себя не только затраты на производство товаров, но и затраты на перевозку, поиск информации о клиентах и т. д. Комплекс Канал аналогичен по содержанию одноименному элементу модели 4Р. Коммуникация в своем составе содержит информационное продвижение товара и исследования рынка [7]. Но в научных кругах считается, что по существу, метод 4С и модель 4Р являются аналогичными моделями с разными названиями элементов.

Впоследствии в 1990 году американский маркетинголог Роберт Ф. Лоттерборн предложил другую модель комплекса маркетинга 4С, которая представляет собой: нужды и потребности покупателя (Customer needs and wants), покупательские затраты (Cost to the customer), удобство (Convenience), коммуникация (Communication). В сравнении с 4Р сущность теории 4С можно выразить изречением «4 забудьте и 4 думайте»:

1. Забудьте о продукте, а думайте о нуждах и потребностях покупателя.
2. Забудьте о цене, а думайте о том, сколько потребитель должен заплатить, чтобы удовлетворить свою потребность.
3. Забудьте о дистрибуции, а думайте об удобстве покупателя.



4. Забудьте о продвижении, а думайте о том, как продвигать двухсторонние коммуникации с потребителями.

По мнению автора, модель 4Р более ориентирована на законы торговли, а модель 4С – на потребителя и его потребности. Кроме того, в условиях рыночной среды, которая характеризуется высокой конкуренцией, мероприятия, направленные на формирование лояльности клиентов, становятся все более значимыми и со временем станут определяющим фактором успеха любой компании [8]. Модель 4С заложила основу теории маркетингового управления лояльностью потребителя.

### *3. Теория 4V*

По мере развития IT и других инновационных технологий, китайский учёный Ву Цзиньмин (Wu Jinming) в 2001 году предложил теорию модели комплекса маркетинга 4V, включающую следующие четыре элемента: дифференциация (Variation), многофункциональность (Versatility), добавленная стоимость (Value added) и резонанс (Vibration). Эта теория вызвала бурное обсуждение в научных кругах. Дифференциация отражает разнообразие спроса клиентов. В последние годы потребности и вкусы покупателей все сильнее отличаются от покупателя к покупателю. Поэтому для удовлетворения этих разнообразных потребностей покупателей предприятия вынуждены применять дифференцированный маркетинг. Элемент Многофункциональность отражает необходимость производить продукцию с разнообразными функциями, ориентированными на различные потребности, чтобы покупатели могли выбрать продукцию с функциями, которые им нужны в соответствии с их привычками и ценовой доступностью. Элемент Добавленная стоимость означает, что предприятия должны ориентироваться не только базовую стоимость своих товаров, но одновременно совершенствовать свои технологии, клиентское обслуживание, формировать стоимость бренда, развивать культуру предприятий т. д. Резонанс – это максимизация стоимости за счет внедрения инноваций, позволяющая захватывать рынок и укреплять свою конкурентоспособность на рынке. Резонанс подчеркнёт значимость соединения инновационных способностей предприятия и стоимости, наиболее ценимой покупателями [9]. На основе использования модели 4V предприятия могут повысить уровень лояльности потребителей, повысить интерактивность взаимодействия с клиентами [8].

### *4. Теория 4R*

В процессе развития отраслевых рынков и маркетинга услуг, зародилась теория персонального маркетинга. Сегодня ее ключевые положения хорошо известны и широко внедрены. Затем появилась модель 4R для персонального маркетинга. На сегодняшний день существуют две точки зрения на изложение содержания модели комплекса маркетинга 4R.

Автором первого варианта является Дон Шульц (Don E. Schultz), а его модель 4R состоит из следующих четырех элементов: релевантность (Relevance), реакция (Respond), отношение (Relation), вознаграждение, прибыль (Return). По мнению Шульца, между покупателями и предприятиями существует тесная релевантность. Предприятия должны проанализировать рынок, выбрать целевой сегмент, разработать предложение, наилучшим образом удовлетворяющее потребности его представителей и создать стабильные и успешные отношения с покупателями. В то же время, предприятия должны учитывать точку зрения покупателя, своевременно удовлетворять его потребности, активно контактировать и взаимодействовать с ним. Кроме того, предприятия должны быстро реагировать на изменение рынка, для чего необходимо создать совершенный механизм быстрого реагирования. Создание долгосрочных и стабильных от-

ношений с покупателями, превратит сбыт товаров в исполнение обещаний, данных клиентам, а управление маркетингом – в управление отношениями с клиентами. В итоге, предприятия удовлетворяют потребности потребителей за счет создания потребительской ценности для клиентов, а клиенты несут предприятиям вознаграждение и становятся долгосрочными ресурсами прибылей предприятий [10].

Второй вариант содержания модели комплекса маркетинга 4R был предложен американским ученым Эллиотом Эттенбергом (Elliott Ettenberg). Эта модель включает в себя: отношение (Relation), экономия (Retrenchment), релевантность (Relevance), вознаграждение (Reward). Эттенберг считает, что экономика США находится в эпохе «пост-новая» экономика (Post-New Economy Era), в рамках которой потребители уже перешли от «нужды» к «желанию». Предприятия должны сконцентрировать свое внимание на лучших клиентах, детально изучить их желания с целью разработки улучшенной потребительской стоимости. В соответствии с этими обстоятельствами, предприятия заменяют традиционную модель 4P моделью 4R, т.е. отношение, экономия, релевантность, вознаграждение. Стратегия «отношение» – это создание своеобразных отношений между предприятиями и их целевыми рынками, а сердцевиной этой стратегии является уникальная услуга. Стратегия «экономия» означает приближение предприятия к потребителям, сердцевиной этой стратегии является технология и удобство. Стратегия «релевантность» представляется собой соединение ценности бренда предприятия с главным мотивом покупки, сердцевиной этой стратегии является квалификация персонала и уровень созданного товара. Стратегия «вознаграждение» – это вознаграждение клиентов, а главной частью этой стратегии удовлетворение их вкусов в длительном времени [11].

Можно сказать, что теория 4R отражает основные идеи персонального маркетинга и создана для его внедрения. Она отражает структуру маркетинга в совершенно новой плоскости. В сравнении с моделями 4P и 4C, теория модели 4R более динамичная, взаимодействующая, устойчивая и взаимовыгодная.

#### 5. Сравнительный анализ моделей комплекс маркетинга 4P, 4C, 4V и 4R

Рассмотрев сущность моделей комплекса маркетинга «4P», «4C», «4V», «4R», можно сделать вывод, что все авторы исследовали и разрабатывали свои модели комплекса маркетинга в рамках своих исторических условий. В таблице 1 представлена сравнительная характеристика рассмотренных моделей комплекса маркетинга, их сущность, общие черты и отличия.

Таблица 1

Сравнительный анализ моделей комплекса маркетинга

Категории Пункт	Модель 4P	Модель 4C	Модель 4R	Модель 4V
Маркетинговая ориентация	Ориентация на предприятия	Ориентация на клиентов	Ориентация на конкуренцию	Ориентация на стоимость
Виды потребностей	Аналогичные потребности	Индивидуальные потребности	Желательные потребности	Дифференцированные потребности

Маркетинговая цель	Удовлетворить одинаковые или аналогичные потребности и получить максимальную прибыль	Удовлетворить индивидуальные потребности и получить лояльность клиентов	Быстро реагировать на изменения условий рынка, создать новые условия потребления, стремиться к взаимной выгоде	Создать потребительскую стоимость, увеличить лояльность клиентов, сформировать конкурентное преимущество
Инструменты маркетинга	1. Product. 2. Price. 3. Place. 4. Promotion .	1. Customer needs and wants. 2. Cost to the customer. 3. Convenience. 4. Communication.	1. Relevance. 2. Respond. 3. Relation. 4. Return.	1. Variation. 2. Versatility. 3. Value added. 4. Vibration.
Коммуникация с клиентами	Один к многим, односторонняя коммуникация	Один к одному, двухсторонняя коммуникация	Один к одному, односторонняя и двухсторонняя коммуникация	Двухсторонняя и многосторонняя коммуникация, сформировать дифференцированный образ

### *Выводы.*

Развитие моделей комплекса маркетинга отражает изменение внешней конкурентной среды и эволюцию маркетинговых концепций. Все модели комплекса маркетинга имеют свои достоинства и недостатки и применимы в определенных условиях. Они являются отражением рыночной практики предприятия, и в то же время создают для него перспективы. Не существует совершенной модели комплекса маркетинга и единой для всех предприятий, модель выбирается предприятием исходя из его рыночных позиций и стратегических целей.

### *Список литературы*

1. Кметь Е.Б. Управление маркетингом: Учебник с грифом ДВ РУМЦ / А.Г. Ким, Е.Б. Кметь. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. – 308 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг, Д. Сондерс. – 5-е европейское изд. – М.: Вильямс, 2015. – 752 с.
3. Borden N. The Concept of the Marketing Mix // Strategic Management Journal. – 1990. – №11. – P. 71–84.
4. Комплекс маркетинга. (12.12.2015 г.). Получено из Center-YF Центр Управления Финансами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/Marketologu/Kompleks-marketinga.php>
5. Mc Carthy J.S. 1960. Basic Marketing (3rd). – New York: Homewood rich-ard D.
6. Кризис классического маркетинга. (09 10 2008 г.). Получено из Ателье маркетинга ER [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.metaphor.ru/er/approach/marketing.xml>

7. Brunner G.C. The Marketing Mix: Time for Revonveptualization // Journal of Marketing Education. – 1989. – №11. – P. 72–77.

8. Романова И.М. Анализ программ лояльности операторов услуг сотовой связи на региональном рынке // Практический маркетинг. – 2011. – №10 (176). – 2011. – С. 16–22.

9. Wu Jinming «4V»-Marketing Mix In the New Economy // China Industrial Economy. – 2001. – №6. – P. 70–75

10. Schultz DonE. Kitchen, Philip J. Communicating Globally. – Beijing: China Financial & Economic Publishing House. – 2004.

11. Ettenberg E. «4R»-The Next Economy. – Beijing: Enterprise Management Publishing House. – 2003.

**Чжао Шиюй**

магистрант

**Кметь Елена Борисовна**

канд. экон. наук, доцент, преподаватель

ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет»  
г. Владивосток, Приморский край

## **ПЕРСПЕКТИВЫ ВЫХОДА КИТАЙСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ НА РОССИЙСКИЙ РЫНОК: ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ**

**Аннотация:** в статье представлены возможности и проблемы выхода китайского предприятия интернет-торговли на российский рынок. В статье не только проанализированы существующие проблемы, тормозящие развитие трансграничной электронной торговли Китая и России, в шести аспектах, но и сформулированы возможные пути их устранения.

**Ключевые слова:** интернет-торговля, трансграничная электронная коммерция, экспорт, Alibaba.

Теоретически девальвация валюты приводит к падению национальной покупательной способности, увеличивая относительную себестоимость продаж, что, несомненно, является отрицательным аспектом для экспорта услуг в электронном бизнесе. Однако, по статистическим данным трансграничная электронная коммерция в России успешно развивается. В России наибольшей популярностью среди сервисов китайской Alibaba Group пользуется интернет-магазин AliExpress, в котором в России сейчас представлено более 200 тыс. аккаунтов китайских компаний, предлагающих около 100 млн. товаров, среди которых 99,9% — китайские товары. Крупнейшей поисковой системой в России является Яндекс. Затраты китайских компаний на рекламу в Яндекс за последние два года выросли на 200%. В сентябре 2015 года Яндекс открыл китайский офис в Шанхае (свой первый офис в Азии), чтобы помочь китайским компаниям повысить эффективность продвижения своих товаров и услуг с помощью сервисов, рассчитанных на русскоязычную аудиторию [1; 2].

Согласно докладу, опубликованному институтом перспективных отраслей, в 2014 году розничный рынок трансграничной электронной коммерции России составил \$ 7 млрд долларов, а в 2015 году достигнет 14 млрд долларов и займет долю 60% в общей структуре рынка электронной коммерции РФ [6].

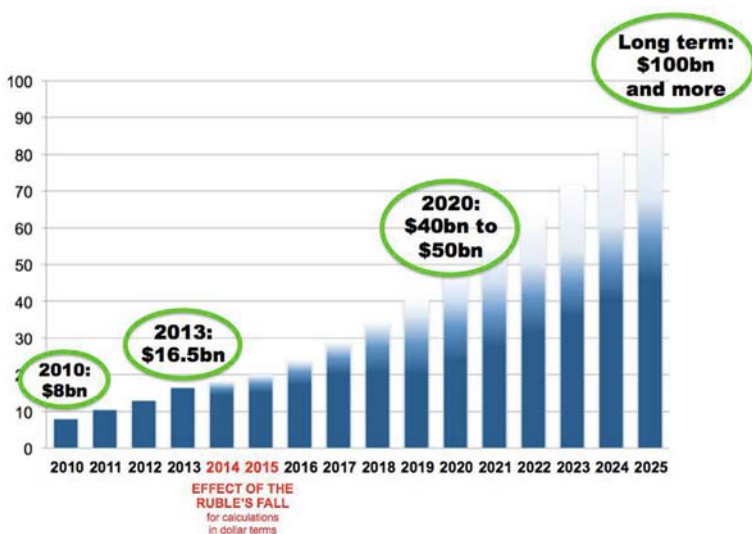


Рис. 1. Прогнозы развития рынка электронной коммерции в России [2]

Рынок электронной коммерции России привлекает внимание крупных китайских компаний виртуальной торговли, таких как Aliexpress и JingDong и другие, которые стремятся войти на российский виртуальный рынок. Большое количество представителей малого и среднего виртуального бизнеса Китая через Aliexpress и сторонние платформы уже присутствуют на российском рынке. Ежедневные продажи потребительских товаров повседневного спроса, поставляемых в Россию из Таобао, максимально достигли \$ 4 млн. Но после начала 2015 года темпы роста продаж вдруг замедлились, причинами чему послужили запуск новой таможенной политики России и обострение уже существующих проблем. Проанализируем существующие проблемы, тормозящие развитие трансграничной электронной торговли Китая и России, в следующих аспектах.

#### 1. Таможенная очистка и возврат налога (Customs, Customs drawback)

Китайско-российские трансграничные отношения в области электронной коммерции встретились с первой трудностью – таможенной очисткой, которая предполагает выполнение необходимых формальностей, возникающих в связи с перемещением через таможенную границу товаров и транспортных средств и включает: таможенное оформление и уплату таможенных платежей.

Первой проблемой явилась нехватка ресурсов таможенной инфраструктуры России на обработку возросшего потока товаров. Так как таможенная инфраструктура и количество сотрудников в России были рассчитаны на обычный объем товаров, то столкнувшись с возросшим количеством иностранных посылок этих ресурсов оказалось недостаточно для удовлетворения возросшего потока. Таким образом, нехватка ресурсов привела к негативным последствиям - масса посылок стала задерживаться на таможне.

Второй проблемой явилось доминирование формы серого таможенного оформления при ввозе грузов без юридического статуса, не гарантирующей должного уровня безопасности. Третья проблема – это механизмы обеспечения безопасности самих товаров. С увеличением потока

товаров участились потери большого количества грузов, а существующие в российской таможенной механизмы и программы урегулирования трансграничной безопасности грузов требуют значительной доработки. В-четвертых, поскольку большинство экспортных грузов в рамках электронной торговли упаковывается в посылки, это создает определенные трудности многим предприятиям оплачивать валютные операции и возвращать налоги. Преобладание прохождения большей части средств от продаж товаров в стране через серые каналы является достаточно рискованным и также идет вразрез с действующим законодательством.

Такая ситуация не может быть решена в короткое время, так как требуется усовершенствовать всю модель трансграничной электронной коммерции между Китаем и Россией.

### *2. Доставка товаров.*

Россия является крупнейшей страной в мире по площади, охватывающей 9 часовых поясов. Поэтому электронная коммерция в России сталкивается с большим количеством проблем, чем в любой другой стране. В подавляющем числе, российские инфраструктуры доставки, логистические сети, службы почтовых доставок и сортировка по своему уровню отстают по своему уровню на несколько лет. При стремительном увеличении потока посылок в рамках электронной торговли в российских системах доставки проявились такие проблемы как нехватка ресурсов, способностей и опыта, что и приводит к большим задержкам доставки по срокам.

В настоящее время немало логистических провайдеров активно стремятся к решению проблем российской логистики.

### *3. Оплата.*

Еще одним серьезным препятствием является несовершенство систем оплаты. В России наблюдается дефицит в удобных для пользователей системах оплаты. За исключением Москвы и других крупных городов, где пользователи могут платить наличными при доставке, в других областях они должны предварительно оплачивать покупки, что повышает уязвимость покупателей, лишая их какой-либо защиты. Кроме того, очень высоки затраты на доставку, если стоимость доставки в городской округ Москвы составляет около 60 юаней, то при доставке в пригород она значительно возрастает.

В России метод оплаты наличными по-прежнему является основным, до сих пор у русских остается низкий уровень доверия к системам онлайн оплаты. Несмотря на прогнозы увеличения доли оплат по картам, уровень проникновения кредитных карт в России остается относительно низким в сравнении с развитыми странами. Кроме того, многие жители России используют кредитные карты, не предназначенные для оплат онлайн. Если держатель карты желает активировать функцию онлайн-платежей, то ему нужно пройти сложные банковские процедуры, гарантирующие безопасность платежей.

Все эти изменения требуют длительного времени и совместных усилий государства и платежных систем России, и с дальнейшим развитием онлайн-платежей эта проблема будет решена шаг за шагом.

Перспективным направлением развития трансграничной электронной коммерции Китая и России является расширение бизнес-моделей, например, от розничной до оптовой торговли, и углубление локализации, что дает больше шансов на успех.

Проблема надежности электронных платежей и их защищенности – сегодня один из наиболее важных факторов, влияющих на доверие клиентов. Функционирование платежных систем в Internet возможно только при обеспечении условий безопасности [3; 4].

#### 4. Низкая ценовая конкуренция

Электронная коммерция в Китае на собственном опыте прошла через порочный круг ценовой конкуренции. Во всем мире конкуренция между различными предприятиями может привести бизнес к убыточности. Включая многие китайские предприятия во главе с Alibaba, ключевой моделью конкуренции по-прежнему является низкая ценовая конкуренция.

Низкие цены являются основным направлением трансграничной электронной коммерции в Китае, конкурирующей за клиентов. Но этот путь ведет в тупик. В будущем трансграничной электронной коммерции Китая следует развивать преимущества своих товаров. Для укрепления своих конкурентных преимуществ трансграничная электронная коммерция Китая должна внедрять инновационные бизнес-модели, основанные на улучшении потребительского опыта, создании и формировании брендов.

#### 5. Тормозящее влияние гомогенизации конкуренции

В настоящее время многие предприятия трансграничной электронной коммерции Китая используют «типичные» модели продаж. Покупателям предлагается обширный выбор товаров. Но следует подчеркнуть, что стили, функции, формы и цены этих товаров в своем большинстве достаточно близки (одинаковы). Соответственно, при глобализации существует тенденция гомогенизации конкурентности, которая предполагает переход от неоднородности к однородности конкуренции.

Чтобы избавиться от гомогенизации конкуренции, трансграничная электронная коммерция Китая должны перейти от продажи продукции к продажам услуг, «моделей взаимодействия», «историй» и даже продажам «культуры». Продукты в большой степени аналогичны, но укрепить взаимодействие с покупателем возможно через развитие системы сервиса (обслуживания) покупателя, чем можно компенсировать даже отсутствие некоторых товаров.

#### 6. Защита интересов национальной электронной коммерции в России

Сильный интeрeсский протекционизм привел к осложнению ситуации в области китайско-российской электронной торговли. Например, Россия планирует взимать налоги на товары, продаваемые как в своих, так и в зарубежных интернет-магазинах, что, безусловно, повысит конкурентоспособность национальной электронной коммерции, но ослабит конкурентоспособность зарубежных партнеров в области электронной коммерции. Российскому стилю действий свойственна высокая бдительность к иностранным бизнесменам и сознательная самостраховка. Подобный стиль будет сдерживать развитие трансграничной электронной коммерции России с другими странами.

Прямое решение этой проблемы – локализация. В России существует своя специфическая система национального языка и культуры, поэтому для проведения эффективного сетевого маркетинга необходимо создание системы взаимодействия с покупателем, учитывающей менталитет российских покупателей. Выстраивание этой системы не способен решить рядовой китайский продавец. Поэтому крайне важно привлекать российских профессионалов-специалистов не только к созданию контента сайта, ориентированного на российских покупателей, и его продвижению в российских поисковых системах, но и к разработке моделей SMM (маркетинга в социальных сетях) и мобильного маркетинга. Выстраивание взаимодействия продавца с российским пользователем-покупателем требует прекрасного знания русского языка и культуры.

Таким образом, в процессе развития трансграничной электронной коммерции Китая и России прослеживаются возможности и проблемы. Только в том случае, если китайские трансграничные электронные ком-

мерции должны принять активные меры для борьбы с большим количеством препятствий, то им по плечу полностью пользоваться рыночные возможности по развитию и огромный потенциал для будущего развития. Каждая компания имеет различные сильные и слабые стороны, и каждая страна предоставляет уникальные возможности и проблемы. Только сочетаясь с этими факторами, компания может лучше развиваться в разных странах [5].

**Список литературы**

1. Alibaba Group. (2015). Annual revenue of Alibaba Group from 2010 to 2015. Statista [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.statista.com/statistics/225614/net-revenue-of-alibaba/>
2. E-commerce in Russia Key Trends & Figures [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cwdn.com/e-commerce/insights.pdf>
3. Кметь Е.Б. Последние тенденции развития рынка электронной коммерции Китая // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – №9. – С. 55–65
4. Кметь Е.Б. Электронная коммерция и экономика: учеб. пособ. с грифом УМО. – Владивосток: Издательство ВГУЭС, 2009. – 176 с.
5. Jung J.C., Ugboma M.A, Liow A.K. Does Alibaba's Magic Work Outside China? [J]. Thunderbird International Business Review. – 2015. – 57(6). – С. 505–518. Station in cross-border electricity suppliers outlet: Research Report of Chinese traditional business enterprise to change direction and strategy [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bg.qianzhan.com/report/detail/569d9aba13c74e91.html>

**Чулков Денис Николаевич**

аспирант

ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет им. Г.В. Плеханова»  
г. Санкт-Петербург

## **АЛГОРИТМ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ШАБЛОНА БИЗНЕС-ПРОЦЕССА**

**Аннотация:** в работе предложен алгоритм принятия решения о целесообразности использования шаблона бизнес-процесса на основе оценки предполагаемого экономического эффекта с учетом ограничений на минимальное значение этого эффекта и на максимальное значение затрат, связанных с разработкой и внедрением шаблона.

**Ключевые слова:** бизнес-процесс, шаблон, алгоритм принятия решения.

Несмотря на широкое распространение процессного подхода в деятельности организаций и на связанное с этим применение шаблонов бизнес-процессов, в настоящее время отсутствуют методики обоснования целесообразности использования шаблонов. В предлагаемой работе мы сделаем попытку создать такую методику.

Введем следующие обозначения:

$C_N$  – затраты на выполнение бизнес-процесса при отсутствии шаблона;

$L_j$  – потери от наступления  $j$ -й ситуации в ходе реализации бизнес-процесса при отсутствии шаблона;

$W_j$  – вероятность наступления  $j$ -й ситуации;

$C_W$  – затраты компании на разработку шаблона;



$C_I$  – затраты компании на внедрение шаблона;  
 $C_Y$  – затраты компании на выполнение бизнес-процесса при наличии шаблона;

$C_P$  – затраты организации на доработку и совершенствование шаблона;

$L_k$  – потери от наступления  $k$ -й ситуации в ходе реализации бизнес-процесса при наличии шаблона;

$W_k$  – вероятность наступления  $k$ -й ситуации при выполнении бизнес-процесса при наличии шаблона;

$S$  – дополнительный доход организации от единичного выполнения бизнес-процесса, полученный благодаря использованию шаблона.

Следовательно, экономический эффект  $E$ , получаемый организацией благодаря использованию шаблонов, равен:

$$E = Q \left( S + C_N - C_Y + \sum_{j=1}^m L_j W_j - \sum_{k=1}^p L_k W_k \right) - C_W - C_I - C_P, \quad (1)$$

где  $Q$  – число циклов повторения бизнес-процесса. Разумеется, если шаблон будет использоваться в течение достаточно длительного времени, то соответствующие показатели затрат и доходов должны быть продисконтированы.

Аналогично, поскольку  $C_W$ ,  $C_I$  и  $C_P$ , по сути дела, представляют собой инвестиции в разработку и внедрение шаблона, то рентабельность этих инвестиций  $R$  может быть рассчитана по формуле:

$$R = \frac{Q \left( S + C_N - C_Y + \sum_{j=1}^m L_j W_j - \sum_{k=1}^p L_k W_k \right)}{C_W + C_I + C_P} \quad (2)$$

В простейшем случае критерием принятия решения об использовании шаблона является выполнение одного из двух равнозначных условий  $E \geq 0$  или  $R \geq 0$ . Однако на практике ситуация имеет более сложный вид. Как показано в исследованиях И.Д. Котлярова, организации, как правило, недостаточно, чтобы экономический эффект от реализации какого-либо мероприятия был неотрицательным [Котляров 2010]. Необходимо, чтобы экономический эффект от этого мероприятия был не меньше определенной величины, а затраты на его выполнение, напротив, некоторую определенную величину не превышали. Таким образом, для принятия решения об использовании шаблона необходимо выполнение следующего сложного условия:

$$\left\{ \begin{array}{l} E \geq E_{\min}; \\ C_W \leq C_W^{\max}; \\ C_I \leq C_I^{\max}; \\ C_P \leq C_P^{\max}; \\ C_W + C_I + C_P \leq C_{\max}, \end{array} \right. \quad (3)$$

где  $E_{\min}$  – минимально приемлемое для организации значение экономического эффекта от использования шаблона;

$C_W^{\max}$  – максимально допустимая для организации величина затрат на разработку шаблона;

$C_I^{\max}$  – максимально допустимая для организации величина затрат на внедрение шаблона;

$C_P^{\max}$  – максимально допустимая для организации величина затрат на доработку и совершенствование шаблона;

$C_{\max}$  – максимально допустимая для организации величина совокупных инвестиций в разработку, внедрение и совершенствование шаблона. Возможность использования этого параметра связана с тем, что, в общем случае,

$$C_{\max} \leq C_W^{\max} + C_I^{\max} + C_P^{\max},$$

т. е. максимально допустимая для организации величина инвестиций в шаблон меньше суммы затрат на разработку, внедрение и доработку и совершенствование шаблона по отдельности.

При помощи функции Хэвисайда  $\text{Heav}(x)$ ,

$$\text{Heav}(x) = \begin{cases} 0, & x < 0; \\ 1, & x \geq 0 \end{cases}$$

и с учетом рекомендаций, приведенный в работе можно ввести понятие приведенного экономического эффекта от использования шаблона  $\text{Eff}$ ,

$$\text{Eff} = E \text{Heav}(E - E_{\min}) \text{Heav}(C_W^{\max} - C_W) \text{Heav}(C_I^{\max} - C_I) \text{Heav}(C_P^{\max} - C_P) \times \\ \times \text{Heav}(C_{\max} - C_W - C_I - C_P). \quad (4)$$

Легко убедиться, что  $\text{Eff} = E$  если выполняется условие (3), и  $\text{Eff} = 0$  (что делает использование шаблона нецелесообразным) в противном случае. Для принятия решения об использовании шаблона удобнее использовать значение приведенного эффекта  $\text{Eff}$ , чем значение простого эффекта.

Очевидно, что минимально допустимое для организации значение рентабельности инвестиций в шаблон  $R_{\min}$  равно

$$R_{\min} = \frac{E_{\min}}{C_{\max}}$$

В том случае, если необходимо выбрать один вариант использования шаблона из некоторого числа возможных, то предпочтение следует отдавать тому варианту, для которого выполняется условие  $E = E_{\max}$  в сочетании с условием (3).

Отметим, что опыт других разновидностей организационных инноваций показывает [4], что организация может также получить дополнительный доход непроизводственного характера (косвенный доход).

Экономия  $E_{\text{ins}}$  на страховых выплатах благодаря приросту определенности деятельности организации и снижению рисков (шаблоны нередко позволяют перевести проектную деятельность в рутинную, что ведет к уменьшению рисков).

Дополнительный доход  $I_{ass}$  от продажи, сдачи в аренду или иного использования активов, высвободившихся в связи с реинжинирингом внутрикорпоративных бизнес-процессов.

Дополнительный доход  $I_{tr}$  от предоставления внешним организациям права пользования шаблоном (полностью или частично), например, посредством франчайзинга, бенчмаркинга или обучения сторонних организаций.

С учетом сказанного выше косвенный валовой доход  $E_{ind}$  организации от использования шаблона равен

$$E_{ind} = E_{ins} + I_{ass} + I_{tr}. \quad (5)$$

Комбинируя формулы (1) и (5), получим, что совокупный доход организации от наличия шаблона  $E_{comp}$  равен

$$E_{comp} = E + E_{ind}. \quad (6)$$

Разумеется, слагаемые в формуле (5) необходимо продисконтировать, чтобы привести значения эффекта к одному моменту времени.

По аналогии с условием (3) можно ввести условие (7):

$$E_{ind} \geq E_{ind}^{\max} \quad (7)$$

а по аналогии с приведенным экономическим эффектом  $Eff$  (формула (4)) можно ввести понятие приведенного косвенного экономического эффекта  $Eff_{ind}$ :

$$Eff_{ind} = E_{ind} \text{Heav}(E_{ind} - E_{ind}^{\min}).$$

Понятно, что  $Eff_{ind} = E_{ind}$ , если выполняется условие (7), и  $Eff_{ind} = 0$  в противном случае.

Аналогично, можно ввести понятие полного приведенного экономического эффекта от использования шаблона  $Eff_{comp}$ :

$$Eff_{comp} = (E + E_{ind}) \text{Heav}(E - E_{\min}) \text{Heav}(C_w^{\max} - C_w) \text{Heav}(C_I^{\max} - C_I) \times \text{Heav}(C_p^{\max} - C_p) \text{Heav}(C_{\max} - C_w - C_I - C_p) \text{Heav}(E_{ind} - E_{ind}^{\min}). \quad (8)$$

Легко убедиться в том, что выполнение условия  $Eff_{comp} > 0$  равнозначно совместному выполнению условий (3) и (7), и может служить критерием принятия решения о целесообразности внедрения шаблона.

Таким образом, сделанные выше рассуждения позволяют утверждать следующее, что для принятия решения об использовании шаблона достаточно, чтобы суммарный прямой и косвенный экономический эффект, полученный благодаря шаблону, был положительным: необходимо, чтобы он был больше заранее установленной величины, а затраты, связанные с разработкой и внедрением шаблона, были меньше определенной величины (т. е. необходимо, чтобы совместно выполнялись условия (3) и (7)).

#### Список литературы

1. Клюкин Е.В., Грошков Д.В. Бенчмаркинг в управлении материальным обеспечением военной организации // Экономика и предпринимательство. – 2014. – №12–2. – С. 555–557.
2. Котляров И.Д. Алгоритм принятия решения об использовании аутсорсинга в нефтегазовой отрасли // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2010. – №11. – С. 33–38.
3. Котляров И.Д. Финансовая составляющая отношений франчайзинга: проблема расчета ставки роялти // Корпоративные финансы. – 2011. – №1. – С. 32–39.

4. Котляров И.Д. Проблемы оценки экономического эффекта аутсорсинга // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2013. – №6. – С. 9–13.
5. Наркевич Е.Г. Франчайзинг как форма кооперации: попытка анализа // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2012. – №4. – С. 22–25.
6. Смирнов А.Б. Инвестирование капитала в бизнес-процессы розничного торгового предприятия // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2013. – №12. – С. 42–44.
7. Тушавин В.А. Кайдзен и Scrum проекты как инструмент организационного научения в ИТ-компаниях // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2014. – №2. – С. 27.

# ЭКОНОМИКА ТРУДА, ДЕМОГРАФИЯ

*Рахлина Людмила Валентиновна*

канд. экон. наук, доцент

ФГКОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет

МВД России»

г. Санкт-Петербург

## РЫНОК ТРУДА И ЕГО ДЕФОРМАЦИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

**Аннотация:** рассматривается современное состояние рынка труда, подтверждается необходимость стабилизации негативных процессов, происходящих на рынке труда за счет конкретных мер.

**Ключевые слова:** социально-трудовая сфера индивида, рынок труда, спрос на рабочую силу, предложение на рабочую силу, занятость населения.

Переход России к рыночным отношениям существенно изменил все сферы деятельности индивида, в том числе и социально-трудовую сферу. Рынок труда, как сфера, где наиболее тесным образом сталкиваются интересы различных групп работодателей-нанимателей рабочей силы и трудоспособного населения, нуждающегося в получении работы на условиях найма, также претерпел существенные изменения. С одной стороны, это связано с изменением совокупного предложения рабочей силы, которое определяется демографическими, экономическими, социальными факторами, а также свободой выбора индивида. С другой стороны, с изменением совокупного спроса на рабочую силу, который зависит от состояния экономики, количеством и качеством имеющихся рабочих мест.

Сегодня российский рынок рабочей силы характеризуется рядом негативных особенностей: демографический кризис, резкий рост иммиграции рабочей силы, социальная поляризация населения, изменение этнического и национального состава населения, наличие и усиление несоответствия спроса и предложения рабочей силы, как по профессионально-квалификационным, так и по другим качественным характеристикам; падение престижа рабочих профессий; слабая заинтересованность работодателей в привлечении лиц, без соответствующего опыта работы (более 1 года) по данной специальности, что в свою очередь создает возможность для его деформации.

По данным Росстата численность населения в РФ с 1992 года ежегодно сокращается в среднем на 764 тыс. чел. и к началу 2016 года может опуститься до 135 миллионов человек. Это уже привело к усилению дефицита трудовых ресурсов, повышению интенсивности миграционных потоков и неизбежному расширению масштабов социального демпинга.

По данным УФМС на территории нашей страны ежегодно находится более 20 миллионов мигрантов из 140 стран. Так по данным УФМС по СПб и Ленинградской области за 9 месяцев 2014 года было оформлено разрешений на временное пребывание 8165 чел., что на 30,6% больше аналогичного периода прошлого года, в том числе продлен срок пребывания для 1127 человек [1]. Однако, повышение интенсивности миграционных потоков не означает качественное улучшение состояния рынка труда. В основном границу РФ пересекают лица в возрасте 40–55 лет со средним

или неполным средним образованием, приезжающие с целью трудоустройства, часто работающие не по своей специальности, а иногда и без разрешения на работу.

Если анализировать состояния рынка труда 2014–2015 гг., то можно столкнуться с неким несоответствием, а именно заметное превышение предложения труда над спросом на рабочую силу, что лишний раз подчеркивает несоответствие между квалификацией работников, ищущих работу и требованиями работодателей в отношении необходимой квалификации. В результате большое количество людей, имеющих высшее образование, в лучшем случае сразу же проходят курсы повышения квалификации, в худшем случае вынуждены соглашаться на любую работу. В этой связи применение нестандартных форм занятости носит одновременно вынужденный и добровольный характер.

К дисфункциям социально-трудовых отношений относятся: неполная занятость (сокращенный рабочий день, отпуск за свой счет), неформальная занятость (временная занятость, занятость без оформления, дистанционная занятость, самозанятость), безработица.

В 2014 году американская газета USA Today опубликовала данные исследования, проведенного Организацией экономического сотрудничества и развития, согласно которому Россия в 2012 году оказалась самой образованной страной мира. По данным ОЭСР, в России примерно 53,5% россиян имеют высшее образование. На втором месте находится Канада – 52,6%, затем Япония – 46,6%, Израиль – 46,4%, США – 43,1%.

Необходимо сразу отметить, что данное исследование носит в большей степени количественный анализ, чем качественный, так как по статистике более 70% выпускников высших учебных заведений после его окончания не хотят работать по специальности.

И опять прослеживается несоответствие, как при таком объеме дипломированных специалистов экономическая сфера испытывает нехватку необходимых квалифицированных кадров, по неофициальным данным 64% предприятий сталкиваются с подобной проблемой.

Наибольшая безработица наблюдается среди выпускников гуманитарных и экономических специальностей. По мнению самих выпускников 79% считают, что именно вуз должен содействовать тому, чтобы «трудоустройства» сложилась благоприятный образ. Опрошенные студенты считают, что шансы выпускников в трудоустройстве повысятся, если будут налажены партнерские отношения с предприятием (69%), созданы условия для совмещения учебы и работы (27,1%) [3, с. 27].

Переизбыток квалифицированной рабочей силы, по нашему мнению, возникает из-за удовлетворительного уровня образования, что характерно для всей системы образования: от дошкольного до высшего, а также в результате чрезмерной коммерциализации сферы образования. Многие образовательные учреждения, стремясь извлечь максимальную прибыль за минимальный период времени, пренебрегают качеством предоставляемых услуг и идут по пути выставления демпинговых расценок на обучение. В данном случае ставка делается на количество обучаемых, и необходимая прибыль извлекается именно за счет «массовости» услуги. Понятно, что есть и такие организации, которые превращают обучение в пустую формальность.

Негативным образом на состояние рынка труда оказывает психологический фактор, который связан с падением престижа рабочей профессии, чему способствуют российские фильмы, в которых в основном показывают жизнь банкиров, юристов и предпринимателей. Несмотря на сокращение в вузах бюджетных мест, семьи согласны оплачивать высшее образование своих детей. 73% всех российских родителей готовы платить за

общее среднее, среднее профессиональное и первое высшее. При этом, 71% ответили, что готовы платить в пределах 50 тысяч рублей в год. 20% называют посильной для себя сумму в 50–100 тысяч, 9% – более 100 тысяч рублей [2].

Все вышеотмеченные негативные проявления рынка труда приводят к снижению качества трудовых ресурсов по целому ряду параметров: уровню образования, продолжительности и качеству подготовки, уровню заработной платы коренного населения; ущемлению трудовых прав российских граждан. Что в свою очередь приводит к дисфункции самого рынка труда, повышению безработицы, снижению благополучия жизни и уверенности людей в будущем. Всё это оказывает прямое влияние на экономическую безопасность в социально-экономической сфере. Так как сфера трудовых отношений составляет базис социально-экономической сферы, без которой она не может эффективно развиваться.

На наш взгляд проблема стабилизации и эффективного развития рынка труда многогранна и не может быть решена за счет единичных мер, а должна носить системный характер, а именно:

1. Внести соответствующие изменения в Трудовой кодекс РФ, касающиеся ответственности работодателя по обеспечению качества труда.

2. Повысить уровень МРОТ, для того чтобы работодатели не могли устанавливать заработную плату на уровне 6 тыс. рублей (МРОТ с 1 января 2015г. 5965 рублей), что позволит повысить занятость российских граждан.

3. Введения государственного заказа на подготовку специалистов в вузах и контрактной формы закрепления специалистов, подготовленных в рамках целевых программ (с соответствующими обязательствами сторон по срокам закрепления и объемам возмещения затрат).

4. Необходимо ведения государственного кадастра рабочих мест, сбора статистических данных о количестве выпускников по различным специальностям, особое внимание должно уделяется перспективным в плане трудоустройства профессиям, что позволит обеспечить сбалансированность спроса и предложения на рынке труда, прежде всего рынка труда молодежи.

5. В центрах занятости целесообразно проведение психологической поддержки безработных для коррекции их психического состояния, а также для облегчения процесса трудоустройства и закрепления на новом рабочем месте.

6. Провести качественный анализ миграционных потоков, привести в соответствие количество лиц, приезжающих и количество лиц, трудоустраивающихся.

7. Необходимо на регулярной основе осуществлять ежемесячный мониторинг процессов обращения, перепрофилирования, направления и трудоустройства граждан, обращающихся в Центры трудоустройства.

8. С помощью средств информации, в рамках школьных факультативов пропагандировать значение всех профессий, прежде всего рабочих, в школах организовывать выездные занятия на производства.

#### *Список литературы*

1. Данные о миграционной подвижности населения РФ в 2014 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.ufms.spb.ru](http://www.ufms.spb.ru)
2. Данные о уровне образования в РФ за 2014 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.tg.ru](http://www.tg.ru)
3. Лаамарти Ю. Профессиональное самоопределение студентов с точки зрения социологов // Человек и труд. – 2014. – №10.

**Стрекалова Светлана Александровна**  
доцент, преподаватель

**Нутикова Анна Алексеевна**  
студентка

ФГБОУ ВПО «Сибирский государственный  
индустриальный университет»  
г. Новокузнецк, Кемеровская область

## СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ ТРУДОВОЙ МИГРАЦИИ

***Аннотация:** авторы статьи отмечают, что в конце XX – начале XXI вв. среди миграционных потоков в Россию начинает преобладать поток трудовой миграции, масштабы которого заметно выросли на протяжении последовавшего десятилетия.*

***Ключевые слова:** трудовая миграция, поток иностранных мигрантов, разрешение на работу, патенты, осуществление трудовой деятельности.*

Трудовая миграция – это вид миграции, представляющий собой территориальное передвижение людей из регионов с негативной экономической ситуацией с целью поиска места работы. В основном, трудовая миграция вызвана стремлением повысить заработок, путем более оплачиваемой работы.

Различают внутреннюю и международную трудовую миграцию. Под внутренней миграцией понимают переезд людей внутри одного государства, а под международной – переезд с пересечением границы государства.

Международная трудовая миграция так же разделяется на несколько видов по временному признаку:

1. Безвозвратная миграция. Переезд в другую страну на постоянное место жительства.

2. Цикличная миграция. Временная смена места жительства на определенный срок (неделя, месяц, год и т. д.) с возвращением к прежнему месту жительства.

3. Сезонная миграция. Переезд в другую страну на время сезона, т.е. для сезонной работы (сельское хозяйство, туристическая сфера деятельности и т. д.)

4. Маятниковая миграция. Ежедневные выезды за границу с целью работы.

5. По данным, приведенным главой ФМС, на данный момент в России находится около 9,5 млн иностранных мигрантов. Из них примерно 1,3 млн работают законно и 4,5 млн являются нелегальными мигрантами.

Рассмотрим численность иностранных граждан, осуществляющих трудовую деятельность в России в 2013–2014 гг. по данным ФМС России.



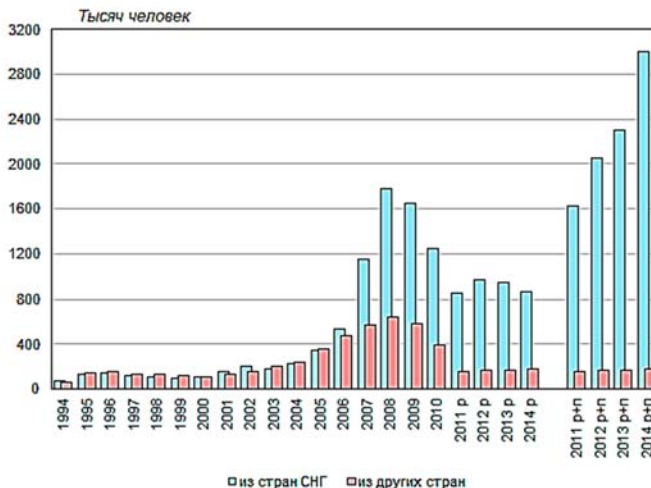


Рис. 1. Численность иностранных граждан, осуществляющих трудовую деятельность в России в 2013–2014 гг.\*

\*за 2011–2014 годы – число имевших действующее разрешение на работу на конец года (р), число имевших действующее разрешение на работу на конец года и получивших патенты на осуществление трудовой деятельности у физических лиц в течение года (р+п); 2014 год – без учета сведений по Крымскому федеральному округу.

На данном рисунке мы видим, что в 2013 г. число трудовых мигрантов, имевших действующее разрешение на работу на конец года, сократилось по сравнению с 2012 г до 1111,5 тысячи человек (на 3,2%). Так же снижение продолжалось и в 2014 г. достигнув на конец года отметки 1043,8 тысячи человек, что на 6,7% меньше, чем в 2013 г.

Что касается иностранных мигрантов из стран СНГ, имевших разрешение на работу и получивших патенты, то их число стабильно возрастало. Таким образом, в 2013 г. патенты получили 1356,7 тысяч человек (что на 25,6% больше, чем в 2012 г.), а в 2014 г. – 2134 тысячи человек (что в 1,6 раза больше, чем в 2013 г.) (рис. 1).

Далеко не все приезжие граждане работают в России легально, многие из них осуществляют трудовую деятельность без разрешения и наличия патентов на осуществление трудовой деятельности.

Так по данным за 2013 г. доля занятых иностранных граждан в России, имевших действующее разрешение на работу на конец года, составила 1,6%, от общей численности экономически занятых, а доля получивших патенты в течение года – 1,9%.

По данным за 2014 г. доля иностранной рабочей силы в общей численности экономически занятых в России поднялась до 4,4%, а доля трудовых мигрантов, имевших разрешение на работу, снизилась до 1,4%. При этом доля получивших патенты в течение года возросла до 3%.

В основном на заработки в Россию приезжают иностранные граждане в возрасте от 18 до 29 лет. При этом число мужчин преобладает над числом женщин, независимо от возраста.

По данным ФМС России, рассмотрим число иностранных граждан по полу и возрасту в 2013–2014 гг.

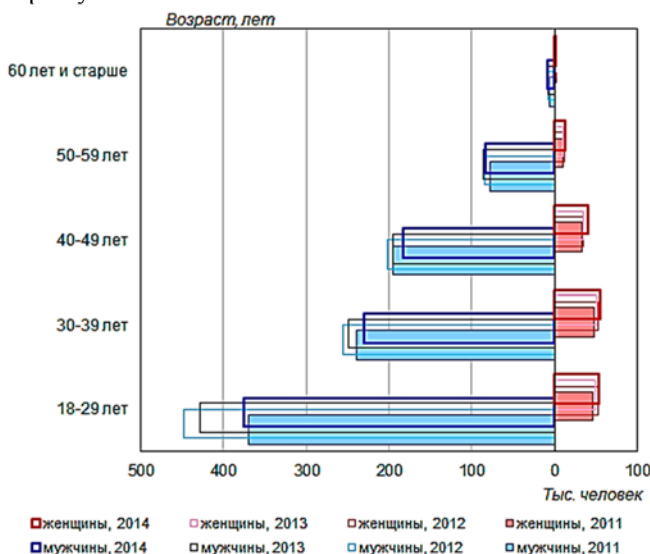


Рис. 2. Число иностранных граждан, имевших действующее разрешение на работу в России, по полу и возрасту, тысяч человек на конец года (без учета сведений по КФО)

На рисунке 2 мы можем увидеть то, что наибольшее число мигрантов составляют мужчины в возрасте от 18 до 29 лет (около 84,5% в 2014 г.), как уже было сказано выше. Наибольший удельный вес женщин приходится на возрастную группу от 30 до 39 лет (19,4%).

В 2014г. доля потока мигрантов от 18 до 29 лет составила 41%, от 30 до 39 лет – 27% и от 40 до 49 лет – 21%.

Снижение численности привлекаемой в экономику России иностранной рабочей силы на основании разрешений на работу в 2014 году шло в основном за счет молодых мужчин (больше всего – на 12% – в возрасте 18–29 лет). Число женщин, получивших разрешение на работу в России, напротив, увеличивалось, хотя и оставалось небольшим.

В Россию идет большой поток мигрантов из разных стран мира. Если до 2006 г. наибольшее количество мигрантов приезжали на территорию РФ из Украины, то в последние годы наиболее крупными поставщиками рабочей силы стали Узбекистан и Таджикистан.

Рассмотрим число стран СНГ, осуществляющих трудовую деятельность в России за 2013–2014 гг., по данным ФМС России.

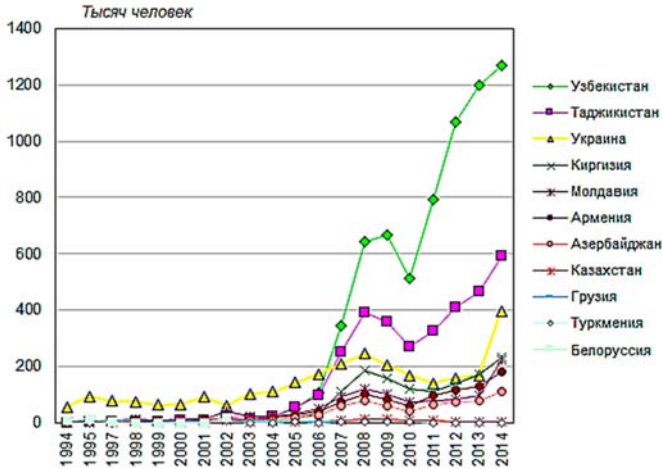


Рис. 3. Число граждан стран СНГ, осуществлявших трудовую деятельность в России, 2013–2014 гг.\*

*\*за 2013–2014 годы представлено число имевших действующее разрешение на работу на конец года и получивших патенты на осуществление трудовой деятельности у физических лиц за год (без учета сведений по Крымскому федеральному округу).*

На данном рисунке мы видим, что в общем числе иностранцев, имевших разрешение на работу по состоянию на конец 2014 года, 83% (866 тысяч человек) составляли граждане стран СНГ, в том числе граждане Узбекистана – 40% (422 тысячи человек), граждане Таджикистана – 14% (146 тысяч человек), граждане Украины – 13% (140 тысяч человек). Среди граждан стран дальнего зарубежья (16,9%) преобладали граждане Китая – 7% (71,7 тысячи человек).

Среди иностранцев, получивших патенты на осуществление трудовой деятельности у физических лиц – граждан России в течение 2014 года, граждане Узбекистана составили почти 40% (849 тысяч человек), граждане Таджикистана – 21% (444), граждане Украины – 12% (256), граждане Молдавии – 8% (180), граждане Армении и Киргизии – примерно по 7% (149 и 157 тысяч человек), граждане Азербайджана – 4,5% (97 тысяч человек). Число граждан Казахстана среди получивших патенты незначительно (0,2 тысячи человек), а граждан Туркмении нет вовсе.

На данный момент наибольший процент трудовых мигрантов в России составляют иностранные граждане. Но значительное превращение численности иностранных мигрантов над мигрантами СНГ было далеко не всегда. Так, например, в 2006 г. трудовая миграция из стран СНГ немного превысила поток мигрантов из зарубежных стран, а в 2007 г. уже заметно опережала приток иностранной рабочей силы.

Почему же такое большое количество трудовых мигрантов едут на заработки в Россию?

Главной причиной трудовой миграции является существенная разница в оплате труда. Вторичной причиной является стремление к более полной профессиональной самореализации.

С 2006 г. в России начала уменьшаться численность населения в трудоспособном возрасте и уменьшается до сих пор. И по прогнозам многих

экспертов в дальнейшем убыль трудоспособного населения будет продолжаться. В связи с данной ситуацией, России не обойтись без использования иностранной рабочей силы.

**Список литературы**

1. Масштабы трудовой миграции в Россию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://russiancouncil.ru/inner/?id\\_4=2342#top-content](http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=2342#top-content)
2. Число иностранных граждан, получивших разрешение на работу в России, снизилось в 2014 году на 6%, а число получивших патенты возросло в 1,6 раза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.demoscope.ru/weekly/2015/0635/barom05.php>

**Ясудин Данил Рашидович**  
магистрант

**Мокроносов Александр Германович**  
д-р экон. наук, заведующий кафедрой

ФГАОУ ВПО «Российский государственный  
профессионально-педагогический университет»  
г. Екатеринбург, Свердловская область

## **МОЛОДЕЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ ТРУДА**

***Аннотация:** данная научная статья посвящена разбору существующих проблем молодежного рынка труда и поиску их решений в контексте молодежного предпринимательства как фактора решения данных проблем. Изучается существующая ситуация на рынке труда, анализ влияния молодежи на нее и приводятся статистические данные по участию молодого поколения в малом предпринимательстве.*

***Ключевые слова:** молодежь, предпринимательство, рынок труда, Свердловская область, проблема, решение, регион.*

Изменения, произошедшие в России в начале 90-х годов, в частности переход к рыночной экономике, оказали существенное влияние на российское общество. Был запущен необратимый процесс переориентации основных направлений хозяйственной деятельности субъектов экономики, что, в свою очередь, повлекло за собой усиление роли сектора предпринимательства в целом, и малого предпринимательства в частности. Но даже спустя несколько десятилетий, малый бизнес остается одним из приоритетных направлений развития экономики нашей страны.

Проанализировав имеющуюся тенденцию к росту числа малых предприятий и микропредприятий, можно сделать вывод, что сегодня наша страна находится на важном этапе своего экономического, политического и социального развития. И, что неоспоримо, именно молодежь является наиболее активной составляющей гражданского общества: молодые более приспособлены к внедрению инновационных проектов и технологий в различных сферах, они являются сосредоточением принципиально новых знаний и идей, они мобильны и полны сил для устройства своей жизни. Молодое поколение считается главным фактором устойчивости развития России и в большинстве своем – движущей силой преобразований в обществе. Доля молодежи в малых предприятиях указана в таблице 1.

Таблица 1

<i>Вид экономической деятельности</i>	<i>Количество малых предприятий в СО</i>	<i>Количество предприятий в СО (всего)</i>	<i>% малых предприятий в СО</i>	<i>Количество людей, занятых на малых предприятиях в СО</i>	<i>Количество занятой молодежи в СО</i>	<i>Количество молодежи, занятой в малых предприятиях в СО</i>	<i>Удельный вес молодежи в малых предприятиях СО</i>
<i>Всего</i>	7465	164670	4,53%	197700	488300	22136	11,20%
<i>сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство</i>	161	3307	4,87%	6200	12200	594	9,58%
<i>добыча полезных ископаемых</i>	46	587	7,84%	2000	11200	878	43,88%
<i>обрабатывающие производства</i>	1184	14797	8,00%	47100	98900	7914	16,80%
<i>производство и распределение электроэнергии, газа и воды</i>	113	1107	10,21%	4700	17200	1756	37,36%
<i>строительство</i>	799	17109	4,67%	19600	32700	1527	7,79%
<i>оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования</i>	2805	64847	4,33%	63300	119500	5169	8,17%
<i>транспорт и связь</i>	455	12576	3,62%	10900	58700	2124	19,48%
<i>финансовая деятельность и операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг</i>	1542	35632	6,36%	34400	54500	3466	10,08%
<i>образование</i>	16	4572	0,35%	500	38900	136	27,23%
<i>здравоохранение и предоставление социальных услуг</i>	144	2129	6,76%	3500	27500	1860	53,14%
<i>предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг</i>	200	8007	2,50%	5500	17000	425	7,72%

Как видно из данной сводной таблицы, доля молодежи в малых предприятиях в нашем регионе сравнительно невелика от общего числа предпринимателей. Однако, если рассматривать определенные отрасли, такие как здравоохранение и предоставление социальных услуг, производство и распределение газа и воды, добыча полезных ископаемых, то в них доля молодежи составляет практически 50%, а то и превышает данное значение. Это говорит о набирающей популярности данных отраслей в молодежной среде. Следовательно, необходимо развивать эти направления деятельности, чтобы молодежь и дальше вкладывала свои трудовые ресурсы в рост предпринимательства.

Почему именно на молодежь должна делаться ставка? Во-первых, это связано со спецификой России: долгое время в нашей стране предпринимательство считалось неким проявлением мошенничества, и оно просто не поддерживалось государством. Сейчас же пришло понимание необходимости развития малого и среднего бизнеса, важности оказания помощи, поддержки. Именно молодежь должна являться основной движущей силой развития малого и среднего бизнеса. Ведь молодое поколение уже выросло в новых реалиях, где предпринимательскую деятельность воспринимают, как основу материального благополучия и профессионального роста [1].

Во-вторых, молодежь в большей степени готова к переменам, легче и быстрее привыкают к новым условиям, что, безусловно, очень важно для современного общества. Молодежь, как правило, отличается креативностью мышления, что положительно должно повлиять на предпринимательскую деятельность, на конкурентоспособность бизнеса. Также молодые люди обладают высоким уровнем актуализации образования, так как совсем недавно окончили учебные заведения, либо все еще учатся, и их знания еще не устарели.

Очевидные проблемы занятости молодежи в истории современной России во многом были связаны с объективными процессами – низким уровнем развития промышленности страны, непредсказуемыми изменениями в социально-экономической сфере, ухудшением демографической ситуации в России, ослаблением физического и психического состояния здоровья населения, снижением уровня жизни населения и влиянием социально-экономических факторов на образ жизни молодежи. Более 80% учащихся высшей школы по окончании вуза нуждаются в помощи при трудоустройстве [2]. Малое предпринимательство, как один из ключевых факторов обеспечения достойного уровня занятости населения, является наиболее адаптивным, мобильным, оперативней реагирует на динамичные изменения внешней среды, активно способствует развитию инновационного потенциала экономики, коммерциализации научных разработок и исследований, а также использованию инновационных технологий. Предпринимательство, как фактор решения проблем занятости, способно быстро создавать новые рабочие места, следовательно, снижается безработица, также малый и средний бизнес обеспечивает высокую эффективность капиталовложений и, как следствие, увеличиваются налоговые поступления в бюджеты всех уровней, в том числе, регионального [3].

Органы местного самоуправления в России, в том числе расположенные на территории Свердловской области, в соответствии с Федеральным законодательством создают условия для развития малого и среднего предпринимательства, в том числе:

- 1) формируют и осуществляют муниципальные программы развития субъектов малого и среднего предпринимательства с учетом националь-

ных и местных социально-экономических, экологических, культурных особенностей;

2) осуществляют анализ финансовых, экономических, социальных и иных показателей развития малого и среднего предпринимательства и эффективности применения мер по его развитию, прогноз развития малого и среднего предпринимательства на территориях муниципальных образований;

3) осуществляют формирование инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства на территориях муниципальных образований и обеспечение ее деятельности;

4) содействуют деятельности некоммерческих организаций, выражающих интересы субъектов малого и среднего предпринимательства, и структурных подразделений указанных организаций;

5) образуют координационные или совещательные органы в сфере развития малого и среднего предпринимательства [4].

В Свердловской области создан областной Совет по развитию малого и среднего предпринимательства. При органах местного самоуправления в Свердловской области действует 80 муниципальных Советов по развитию малого и среднего предпринимательства. На территории Свердловской области действуют 69 муниципальных программ поддержки малого и среднего предпринимательства.

Изучив текущее положение молодежи на фоне современных процессов, протекающих на рынке труда, а также проанализировав особенности функционирования и развития молодежного предпринимательства на региональном рынке труда, проведя комплексную оценку факторов его развития и методик по его совершенствованию, можно сделать вывод о том, что те изменения, которые имели место на этапе становления рыночной экономики оказали существенное влияние на российское общество. Это повлекло за собой усиление роли сектора предпринимательства в целом, и малого предпринимательства в частности. Но, несмотря на указанную тенденцию, очевидные проблемы занятости молодежи существуют и по сей день. И малое предпринимательство, являясь по праву, одним из ключевых факторов обеспечения достойного уровня занятости населения, активно способствует развитию инновационного потенциала экономики. Поэтому особое значение придается поддержке самозанятости населения. Безусловно, одной из проблем занятости является молодежная безработица. Однозначно, данная тема остается и будет актуальной еще не одно десятилетие, пока несколько поколений молодых предпринимателей не смогут положительно повлиять на нынешнюю экономико-социальную ситуацию в секторе молодежного предпринимательства на региональном рынке труда.

#### *Список литературы*

1. Шахометьева М.Р. Молодежное предпринимательство как фактор развития экономики России // Материалы VI Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2014/345/2176>
2. Шерер И.Н. Социально-экономическая трансформация регионального молодежного рынка труда: Монография. – 2011.
3. Власов Г.Ю. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе // Российское предпринимательство. – 2011. – №10. – Вып. 2 (194). – С. 11–16.
4. Статья 5. Закон Свердловской области от 4 февраля 2008 г. №10-ОЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Свердловской области».

## МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

**Батейкин Дмитрий Викторович**

канд. экон. наук, доцент  
АНОО ВО «Алтайский институт финансового управления»  
г. Барнаул, Алтайский край

### БАЛАНС ДЕНЕЖНЫХ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

***Аннотация:** в статье представлена поэтапная методика развития региона на среднесрочную перспективу, расставлены акценты в формировании модели, которая зависит от экономической динамики региона, мировых цен на нефть, размеров государственных социальных расходов.*

***Ключевые слова:** методика развития региона, среднесрочная перспектива, доходная часть бюджета, социальные трансферты, налоги, платежи.*

Расчет доходов населения начинается с определения фонда оплаты труда. Норма начислений на него определяет одновременно и объем основной части социальных трансфертов. Остальная их часть выплачивается из регионального бюджета, ее рост задается индексом. Доходы от предпринимательской деятельности задаются в зависимости от расходов на товары и услуги. Объем доходов от собственности задается индексом, показывающим изменение среднего процента по вкладам и ценным бумагам. Прочие доходы задаются долей от суммы оплаты труда, предпринимательских доходов, социальных трансфертов, доходов от собственности. Налоги и платежи рассчитываются как доли от фонда оплаты труда. Расходы на приобретение валюты рассчитываются как функция от суммарных доходов за вычетом доходов от продажи валюты. Соответственно, доходы от продажи валюты задаются нормой от расходов на приобретение. В результате определяется общий объем номинальных доходов и располагаемые доходы населения. Далее вычисляется расход на товары и услуги по эконометрическому уравнению как функция от располагаемого дохода. Приrost денежной наличности на руках у населения рассчитывается долей от общей величины доходов. Разность доходов и всех названных расходов дает ресурсы сбережений: сумму прироста сбережений в банках, покупки недвижимости и ценностей, прироста задолженности по кредитам [1].

Доходная часть бюджета формируется, за счет прямых и косвенных налоговых доходов, взимаемых с рыночного сектора и населения. Они исчисляются с помощью заданных на перспективу соответствующих ставок и норм распределения между центром и регионами. Базой налога на прибыль является полученная прибыль, налога на добавленную стоимость предприятий рыночного сектора. Налог с продаж и акцизы исчисляются по норме от расходов населения на товары и услуги. Налог на совокупный доход, уплачиваемый населением, нормируется к налогу торговли в секторе домохозяйств, а налог, уплачиваемый предприятиями, – соответственно к налогу торговли в секторе предприятий. Такой способ расчета обусловлен тем, что именно от данной отрасли поступает основная часть данного налога. Платежи за пользование природными ресурсами принимаются пропорциональными объему других налогов на производство, частью которых они в основном являются [2].



Налог на имущество предприятий рассчитывается по норме от стоимости основных фондов крупных и средних коммерческих организаций на начало года (конец предыдущего года). При этом используется следующее упрощенное описание динамики основных фондов, использующее линейную интерполяцию динамики инвестиций внутри прогнозного интервала и гипотезу постоянного объема выбытия:

$$K_{t+k-1} = (1 - \eta \times k) \times K_t + (I_t + (I_{t+k} - I_t) \times (k - 1) / k) \times \gamma,$$

где  $K_{t+k-1}$ ,  $K_t$  – основные фонды соответственно на начало прогнозного года и на конец базисного года;

$\eta$  – норма выбытия основных фондов;

$k$  – длина прогнозного периода;

$\gamma$  – коэффициент, отражающий усредненную долю ввода фондов в инвестициях за счет средств предприятий и организаций, исчисленный по данным за базисный период.

Прочие налоги, пошлины и сборы рассчитываются упрощенным способом. Расходная часть бюджета включает субсидии на продукты, субсидии на производство, трансферты, расходы на оказание услуг, капитальные расходы, расходы на кредиты за вычетом погашения и расходы на выплату процентов.

Взаимосвязь параметров выражается в том, что либо в двух (или более) таблицах фигурируют одни и те же переменные, либо показатели одной таблицы рассчитываются на базе показателей другой. Перспективные расчеты осуществляются путем экзогенного задания системы структурных параметров и коэффициентов, исчисленных на основе информации за отчетные годы, а также части переменных, фигурирующих в этих таблицах.

Проблема адекватного отображения экономических процессов при разработке экономико-математического инструментария следующая:

- основная часть расчетов проводится по модифицированной версии межотраслевой модели;
- результаты расчетов формируются по ценовой модели межотраслевого баланса.

При включении принятых параметров результат работы состоит в оценке свойств, а также в оценке соответствия представлений полученных результатов расчетов, включенных в модель. Удовлетворительный характер работы модели в целом и отдельных ее частей позволяет относиться к манипуляциям с экзогенными переменными как к имитации действий исполнительной власти, вызывающей соответствующую реакцию экономики. Основная задача – это выявление воздействия на экономику каждого из параметров сценарных условий с обеспечением сопоставимости результатов и определенного единообразия расчетов. Чтобы существовала возможность оценки влияния факторов и не возникало сложностей с их интерпретацией, предлагаем поэтапную методику исследования [3]:

- на первом этапе рассчитывается условный, так называемый нулевой вариант развития региона на среднесрочную перспективу. Главная отличительная особенность этого варианта состоит в фиксировании на прогнозном интервале всех экзогенных переменных модели на уровне базисного года. Это означает, что темп изменения всех экзогенных переменных равен нулю. Таким образом, в рамках данного варианта остаются неизменными все разработанные экзогенные параметры, включая параметры сценарных условий. Следует обратить внимание на то, что фиксирование экзогенных параметров не означает автоматического фиксирования эндо-

генных переменных. Модель является динамической и содержит определенный набор последствий, естественно ожидать на начальном этапе определенной динамики рассчитанных в модели переменных не приходится;

– на втором этапе происходит «включение» того или иного параметра сценарных условий и оценивание прогнозной траектории (и всех переменных модели) с участием этого экзогенного параметра. Сопоставление значений переменных модели со значениями соответствующих переменных нулевого варианта позволяет понять меру влияния конкретного параметра сценарных условий на производство, доходы и цены как в целом по экономике, так и применительно к отдельным секторам и сферам экономики;

– на третьем этапе осуществляется исследование совместного влияния на экономику основных факторов и сценарных условий, в рамках вариантов развития региона.

Технология ситуационного регионального прогнозирования, которая реализуется исполнительными органами в регионе создается с помощью автоматизированных систем регионального прогнозирования «АИС-Регион» [4].

«АИС-Регион» состоит из совокупности подсистем, обеспечивающих работу по следующим направлениям:

- макроэкономические балансы;
- формирование стратегии регионального развития;
- финансовые ресурсы;
- бюджетная политика;
- качество жизни населения;
- демография и трудовые ресурсы;
- капитальные вложения.

В математическом смысле модель региона выглядит следующим образом:

$dX / dt = F_x(X, U, C_u, C, t)$  – модель движения ресурсов;

$Y = F_y(X, C_u, C, t)$  – модель наблюдения;

$U = F_u(X, C_u, C, t)$  – модель поведения субъектов региона;

$C_u = F_c(t)$  – сценарные условия;

$X(0) = X_0$  – начальные условия (информационная база);

где  $X$  – вектор координат, характеризующих состояние ресурсов региона;

$Y$  – вектор показателей его развития;

$U$  – вектор параметров управления распределением ресурсов;

$C_u$  – сценарные условия (траектории экзогенных параметров модели);

$C$  – константы модели.

Математически модель региона представляет собой совокупность частных динамических моделей, построенных на балансовой основе и объединенных через общие переменные в единую вычислительную сеть, образуя тем самым региональный «баланс балансов» [5]. В основу технологии прогнозирования деятельности региона положена концепция, согласно которой прогноз является результатом эволюции исходного состояния балансовой имитационной модели деятельности региона на заданную перспективу при задаваемых сценарных условиях. В процессе прогнозирования база данных переносится в точку прогнозирования через модель причинно-следственных связей. Достоинство используемого подхода к прогнозированию – это сбалансированность получаемого прогноза по всем приложениям и подсистемам.

Таким образом, акценты в модели на исследование (в краткосрочной перспективе) зависят от экономической динамики региона, мировых цен

на нефть, размеров государственных социальных расходов. Представленная модель в виде системы одновременных уравнений идентифицирована на квартальных макроэкономических данных, взятых из официальных статистических источников.

#### **Список литературы**

1. Боговиз А.В. Современное состояние системы налогообложения отдельных видов предпринимательской деятельности [Текст] / А.В. Боговиз, Е.В. Строительева // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2015. – №1 (39). – С. 66–69.
2. Коршунов Л.А. Оценка применения патентной системы налогообложения в алтайском крае и анализ ключевых факторов, влияющих на ее результативность [Текст] / Л.А. Коршунов, Е.В. Строительева, А.В. Глебов // Экономика устойчивого развития. – 2015. – №1 (21). – С. 82–86.
3. Межов С.И. Сценарное планирование развития стратегического потенциала корпорации [Текст] / С.И. Межов, А.А. Гец // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2015. – №2 (40). – С. 100–104.
4. Строительева Е.В. Определение отличительных особенностей региона при оценке его социально-экономического развития [Текст] / Е.В. Строительева // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2015. – №2 (40). – С. 85–88.
5. Строительева Т.Г. Математическое моделирование трудовых процессов в производственных системах [Текст] / Т.Г. Строительева, Г.Г. Вукович // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2015. – №1 (39). – С. 35–42.

**Карнаух Юрий Сергеевич**

студент

**Золотарюк Анатолий Васильевич**

канд. техн. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Финансовый университет  
при Правительстве РФ»

г. Москва

## **ПРОБЛЕМЫ СОЗДАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ**

**Аннотация:** в статье раскрывается характеристика существующих платежных систем. Авторами обосновывается необходимость создания в условиях глобального кризиса межгосударственных отношений альтернативных платежных систем как инструмента финансовой независимости государства.

**Ключевые слова:** платежные системы, Visa, MasterCard, China UnionPay, проблемы, создание платежных систем.

Мировые политические события актуализируют вопрос о создании альтернативных национальных платежных систем.

В общих чертах, платежная система характеризуется как совокупность нормативной и технической инфраструктуры, необходимой для перевода стоимости от одного субъекта к другому. Она является ключевым элементом монетарной системы, обеспечивая как внутренние, так и внешние переводы экономических субъектов. Создание и внедрение собственной платежной системы требует огромных затрат, зато в качестве бонуса разработчик получает большое вознаграждение за счет повышения авторитета на рынке финансов и увеличения влияния в мире, так как информация

о проведенных транзакциях всегда имела и имеет высокую материальную ценность.

В условиях глобального кризиса межгосударственных отношений анонсированная проблема становится особо насущной, так как, например, из-за действующих санкций Российская Федерация не может свободно продавать свои ресурсы за рубеж. Более того, неизвестно, когда и как санкционный режим может затронуть обычных граждан, использующих пластиковые карты при платежах во время покупки товаров и услуг. Если не обращать внимания на проблему, игнорировать возможные последствия отсутствия национальной платёжной системы, то это может обернуться экономической катастрофой, вызвать тотальный кризис неплатежей.

Наиболее известными платежными системами являются Visa и MasterCard, действующие в более чем в двухстах странах мира, в том числе в России. Их годовой торговый оборот превосходит \$10 трлн (только у Visa в 2010 г. он составлял \$4,8 трлн, а в первом квартале 2015 г. – \$1,75 трлн). Членами платежной системы Visa являются 21 тысяча финансовых организаций, MasterCard – 22 тысячи.

В последние годы активно развивается китайская национальная платежная система China UnionPay, которая в настоящее время по совокупному объему транзакций вышла на первое место в мире (в первом квартале 2015 г. – около \$2 трлн), обогнав Visa (рис. 1). Действующая преимущественно в Китае и государствах азиатско-тихоокеанского региона, China UnionPay и ее партнеры выпустили более 5 млрд пластиковых карт, принимаемых в 115 странах мира. В России China UnionPay появилась чуть более двух лет назад. С 2014 г. российский Газпромбанк начал выпуск и распространение пластиковых карт китайской платежной системы на территории России.

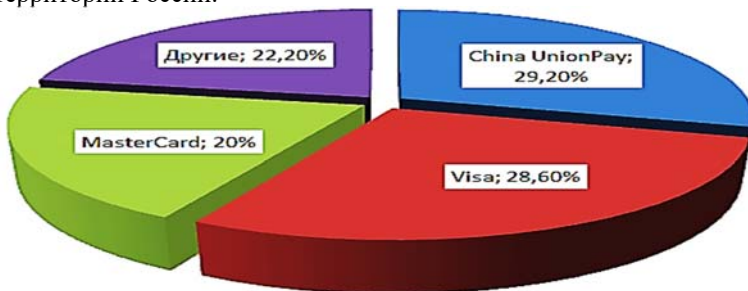


Рис. 1. Доля основных платежных систем мира на начало 2015 г.  
(по материалам <https://ru.wikipedia.org/wiki>)

Говоря об особенностях платежных систем, следует отметить, что Visa в основном ориентирована на проведение операций в долларах, MasterCard – в долларах и евро. В то же время обе платежные системы подвержены политическому влиянию. Так, в декабре 2010 г. дочернее предприятие Visa Europe начала приостанавливать платежи сайту Wikileaks. Не вдаваясь в детали, компания заявила, что «ожидает расследования относительно характера этого бизнеса, не противоречит ли он правилам эксплуатации Visa» [6]. В свою очередь, ряд компаний, обеспечивающих получение пожертвований сайту Wikileaks, заявили, что примут правовые меры против Visa Europe, что и было сделано. Судебные органы Исландии удовлетворили иск против Visa Europe [6].

Принимая во внимание вышесказанное, а также то, что с момента введения санкций против России, Visa и MasterCard не раз заявляли о том, что не смогут гарантировать сохранность и успех всех операций на территории Российской Федерации, использование услуг данных платежных систем теперь не является надежным. Речь, конечно, не идет о полном отказе, но создание отечественного аналога платежной системы существенно бы снизило риски возможности возникновения кризиса неплатежей и ликвидности активов в случае, если, например, Visa и MasterCard полностью откажутся от выполнения операций на территории России. Куда более катастрофичным будет отключение России от системы межбанковских расчетов SWIFT, после которого станет невозможным проведение межбанковских операций. В свою очередь это вызовет закрытие доступа российским банкам к зарубежным кредитным ресурсам и практически приостановит финансирование экономических проектов в России за счет иностранных инвестиций и привлеченных средств из-за рубежа.

Понимая это, в декабре 2014 г. Банк России начал предоставление сервиса по передаче финансовых сообщений в формате SWIFT по внутрироссийским операциям. Банки подключаются к услуге на основе договоров с Банком России. Сервис реализован в целях обеспечения бесперебойности и безопасности передачи финансовых сообщений внутри страны. Он является очередным шагом в направлении совершенствования системы услуг, предоставляемых Банком России, позволяя кредитным организациям передавать сообщения в форматах SWIFT через Банк России во всех регионах страны и без ограничений.

Активно реализуется проект по созданию национальной системы платежных карт (НСПК) «Мир» [7]. 100% акций НСПК «Мир» принадлежат Центральному Банку России, и с 1 апреля 2015 г. все внутрироссийские операции по картам всех платежных систем, в том числе международных, осуществляются через процессинг операционного платежного и клирингового центра НСПК. К настоящему времени, на середину декабря 2015 г., завершены основные работы по запуску НСПК «Мир», проведена эмиссия первых платежных карт банками, участвующими в пилотном проекте, намечены шаги по дальнейшему совершенствованию системы и выпуску к середине 2016 г. 30 млн карт [7]. Таким образом, можно сказать, что к этому времени будет обеспечена общая безопасность бесперебойных платежей в стране. Однако существует ряд проблем, связанных с применением данной платежной системы.

1. Отсутствие аналога системы SWIFT в России, точнее отсутствие замены системы межбанковских операций, совершения платежей и передачи информации. Необходимо создать свой аналог, чтобы платежная система «Мир» работала автономно. В Китае такой существует – это система China International Payment System (CIPS), что дает преимущества ChinaUnionPay [8].

2. Необходимость интеграции платежной системы и расширения сотрудничества. Платежная система «Мир» начнет работать в 2016 г. К 2018 г. будет представлена полная линейка ее актуальных продуктов и сервисов. Поэтому изначально ставить вопрос о ее будущей кооперации несколько абсурдно. Тем не менее, правильной, как представляется авторам, была бы стратегия заблаговременного поиска партнеров.

Таким образом, на основании вышеприведенной информации, можно сделать вывод, что процесс создания российского аналога платежной системы не является простой задачей, учитывая, что зарубежные платежные системы создавались и совершенствовались годами и десятилетиями, и ими пользуются миллионы экономических субъектов. Иными словами, главный критерий, который необходимо учесть при создании российского аналога –

это обеспечение высокого уровня доверия к платежной системе [2; 4]. Ведь та информация, которая теоретически может быть извлечена недоброжелателями о проводимых операциях, может нанести серьезный ущерб экономическому субъекту в целом. Также существенной является проблема обеспечения безопасности информации на всех этапах проведения транзакций, ее защиты от утраты (утечки, искажения, подделки, мошенничества и т. п.). Следовательно, уровень доверия к создаваемой платежной системе может быть достигнут только при реализации полноценной, комплексной защиты всех ее элементов от противоправных (преднамеренных или случайных) воздействий, приводящих к нарушению конфиденциальности, доступности, целостности и достоверности информации [1; 3; 5].

#### **Список литературы**

1. Аникеева К.А. Перспективы облачных технологий в банковском деле / К.А. Аникеева, А.В. Золотарюк, А.С. Макова // Валютное регулирование. Валютный контроль. – 2014. – №9. – С. 52–56.
2. Банковское дело: Учебник / Под ред. О.И. Лаврушина. – М.: Кнорус, 2014. – 800 с.
3. Золотарюк А.В. Информационные технологии банковского бизнеса / А.В. Золотарюк // Валютное регулирование. Валютный контроль. – 2014. – №8. – 2014. – С. 56–57.
4. Криворучко С.В. Национальная платежная система: структура, технологии, регулирование. Международный опыт, российская практика / С.В. Криворучко, В.А. Лопатин. – М.: Кнорус, 2013. – 456 с.
5. Чистов Д.В. Автоматизация деятельности кредитной организации на платформе «1С: Предприятие 8» / Д.В. Чистов [и др.]; под общ. ред. Д.В. Чистова. – М.: 1С-Паблишинг, 2012. – 436 с.
6. VISA (платёжная система) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/VISA>
7. Официальный сайт НСПК «Мир» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nspk.ru/>
8. Официальный сайт платежной системы ChinaUnionPay [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ncc-uc.ru/cgi-bin/page.pl?id=110>

**Матев Николай Анатольевич**

канд. экон. наук, старший преподаватель

**Кочеева Екатерина Викторовна**

канд. экон. наук, доцент

ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет»  
г. Владивосток, Приморский край

## **АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА РОССИИ**

**Аннотация:** в статье представлены результаты расчетов индекса инновационности в субъектах Дальневосточного федерального округа за 2005 и 2013 гг. Авторами проведен анализ субъектов Дальнего Востока России по уровню инновационного развития в контексте определяющих факторов: человеческих ресурсов, создания знаний, передачи и применения знаний, вывода инновационной продукции на рынок. Проведен также сравнительный анализ двух методик оценки инновационного развития субъекта.

**Ключевые слова:** индекс инновационности, Дальневосточный федеральный округ, инновационный ранг, Эксперт РА, ЦСР «Северо-Запад».

В настоящее время инновационное развитие страны проходит под влиянием разнообразных факторов. Различные исследовательские центры,

заинтересованные организации, специалисты, авторы научных трудов и публикаций рассматривают эту тему с принципиально разных сторон, подбирая необходимые факторы, описывающие конкретное направление инновационного развития, а также используют отличные друг от друга методологии.

В качестве критерия оценки развития инновационной сферы субъектов Дальневосточного федерального округа рассмотрим сводный индекс инновационности, в основе которого используется методика European Innovation Scoreboard (Европейская шкала инноваций) [1]. Для российских исследований данная методика была адаптирована экспертами центра стратегических разработок «Северо-Запад» [2].

Индекс инновационности включает четыре промежуточных индекса:

- индекс человеческих ресурсов;
- индекс создания знаний;
- индекс передачи и применения знаний;
- индекс вывода инновационной продукции на рынок [2].

Приведем итоги расчета и проанализируем индекс инновационности субъектов Дальнего Востока за 2005 г. и 2013 г.

По результатам расчетов получены следующие результаты (табл. 1).

Таблица 1

Индекс инновационности для субъектов ДВФО в 2005 г.

Субъект ДВФО	Индекс человеческих ресурсов	Индекс создания знаний	Индекс передачи и применения знаний	Индекс вывода инновационной продукции на рынок	Индекс инновационности	Ранг
Республика Саха (Якутия)	0,753	0,588	0,785	0,565	0,673	3
Камчатский край	0,739	0,802	0,402	0,325	0,567	4
Приморский край	0,947	0,900	0,679	0,794	0,830	1
Хабаровский край	0,829	0,467	1,071	0,761	0,782	2
Амурская область	0,641	0,295	0,464	0,213	0,403	6
Магаданская область	0,560	0,751	0,426	0,038	0,444	5
Сахалинская область	0,613	0,442	0,320	0,159	0,383	7
Еврейская автономная область	0,262	0,000	0,177	0,072	0,128	8
Чукотский автономный округ	0,127	0,257	0,000	0,003	0,097	9

По данным таблицы 2, можно сделать вывод, что наибольшие значения индексов, характеризующих инновационное развитие в регионе по итогам 2005 г. наблюдались в Приморском и Хабаровском краях. Причем главным преимуществом Приморского края является уверенное лидерство в создании знаний, что говорит о достаточно устойчивом состоянии и уровне развития научного потенциала, а также в выводе инновационной продукции на рынок.

Аутсайдерами среди субъектов Дальневосточного федерального округа по уровню инновационного развития являлись Еврейская автономная область и Чукотский автономный округ, индекс инновационности данных субъектов довольно низкий.

Согласно данным, опубликованным Центром стратегических разработок «Северо-Запад», шесть из девяти субъектов Дальнего Востока по показателям инновационной активности и инновационной восприимчивости были отнесены к кластеру «Крайний Север и Юг», то есть к субъектам-аутсайдерам по всем рассматриваемым показателям. В целом это характеризует положение всего федерального округа, относительно других округов России. Однако три наиболее развитых субъектов округа были отнесены к следующим кластерам: «Технологические центры» – Приморский край, «Процессинговые центры» – Хабаровский край, «Старопромышленный» Республика Саха (Якутия).

Рассмотрим положение субъектов ДВФО в 2013 г. с помощью рассчитанного индекса инновационности (табл. 2).

Таблица 2

Индекс инновационности для субъектов ДВФО в 2013 г.

Субъект	Индекс человеческих ресурсов	Индекс создания знаний	Индекс передачи и применения знаний	Индекс вывода инновационной продукции на рынок	Индекс инновационности	Ранг
Республика Саха (Якутия)	0,704	0,635	0,279	0,502	0,530	4
Камчатский край	0,855	0,800	0,233	0,150	0,510	5
Приморский край	0,954	0,890	0,490	0,803	0,784	1
Хабаровский край	0,498	0,592	0,572	0,798	0,615	3
Амурская область	0,545	0,405	0,346	0,404	0,425	7
Магаданская область	0,643	0,763	0,462	0,631	0,625	2
Сахалинская область	0,538	0,443	0,404	0,327	0,428	6
Еврейская АО	0,477	0,021	0,095	0,063	0,164	8
Чукотский АО	0,089	0,000	0,179	0,172	0,110	9

В 2013 г. в регионе по уровню развития инновационной сферы выделялись Приморский, Хабаровский края и Магаданская область. Приморский край лидирует по всем показателям, кроме передачи и применения знаний. Преимуществом Приморского края является достаточно высокий



показатель индекса человеческих ресурсов, который складывается из числа организаций, выполняющих исследования и разработки и, соответственно, численности персонала данных предприятий, хорошая подготовка научных кадров. Индекс создания знаний по сравнению с 2005 г. сократился, но лишь на 0,010 – это говорит об устойчивом развитии научного и инновационного потенциала. Вывод инновационной продукции на рынок составил 0,803, что означает в достаточной степени завершённый инновационный процесс развития, то есть на сегодняшний день вкладывать инвестиции в инновационные проекты Дальневосточного округа безопаснее всего на территории Приморского края.

Отстающими субъектами по уровню развития инновационной сферы, как и по другим, социально-экономическим показателям, являются Еврейская автономная область и Чукотский автономный округ. В Чукотском автономном округе значительная доля приглашенных специалистов высокой квалификации заняты в различных исследованиях, однако по показателю передачи знаний этот регион относится к аутсайдерам, поскольку там не зарегистрировано высших учебных заведений и все высококвалифицированные специалисты являются приезжими из различных регионов России, а соответственно передачи знаний следующим поколениям путем обучения не происходит.

В силу множества подходов к оценке инновационного развития региона сравним результаты оценивания по индексу инновационности и рейтинг субъектов по данным экспертного агентства «Эксперт РА» по итогам 2013 г. [3] (табл. 3).

Таблица 3

Сравнительная характеристика субъектов ДВФО по уровню развития инновационной сферы в 2013 г.

Субъект	Ранжирование по индексу инновационности	Инновационный ранг по данным агентства «Эксперт РА»
Республика Саха (Якутия)	4	4
Камчатский край	5	5
Приморский край	1	1
Хабаровский край	3	3
Амурская область	7	6
Магаданская область	2	2
Сахалинская область	6	7
Еврейская АО	8	8
Чукотский АО	9	9

Как видно из таблицы 3, то принципиальных кардинальных отличий в использовании той или иной методики оценки уровня инновационного развития региона не наблюдается. Отклонения по рангам составили  $\pm 1$  балл. Учитывая многогранность рассматриваемого вопроса, каждый исследователь самостоятельно определяет точный список приоритетных факторов для дальнейшего изучения, методику, по которой будут рассмотрены эти факторы, а также исходную базу статистических показателей для сравнения. Особенностью изучения уровня развития инновационной сферы является то, что до сих пор не выработано точных критериев для определения значения уровня развития, все рассчитываемые показатели, как правило, сравниваются с другими регионами, как внутри страны,

так и между странами или группами стран. В Российских исследованиях такие сравнения чаще всего проводятся между федеральными округами либо между субъектами определенных округов.

Для Дальнего Востока России вопрос инновационного развития является весьма актуальным, тем более потому, что в регионе имеются предпосылки для активного развития инновационной деятельности. Современный путь развития Дальневосточного региона России отвечает национальным интересам государства в силу выгодного географического положения и близости к странам Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР). Это способствует динамичному и устойчивому социально-экономическому развитию Дальнего Востока России, в мировом сообществе, в первую очередь, в АТР.

**Список литературы**

1. Якимец В.И. Оценка и сравнение инновационного потенциала Иркутской области и Краснодарского края на основе индекса ПРИМ / В.И. Якимец, И.Л. Балезина, А.Н. Вальвашов, А.А. Широкова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.gosbook.ru/system/files/documents/2012/06/01/yakimec.doc](http://www.gosbook.ru/system/files/documents/2012/06/01/yakimec.doc)
2. Центр стратегических разработок «Северо-Запад» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.csr-nw.ru>
3. Официальный сайт Рейтингового агентства RAEX («Эксперт РА») [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.raexpert.ru>

**Сарычева Маргарита Алексеевна**  
студентка

**Шумик Екатерина Георгиевна**  
старший преподаватель

ФГБОУ ВПО «Владивостокский государственный  
университет экономики и сервиса»  
г. Владивосток, Приморский край

## **РОЛЬ ФАКТОРОВ ПРИ РАЗРАБОТКЕ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

**Аннотация:** в статье ставится задача рассмотреть и проанализировать стратегии развития субъектов, входящих в ДФО. В результате анализа был выявлен ряд негативных факторов, влияющих на предпринимательскую активность в регионе. Особое внимание уделялось специфическим факторам, присущим только данному региону.

**Ключевые слова:** агломерация, глобализация, инвестиции, инновационная активность, малый бизнес, средний бизнес, предпринимательство, предпринимательская активность, программа развития, стратегия, стратегическое планирование, товародвижение.

Научно-исследовательской работа в рамках базовой части государственного задания в сфере научной деятельности по заданию №2014/292 за 2014 год «Социально-экономические факторы и инновационные механизмы реализации политики динамичного развития Дальнего Востока».

В странах с рыночной экономикой предпринимательство необходимо для нормального функционирования экономики страны и развития регионов. Актуальными остаются вопросы формирования и выбора экономической стратегии, роль которой велика для предпринимательства.

В условиях глобализации и высокой динамики социально-политических процессов, региональное стратегическое планирование является важной составляющей экономического управления (о чем свидетельствует ФЗ РФ от 28 июня 2014 г. №172). Верно выработанная стратегия развития не «допустит» снижения темпа развития экономики региона и предпринимательской активности. Постоянный учет факторов и усовершенствование программ развития поможет нивелировать негативные факторы и ускорить действие положительных. Необходимо отметить, что большой круг авторов занимается вопросом изучения факторов, влияющих на предпринимательскую активность. Выявление негативных факторов помогает в создании стратегического планирования (предлагаются мероприятия по устранению их влияния).

В работе [1] Т.В. Терентьевой, А.Г. Шеломенцева и др. «Агломерационный фактор в контексте территориального развития регионов Дальнего Востока» выделяется несколько инструментов управления пространственным развитием регионов, наиболее перспективным из них является агломерация на базе интеграции конкурентоспособных секторов экономики регионов, которая непосредственно влияет на предпринимательский сектор. Феномен агломерации создает благоприятные экономические условия для предпринимательской деятельности. В целом, это выражается в экономическом росте и активном наращивании человеческого капитала.

Развитие регионов на Дальнем Востоке на основе стимулирования агломерационных процессов может стать мощным инструментом для социально-экономического развития региона, которое, в конечном итоге, выражается в повышении качества жизни населения, повышении устойчивости и конкурентоспособности региональной экономики.

В.П. Смирнов в своей работе «Исследование проблем перехода регионов Дальнего Востока на инновационный путь развития» [2] в качестве актуальных задач выделяет превращение предпринимательского сектора в основной генератор инновационной активности. Уровень предпринимательства, технологий и необходимый объем финансовых ресурсов способствуют возрастанию роли инноваций в социально-экономическом развитии. Только при тесном взаимодействии государства, бизнеса и науки возможен переход экономики на инновационную социально ориентированную модель. При этом важно понимать, что региональная специфика может внести изменения в механизм предпринимательского сектора.

По мнению В.П. Смирнова, необходимо усовершенствовать оценку инвестиционной привлекательности региона. Инновационное развитие невозможно без инвестиций, поэтому объективная оценка будет побуждать (при положительной оценке) предпринимателей малого и среднего бизнеса к активным действиям.

В монографии [3] ученых Архангельского научного центра затрагивается важность и актуальность развития транспортной сети Приморского края на развитие торговли и экономики региона. Формирование общей логистической инфраструктуры (смежные пространства Японии, Китая, южной части Дальнего Востока России, Монголии, а в перспективе и Корейской Народно-Демократической Республики) способно облегчить международное товародвижение, и тем самым способствовать росту товарооборота стран.

В настоящее время, развитие транспортной системы становится необходимым условием реализации инновационной модели экономического роста не только Приморского края, но и Российской Федерации, поэтому

в целях стратегического планирования должно стоять развитие транспортно-логистической системы Приморского края в соответствии со стандартами Азиатско-Тихоокеанского региона.

В.Н. Лексин (В.В. Скворцов, А.Н. Швецов) в своей статье [4] выделяет один из главных негативных факторов, воздействующих на экономику города, – высокие и устойчиво растущие цены на продукцию энергетики на территории Дальнего Востока (в частности, Петропавловск-Камчатского городского округа). Однако, неблагоприятное влияние энергетического фактора на развитие городского хозяйственного комплекса может быть существенно уменьшено. Автором предлагается стратегическое планирование, связанное с использованием для нужд города небогатых месторождений камчатского природного газа, но все они требуют серьезной проектной проработки, обстоятельных экономических обоснований и, разумеется, инвестиций.

Нами были проанализированы действующие государственные программы по развитию предпринимательства всех субъектов ДФО и выявлены факторы, влияющие на их экономическое развитие. Важно было выяснить учитываются ли данные факторы в стратегиях развития и как они влияют на экономику страны и региона.

Почти на всей территории ДФО можно выявить общий сдерживающий фактор – слабый уровень развития связи и транспортной сети. Низкий уровень развития транспортной сети вынужденно повышает транспортные тарифы. В первую очередь, это происходит из-за существенного транспортного ограничения (отсутствие ж/д транспорта, недостаточность развития автодорожной сети и низкое качество дорог).

Данный фактор существенно снижает предпринимательскую активность, поэтому его скорейшее устранение необходимо для экономики всех субъектов ДФО, а именно Амурской, Магаданской, Сахалинской области, Еврейской автономной области, Чукотском автономном округе, Республике Саха (Якутия), в меньшей степени данный фактор прослеживается в Хабаровском крае. Устранение, либо снижение негативного влияния данного фактора возможно при совершенствовании тарифной политики относительно данных субъектов ДФО, привлечения инвестиций в транспортную сеть (железнодорожную, автомобильную) и в строительство опорной транспортной сети федерального значения (Якутия).

Одним из важных факторов, определяющих развитие территории, является природно-климатические условия. Влияние данного фактора прослеживается в Сахалинской области, в Республике Саха (Якутия), Чукотском автономном округе, Магаданской области и в Еврейской автономной области.

Данный фактор негативно влияет на развитие предпринимательства в субъектах ДФО (кроме Амурской области, Камчатского, Приморского и Хабаровского края). В связи с экстремальными природно-климатическими условиями, повышается составляющая транспортных затрат при перевозке грузов и пассажиров, вследствие чего неизбежное удорожание хозяйственной деятельности, стоимости жизни (стоимость фиксированного набора товаров и услуг в Чукотском АО на 70–80% выше среднероссийских показателей), повышение тарифов на электроэнергию и жилищно-коммунальные услуги.

Необходимо отметить, что именно географическое положение обуславливает ряд следующих негативных факторов, влияющих на экономический обстановка субъектов ДФО: низкий уровень развития транспортного комплекса, изолированность энергорайонов и энергосистем, нерациональное использование потенциала природных ресурсов.

Важной для развития предпринимательства географической особенностью является выход к морю (кроме Еврейского АО и Амурской области). Как отмечается в Стратегиях многих субъектов ДФО, ведущей отраслью является рыбодобывающая и рыбоперерабатывающая промышленность. Отсутствие четкой политики РФ, связанных с прибрежным рыболовством и промыслом лососей (Камчатский край) существенно тормозит развитие данных перспективных отраслей. Проблема распределения квот, основная часть которых выкупается иностранными компаниями, негативно влияет на экономику не только ДФО, но и страны в целом.

Для нивелирования данного фактора необходимо найти решение и выработать четкую политику РФ, которая сможет регулировать экономические отношения, связанные с прибрежным рыболовством.

Важным экономическим показателем является уровень освоения современными инновационными технологиями. На территории ДФО прослеживается низкий уровень данного показателя, что приводит к технической и технологической отсталости производства на территории большинства субъектов ДФО. Поддержка малых инновационных компаний, развитие лизинга и модернизация производства поможет поднять технический и технологический уровень.

В условиях применения санкций против России, тесная рыночная связь со странами АТР положительно влияет на экономику ДФО. В настоящий момент, уже наблюдается постепенное смещение финансовых и инвестиционных потоков в страны АТР. Поэтому можно говорить о более выгодном географическом положении региона, по отношению к другим. Данный факт привлек внимание государственных органов, и в 2014–2015 годах были созданы и реализованы различные экономические программы, способствующие повышению привлекательности территории ДФО для развития инвестиционной и предпринимательской деятельности. Подписание Федерального закона №212-ФЗ «О свободном порте Владивостока», вступивший в законную силу 12 октября 2015 года, позволит развивать экономику ДФО за счет расширенного спектра прав предпринимателей и увеличения льгот.

Все представленные факторы оказывают существенное влияние на развитие предпринимательства и отражают текущее и перспективное развитие предпринимательства ДФО.

Политика государства, на наш взгляд, должна быть направлена на создание условий для предпринимательской активности. Этого можно добиться при планомерном нивелировании негативных факторов.

#### *Список литературы*

1. Терентьева Т.В. Агломерационный фактор в контексте территориального развития регионов Дальнего Востока / О.А. Козлова, Т.В. Терентьева, А.Г. Шеломенцев, М.Н. Макарова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.rae.ru/upfs/?section=content&op=show\\_article&article\\_id=6030](http://www.rae.ru/upfs/?section=content&op=show_article&article_id=6030)
2. Смирнов В.П. Исследование проблем перехода регионов Дальнего Востока на инновационный путь развития [Текст] // Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление. – Выпуск №4 (68). – 2013. – С. 43–48.
3. Воронина Л.В. Факторы устойчивого развития регионов России [Текст] / Воронина Л.В., Грибова Е.В., Губина О.В., Драгилева Л.Ю. [и др.]; под общей редакцией С.С. Чернова. – Том. – Книга 18.
4. Лексин В.Н. Российский Дальний Восток и его «Региональные столицы»: поиск стратегий развития [Текст] / В. Лексин, В. Скворцов, А. Швецов // Российский экономический журнал. – №9–10. – 2007.

**Солодова Елена Петровна**  
старший преподаватель  
Самарский филиал  
ГАОУ ВО «Московский городской  
педагогический университет»  
г. Самара, Самарская область

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВЛАСТНЫХ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР В СФЕРЕ КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА ФРГ**

**Аннотация:** *федеративная республика Германия является страной, демонстрирующей высокие показатели экономического развития и уровня жизни населения. Автор отмечает, что правительство относится к коммунальному хозяйству не только как к социально значимой сфере, но и направлению предпринимательской деятельности, способной приносить постоянный и стабильный доход. Актуальность данного исследования заключается в изучении механизмов привлечения частных компаний в сферу коммунального хозяйства Германии и возможности их применения в РФ.*

**Ключевые слова:** *услуги, общественное экономическое значение, коммунальные услуги, управление, партнерство, малый бизнес, средний бизнес.*

*Целью настоящего исследования является изучение механизмов привлечения малых и средних предприятий в сферу оказания коммунальных услуг в ФРГ.*

*Достижение поставленной цели потребовало решения следующих задач:*

- рассмотреть критерии отнесения предприятий к малому и среднему бизнесу;*
- изучить сущность и специфику услуг общественного экономического значения и их содержание;*
- провести анализ существующих форм организации коммунальных предприятий;*
- изучить механизм взаимодействия властных и предпринимательских структур в коммунальном хозяйстве ФРГ.*

*Методологическую основу данной работы составили общенаучные методы, метод группировки и сравнения, метод исследования причинно-следственных связей.*

*Таким образом, проведенный анализ структуры предприятий коммунального сектора Германии свидетельствует о многообразии форм управления объектами коммунальной инфраструктуры. Данный подход взаимодействия властных и предпринимательских структур позволяет оптимально распределить возникающие риски между государством и частными предприятиями.*

*В данной статье особый интерес представляет взаимодействие властных и предпринимательских структур в сфере предоставления общественных услуг в Германии.*

*Необходимо уточнить, что в странах Европейского союза (далее – ЕС) отсутствует выделение «коммунальных услуг» в отдельный вид. В соответствии с терминологией ЕС они относятся к услугам общественного*

экономического значения, под которыми следует понимать услуги, имеющие экономическую природу и представляющие общественный или общегосударственный интерес. К ним относят услуги в области телекоммуникаций, энерго-, газоснабжения, транспорта, почтовых услуг, водоснабжения, использования сточных вод, утилизации отходов и др. [9, с. 22–57].

Предоставление и организация данного вида услуг подчиняются нормам договора об учреждении ЕС, регулирующим внутренний рынок, и правилам конкуренции, поскольку речь идет именно об экономических видах деятельности [11].

Кроме этого, некоторые виды услуг общественного экономического значения попадают под сферу действия директивы по услугам, которая регламентирует порядок привлечения предприятий в коммунальный сектор через государственные закупки, к таким услугам относят газо-, электроснабжение [12, с. 94–98]. Причем, участие в закупках принимают все предприятия независимо от организационно-правовой формы, а также организации, регулируемые нормами публичного права и государственные предприятия.

В качестве поставщика услуг общественного экономического значения может быть любое физическое или юридическое лицо, которое предоставляет данные услуги. Рассмотрим более подробно систему управления коммунальным хозяйством в Германии.

Сегодня Федеративная республика Германия является в Европе и во всем мире одной из самых развитых стран в области водной техники и управления водным хозяйством, о чем свидетельствуют следующие данные:

- зафиксировано снижение расходов потребления питьевой воды на 20% по сравнению с данными 1990 года;
- отмечается высокий уровень подключения населения к централизованным канализационным сетям – 93,2% от общей численности населения;
- высокий показатель очищения сточных вод – 86% стоков очищаются полностью биологическим путем, в соответствии с нормами ЕС [13];
- другое.

Невозможно было бы достичь высоких результатов в области коммунального хозяйства без продуманной, четко организованной системы управления коммунальным хозяйством. Далее представлены основные функции органов управления коммунальным хозяйством (табл. 1).

Таблица 1

Функции органов управления коммунальным хозяйством ФРГ

Наименование органа управления	Функции органа управления в области коммунального хозяйства
Федеральное министерство	Разрабатывает основное законодательство и определяет национальные задачи в коммунальной сфере в соответствии с Директивами ЕС.
Федеральное министерство окружающей среды, охраны природы и безопасности реакторов ( <a href="http://www.bmu.de">http://www.bmu.de</a> )	Планирование, разработка, реализация экологической политики по охране водоемов, использованию энергоэффективных источников и др.

Федеральное министерство экономики ( <a href="http://www.bmwi.de">http://www.bmwi.de</a> )	Планирование, реализация, учет и контроль финансового обеспечения коммунального хозяйства
Федеральное министерство образования, науки, научных исследований и технологий ( <a href="http://www.bmbf.de">http://www.bmbf.de</a> )	Разработка инновационных технологий для применения в коммунальном хозяйстве
Федеральное министерство здравоохранения ( <a href="http://www.bmggesund-heit.de">http://www.bmggesund-heit.de</a> )	Определение и контроль качества питьевой воды
Федеральное министерство экономического сотрудничества и развития ( <a href="http://www.bmz.de">http://www.bmz.de</a> )	Планирование и реализация международных проектов в области водного хозяйства, энергетики, теплоснабжения, утилизации отходов
Правительства Федеральных земель	Планирование, регулирование, контроль коммунального хозяйства на своих территориях в рамках федерального законодательства
Органы местного самоуправления	Организация и развитие коммунальных услуг в рамках местных законов
Отраслевые и профессиональные ассоциации, союзы	Принимают участие в разработке местных законов, программ и проектов, развитие технических норм, объединяют различные предприятия в коммунальной сфере
Консалтинговое агентство «Partnerschaften Deutschland»	Привлечение предприятий в сферу коммунальных услуг посредством государственно-частного партнерства (ГЧП), оказание консультационных услуг

Отраслевые министерства, для решения поставленных задач, располагают специальными службами, например, Федеральная служба окружающей среды (<http://www.umwelt-bundesamt.de>), Федеральная служба водной среды (<http://www.bafg.de>) и частными подрядчиками, такими как Координатор проектов по водным технологиям (<http://www.fzk.de>) или Общество технического сотрудничества (<http://www.gtz.de>).

Таким образом, на основании данных представленных в таблице 1, можно сделать вывод, что проводимая государственная политика по управлению коммунальным хозяйством, реализуется на всех уровнях власти. Муниципальные органы власти заинтересованы в том, чтобы население получало качественные коммунальные услуги, соответствующие высоким стандартам ЕС. Это достигается за счет самостоятельного выбора необходимых организационных и технических решений при соблюдении Директив ЕС и законодательства ФРГ.

Также следует отметить, минимальное вмешательство со стороны государства, которое разрабатывает стандарты и нормативы, и контролирует их соблюдение, а ответственность за организацию и развитие коммунальных услуг лежит на органах местного самоуправления.

В Германии особая роль в сфере коммунального хозяйства отводится союзам и ассоциациям. Они могут отличаться организационно-правовыми формами и иметь различные цели, например, поддержание эффективной организации водоснабжения и очистки сточных вод, содержания водоемов с учетом экологических требований и другие, но их объединяет



общая цель – они созданы для развития народного хозяйства. Часто муниципалитеты объединяются в муниципальные ассоциации для обеспечения населения водой или контроля соблюдения предприятиями санитарно-гигиенических норм. Они могут делегировать данные обязанности частным и муниципальным предприятиям, а также предприятиям государственно-частного партнерства (далее – ГЧП).

Германия является страной с многообразием организационных форм, состоящих из различных комбинаций участия частных фирм и муниципалитетов, причем в некоторых случаях невозможно провести аналогию с существующими организационно-правовыми формами в РФ. Например, по данным статистической службы, количество предприятий, занимающихся системами водоотведения, по состоянию на 1 января 2015 составило 6.900 единиц, форма организации которых представлена на рисунке 1 [14].



Рис. 1. Формы организации предприятий ФРГ, занимающихся водоотведением в 2014 году, %\*

\* Диаграмма составлена на основании данных, представленных данных Statistisches Bundesamt

Как видно из рисунка 1, практически одинаковая доля частных предприятий и объединений целевого назначения заняты в водоотведении – 37 и 38% соответственно, меньше доля публично-правовых предприятий – 17% и всего 8% – приходится на муниципальные предприятия. Не крупные концерны с сетью своих предприятий по всему миру характеризуют рынок коммунального хозяйства, как в некоторых европейских странах, а большое число преимущественно средних и малых специализированных предприятий [16].

Следует отметить, что в Германии отсутствует четкое разграничение между понятиями «малый бизнес», «средний бизнес», «средний класс». Для начала необходимо определить, что следует понимать под термином «малое предпринимательство» в данном исследовании. Для этого необходимо рассмотреть критерии отнесения предприятий к малым и средним (табл. 2).

Таблица 2

*Критерии отнесения предприятий к субъектам малого и среднего предпринимательства в России и Германии\**

№ п/п	Тип предприятий	Количество сотрудников, чел			Выручка			Общая сумма активов предприятий ФРГ, млн евро
		РФ	ФРГ		РФ, млн руб.	ФРГ, млн евро		
1.	2	3	4	5	6	7	8	9
2.	Микро-предприятия	< 15	< 10	и	≤ 120	≤ 2	или	≤ 2
3.	Малый бизнес	< 100	< 50	и	≤ 800	≤ 10	или	≤ 10
4.	Средний бизнес	< 250	< 250	и	≤ 2000	≤ 50	или	≤ 43

\*Таблица составлена на основании данных Statistisches Bundesamt, Wirtschaft und Statistik, Januar 2014 и федерального закона от 24 июля 2007 г. №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ».

Таким образом, показатели отнесения к субъектам малого и среднего предпринимательства в Германии и России сопоставимы:

– максимальная численность сотрудников малых предприятий в России превышает аналогичный показатель в Германии в 2 раза;

– максимальный объем выручки за предшествующий календарный год для отнесения к малым предприятиям установлен примерно в одинаковом размере (в России данный показатель равен 800 млн руб, а в Германии по состоянию курса евро на 1 декабря 2015 года – эквивалентно 708,8 млн руб., т. е. меньше аналогичного показателя в России на 11,4%).

Малые и средние предприятия в Германии – это компании, которыми руководят юридически самостоятельные владельцы, непосредственно участвующие в производстве, полностью берущие на себя экономический риск и финансирующие свою деятельность, как правило, без привлечения кредитных средств, их принято называть «средним классом».

Рассмотрим более подробно структуру предприятий в секторе водоснабжения ФРГ (табл. 3).

Таблица 3

Структура предприятий водоснабжения в ФРГ в 2013 году, %\*

№п/п	Наименование	Доля предприятий	Численность занятых	Оборот предприятий	Инвестиции в основной капитал
1.	2	3	4	5	6
2.	Всего малых и средних предприятий	95,9	56,2	51,5	67,5
3.	Микропредприятия	30,7	2,5	2,8	6,3

4.	Малые предприятия	46,2	19,1	16,8	28,3
5.	Средние предприятия	19,1	34,5	31,9	32,9
6.	Крупный бизнес	4,1	43,8	48,5	32,5

\*Таблица составлена по данным Statistisches Bundesamt Режим доступа: <https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesamtwirtschaftUmwelt/UnternehmenHandwerk/KleineMittlereUnternehmenMittelstand/Tabellen/Wasserversorgung.html>

По данным статистического ведомства ФРГ основная доля предприятий в секторе водоснабжения – малые и средние предприятия на их долю приходится 95,9% от всех предприятий данной сферы, обеспечивающих рабочими местами 56,2% занятых в водоснабжении.

В настоящее время, после успешной либерализации секторов энергоснабжения и теплообеспечения, муниципальные органы власти федеральных земель активно практикуют привлечение предприятия на основе ГЧП.

В настоящее время институт государственно-частного партнерства в ФРГ достаточно развит и особой популярностью среди предприятий пользуются проекты в области:

- здравоохранения;
- строительства и модернизации провинциальных дорог;
- развития информационных технологий;
- строительства социально значимых объектов (детских садов и центров, больниц, объектов коммунальной инфраструктуры);
- уличного освещения.

К стратегическим взаимоотношениям органов местного самоуправления и частных предприятий в сфере оказания коммунальных услуг ФРГ относятся:

- заключение концессионных соглашений и контрактов;
- создание совместных предприятий;
- проведение приватизации жилищно-коммунальных организаций.

Привлечение предприятий в сектор коммунальных услуг предусмотрено при заключении контрактов:

- на обслуживание и техническое содействие;
- на управление;
- на аренду.

Особая роль в привлечении малых и средних предприятий в сектор коммунального хозяйства и развития института государственно-частного партнерства отводится консалтинговому агентству «Partnerschaften Deutschland», которое было основано в ноябре 2008 года при поддержке Федерального министерства финансов и Федерального министерства транспорта, строительства и городского развития. Данное агентство, финансируемое совместно государством и частным бизнесом, должно стать катализатором дальнейшего освоения потенциала ГЧП в Германии.

Основным механизмом привлечения малых и средних предприятий в коммунальную сферу ФРГ является выполнение подрядных работ. Для развития данного направления разработаны стандарты и оказываются консультационные услуги.

Таким образом, взаимодействие властных и предпринимательских структур в сфере коммунального хозяйства Германии, реализовано в виде

партнерства между муниципалитетами и частными предприятиями. Анализ практического опыта применения договоров государственно-частного партнерства в сфере предоставления услуг общего экономического интереса позволяет предложить их применение для модернизации объектов коммунальной инфраструктуры в РФ с учетом особенностей национальной экономики.

Успешное функционирование коммунального хозяйства возможно при эффективном взаимодействии между государством, обществом и предприятиями коммунальной сферы.

### *Список литературы*

1. Федеральный закон №209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ».
2. Акифьева Л.В. Государственно-частное партнерство как механизм привлечения инвестиций в жилищно-коммунальную сферу / Л.В. Акифьева // Вестник НГИЭИ. – 2012. – №4. – С. 3–8.
3. Арцер Т.В. Проблемы взаимодействия властных и предпринимательских структур / Т.В. Арцер // Известия Томского политехнического университета. – 2008. – №6. – С. 33.
4. Вяткин И.Ю. Государственно-частное партнерство в жилищно-коммунальной сфере / И.Ю. Вяткин // Известия алтайского государственного университета. – 2012. – №2 (74). – С. 287–290.
5. Зыков А.А. Государственно-частное партнерство в жилищно-коммунальном хозяйстве: концептуальные подходы / А.А. Зыков // Проблемы современной экономики. – 2012. – №4. – С. 379–341.
6. Карпушкина А.В. Институциональное регулирование взаимодействия властных и предпринимательских структур / А.В. Карпушкина // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент. – 2013. – №1. – С. 111–113.
7. Копылов В.В. Отечественный и зарубежный опыт реформирования ЖКХ / В.В. Копылов // Вестник Тамбовского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2009. – №1 (69). – С. 404–407.
8. Омаров М.М. Проблемы взаимодействия властных и предпринимательских структур / М.М.Омаров, Л.А.Жеребцова // Российское предпринимательство. – 2007. – №8. – Вып. 2 (96). – С. 100–104.
9. Постникова Е.В. Государственные закупки услуг в праве Европейского Союза: общая характеристика и ключевые понятия // Академическое приложение к журналу Госзаказ: управление, размещение, обеспечение. – 2009. – №3. – С. 22–57.
10. Сутягина Н.И. Государственно-частное партнерство в жилищно-коммунальной сфере / Н.И. Сутягина // Вестник НГИЭИ. – 2011. – №2 (3). – С. 168.
11. Communication de la Commission au Parlement Européen, au Conseil, au Comité Economique et Social Européen et au Comité des Régions accompagnant la communication intitulée «Un marché unique pour l'Europe du 21<sup>e</sup> siècle». Les services d'intérêt général, y compris les services sociaux d'intérêt général: un nouvel engagement européen. {COM (2007) 724 final} // COM (2007) 725 final Bruxelles, le 20.11.2007.
12. Wollmann Hellmut Delivering of public services in europe: is (re-)municipalization a promising perspective? // Вестник Омского университета: Серия Экономика. – 2014. – №2. – С. 94–98.
13. Hans-Jürgen Leist: Wasserversorgung in Deutschland – Kritik und Lösungsansätze. oekom Verlag, München, 2007. – P. 36.
14. Statistisches Bundesamt [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.destatis.de/DE/Startseite.html>
15. Bernd Kirschbaum, Simone Richter: Wasserwirtschaft in Deutschland // Umweltbundesamt Verlag. – April. – 2014. – P. 8.
16. Berger Christian, Johannes Lohaus Zustand der Kanalisation in Deutschland // KA-Wasserwirtschaft, Abwasser. – 2002 (49). – №3. – P. 302–311.

17. Branchenbild der deutschen Wasserwirtschaft 2015. Hrsg.: ATT, BDEW, DBVW, DVGW, DWA, VKU 2015, DIN A4, 84 Seiten, farbig, Klebebindung.

18. Partnerschaften Deutschland [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.partnerschaften-deutschland.de>

19. ÖPP und Mittelstand [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.partnerschaften-deutschland.de/fileadmin/Daten/OEPP-und-Mittelstand/OePP-Aspekte-Mittelstand.pdf>

20. Förderdatenbank in Deutschland [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.foerderdatenbank.de>

**Тихонович Эллада Александровна**

канд. экон. наук, доцент

**Жемерикина Елена Борисовна**

старший преподаватель

ФГАОУ ВПО «Волгоградский государственный университет»  
г. Волгоград, Волгоградская область

## НАПРАВЛЕНИЯ ЭВОЛЮЦИИ ТЕРРИТОРИЙ С ОСОБЫМ СТАТУСОМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

**Аннотация:** в статье представлено эволюционное развитие территорий с особым экономическим статусом в российской региональной практике от свободных экономических зон до территорий опережающего развития и проблемы их функционирования.

**Ключевые слова:** свободные экономические зоны, особые экономические зоны, зоны территориального развития, территории опережающего развития.

Особые экономические зоны (ОЭЗ) получили широкое распространение в мировой хозяйственной практике, а на территории РФ интерес к ним возник в 90-е гг. вследствие возникшей необходимости развития отдельных территорий, в целях использования опыта мирового территориального развития. В ОЭЗ соединяются современные принципы организации деятельности хозяйства с льготным таможенным и налоговым режимом, что направлено на ускорение развития региона и стимулирование хозяйственной деятельности.

Организационно-правовые формы функционирования ОЭЗ развивались от простых торговых анклавов до более сложных систем – комплексных технико-внедренческих и производственных зон, в которых в настоящее время осуществляется разработка и производство наукоемких товаров, предоставляются различные услуги, а сопровождаются данные процессы разработкой и внедрением собственных инновационных технологий, что приводит к усложнению организационно-функциональной структуры ОЭЗ.

Несмотря на то, что в России особые экономические зоны существуют уже более двадцати лет, отсутствует разработанная методологическая и методическая база анализа их функционирования, что существенно ограничивает возможности прогнозирования их развития. Данную проблему обострило также вступление России в ВТО, явившееся предметом многочисленных дискуссий, так как статус особых экономических зон не оговаривается в соглашениях ВТО.

В соответствии с Международной конвенцией по упрощению и гармонизации таможенных процедур, под свободной зоной (или «зоной-франко») понимается часть территории Договаривающейся Стороны, в пределах которой любые прибывшие на нее товары обычно рассматриваются, в том, что касается импортных пошлин и налогов, как товары, находящиеся за пределами таможенной территории. Иными словами, свободная (или особая) экономическая зона – это часть территории страны с особым действующим режимом для национального и иностранного бизнеса [2].

Российское законодательство, регулирующее деятельность хозяйствующих субъектов в свободной экономической зоне, охватывает таможенное регулирование; налогообложение; административный режим; лицензирование; визовое оформление; банковскую деятельность; имущественные отношения, гарантии прав инвесторов; управление свободной зоной. Определенную специфику в свободной экономической зоне могут иметь также нормы трудового и социального законодательства.

Обращаясь к международной практике институциональной формализации территорий с подобными полномочиями, следует отметить, что ВТО выделяет три вида региональных торговых соглашений: зону свободной торговли, таможенный союз и соглашение об экономической интеграции. Согласно ст. XXIV ГАТТ, под зоной свободной торговли понимается группа из двух или более таможенных территорий, в которых отменены пошлины и другие ограничительные меры регулирования торговли для всей торговли между составляющими территориями в отношении товаров, происходящих из этих территорий. Под таможенным союзом понимается замена двух или нескольких таможенных территорий одной таможенной территорией таким образом, что: пошлины и другие ограничительные меры регулирования торговли отменяются в отношении практически всей торговли между составляющими территориями союза, или, по крайней мере, в отношении практически всей торговли товарами, происходящими из этих территорий, и практически те же пошлины и другие меры регулирования торговли применяются каждым членом союза по отношению к торговле с территориями, не включенными в союз. Соглашение об экономической интеграции предполагает снятие барьеров на пути движения услуг и интеграцию рынка труда [2].

Российские территориальные образования в настоящее время являются исключением из права ВТО, что вызывает справедливые опасения резидентов и руководителей регионов.

Практика создания территорий с особым статусом в России началась в 1991 г., когда был принят закон «Об иностранных инвестициях в РСФСР», вводящий термин «свободные экономические зоны» (СЭЗ), в рамках которых иностранные инвесторы получали ряд льгот, таких как упрощенная регистрация, пониженное налогообложение, долгосрочная аренда с пониженной оплатой, пониженные таможенные пошлины и безвизовый режим.

В 1996 г. появляются особые экономические зоны (ОЭЗ), первые – в Калининградской области в 1999 г. и в Магаданской области.

Экономическая эффективность деятельности существующих ОЭЗ, согласно опубликованным данным, пока достаточно низкая.

Таблица 1

## Результаты функционирования ОЭЗ

Зона	Запланированные инвестиции		Осуществленные инвестиции, %		Заполнение территории резидентами, %
	Государство	Резиденты	Государство	Резиденты	
Санкт-Петербург, 2009	16,4	43,5	57,3	13,3	82,0
Иннополис, 2012	24,1	8,0	8,3	0	0
Тольятти, 2010	8,0	36,3	52,5	0,8	16,0
Моглино, 2012	3,3	5,8	97,0	0	2,0
Алтайская долина, 2007	8,8	1,5	42,0	5,3	23,0
Ворота Байкала, 2007	11,8	1,5	1,7	6,7	73,0

*Составлено и рассчитано по: [4].*

В 2011 г. был принят ФЗ «О зонах территориального развития в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Под зонами территориального развития (ЗТР) понималась часть региона, на которой для ускорения социально-экономического развития создаются благоприятные условия для инвесторов путем предоставления мер государственной поддержки [5]. На сегодняшний день ЗТР созданы на территории 20 регионов.

В 2014 г. принимается ФЗ «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» (ТОР), в соответствии с которым на ТОР будут созданы даже более благоприятные условия бизнеса, чем в ОЭЗ, и резидентам ТОР будут предоставлены лучшие (конкурентоспособные) условия ведения предпринимательской деятельности по отношению к аналогичным территориям, функционирующим в Азиатско-Тихоокеанском регионе [6].

Резидентам ТОР (бизнесу, удовлетворяющему установленным критериям, в том числе по сумме инвестиций и видам экономической деятельности для конкретного ТОР, и получившему статус резидента) будут предоставлены следующие льготные условия ведения предпринимательской деятельности: особый режим землепользования; установление льготных ставок арендной платы; льготы по налогам и страховым платежам; особый режим государственного и муниципального контроля (надзора); льготное подключение к объектам инфраструктуры; применение таможенной процедуры свободной таможенной зоны; применение технических и санитарных регламентов наиболее развитых стран ОЭСР; упрощенный порядок привлечения квалифицированного иностранного персонала.

Для резидентов ТОР предусмотрены:

1. Право на освобождение от обязанностей налогоплательщика НДС в течение 10 лет со дня получения статуса резидента ТОР. Такое освобождение будет применяться также в связи с ввозом товаров на территорию РФ.

2. Установление нулевой ставки НДС в отношении товаров (работ, услуг), ввозимых на ТОР для использования резидентами ТОР.

3. Использование ускоренной амортизации по принадлежащим им объектам амортизируемого имущества (с коэффициентом 2).

4. Пониженная ставка по налогу на прибыль организаций (нулевая ставка налога, уплачиваемая в федеральный бюджет (вместо стандартных 2%) на период 10 лет с первого налогового периода после приобретения статуса резидента ТОР; пониженная ставка налога, уплачиваемого в бюджеты субъектов РФ (вместо стандартных 18%), а именно: ставка не выше 5% в течение первых 10-ти лет и затем не более 10% (без ограничения срока). После утраты статуса резидента право на применение пониженных ставок налога теряется. Применение пониженных ставок предполагает ведение раздельного учета доходов для целей налогообложения.

5. Освобождение от уплаты налога на имущество организаций в течение 10 лет с месяца, следующего за месяцем постановки на учет имущества, созданного или приобретенного для целей ведения бизнеса в ТОР.

6. Применение пониженных тарифов страховых взносов для работодателей – резидентов ТОР (7,6% вместо стандартных 30%) [3].

Таким образом, развитие форм территорий с особым экономическим статусом идет от свободных экономических зон до территорий с особым статусом, при этом, принципиальных отличий следующих эволюционных форм от предыдущих не наблюдается. Несмотря на значительные проблемы в развитии существующих ОЭЗ, создаются новые формы, институционально им идентичные, в том числе и вследствие того, что отсутствует комплексная систематическая оценка эффективности действующих образований, позволившая бы четко обозначить круг организационных и законодательных проблем и пробелов.

#### *Список литературы*

1. Генеральное соглашение по тарифам и торговле (ГАТТ 1947) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.hse.ru/data/2011/11/15/1272897051/%D0%93%D0%90%D0%A2%D0%A2-47%20\(rus\).pdf](http://www.hse.ru/data/2011/11/15/1272897051/%D0%93%D0%90%D0%A2%D0%A2-47%20(rus).pdf)

2. Международная конвенция об упрощении и гармонизации таможенных процедур (совершено в Киото 18.05.1973) (в ред. Протокола от 26.06.1999) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_106124/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_106124/)

3. На Дальнем Востоке будут созданы территории опережающего развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/en/tax-consulting-services/assets/legislation/tax-flash-report-10-rus.pdf>

4. Особые экономические зоны в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2015/06/10/595934-osobie-ekonomicheskie-zoni-v-rossii#/galleries/140737492294985/fullscreen/1>

5. Федеральный закон от 03.12.2011 №392-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «О зонах территориального развития в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_122563/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122563/)

6. Федеральный закон от 29.12.2014 №473-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_172962/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172962/)



# ЛОГИСТИКА, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

**Векленко Марина Владимировна**

аспирант  
ФГБОУ ВО «Самарский государственный  
экономический университет»  
г. Самара, Самарская область

## ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ

**Аннотация:** в данной статье описывается происхождение и развитие логистики в качестве конкретной дисциплины в строительной отрасли. Традиционный подход к логистике сравнивается с появлением специального подхода, и эта статья предоставляет убедительные аргументы для принятия последнего подхода, адаптированного к исследуемой отрасли.

**Ключевые слова:** логистика, логистическая стратегия, отрасль строительства, управление цепью поставок, управление складом, точно в срок.

В настоящее время логистика превратилась в относительно сложный интегрированный процесс управления. Начиная с середины 1970-х годов имели место значительное развитие управлением логистикой в теории и практике и большая степень понимания того, как работают цепочки поставок. «Управление логистикой» и «управление цепочками поставок» (SCM), по существу, синонимы, связанные с систематическим и целостным подходом к управлению потоками материалов, финансов и информации, полученной с момента нахождения продукции в состоянии сырья до готового к потреблению конечного продукта [5]. Одновременно с философией SCM развивалась концепция поставок «Точно в срок» (JIT). Традиционно, многие организации хранили значительные объемы запасов сырья, материалов и продукции до их возможного использования в производственном процессе. Это оказалось дорогим и неэффективным использованием финансовых и энергетических ресурсов, и данная практика устарела в пользу концепции, в применение которой пионером явилась такая компания, как Toyota в Японии.

Эффективное управление логистикой является неотъемлемым и важным фактором успеха в разнообразии конкурирующих организаций и конкурирующих цепях поставок в этой все более глобальной, конкурентоспособной экономике. Логистика ставит целью доставить то, что хочет клиент в нужное время, в нужное место и по правильной цене. Очень часто транспорт является основным компонентом цепочки поставок, которая обеспечивает клиенту доставку необходимых товаров и услуг [6].

Появление системы управления складом (WMS), а также компьютеризированного управления документами, спутниковой навигации и системы слежения за транспортом, предоставили партнерам и клиентам цепи поставок с помощью современных систем управлять цепочкой поставок, тем самым повышая производительность и надежность и уменьшая затраты и время.

В строительной отрасли в настоящее время есть многочисленные примеры наилучшей практики применения логистики даже у производителей

мирового класса, но, в целом, преданные своему делу профессионалы, не спешат признавать преимущества использования стратегий логистики в строительстве, кроме аспектов, связанных с крупными коммерческими и инфраструктурными проектами. Например, даже в развитых странах Запада еще только предстоит широкое распространение применения специализированной и интегрированной логистики в строительстве, несмотря на ее проверенную репутацию эффективности сокращения затрат и ресурсов в других отраслях промышленности [1–3].

Логистика как строительная дисциплина впервые получила известность в Великобритании в 1980-х годах с появлением механизма закупок, в котором клиент напрямую заключает контракт со специализированными торговыми подрядчиками, хотя по-прежнему управление проектом, координация и управление процессом строительства осуществляется с помощью подрядчика [1]. Некоторые из клиентов, которые использовали возможность управления строительством признали преимущества такого метода управления, когда специализированные фирмы непосредственно занимаются управлением непрофильными строительно-монтажными работами, которые, как правило, приводятся в качестве «предварительных пунктов» в договорных документах, в том числе благосостояние участка, ведение домашнего хозяйства, безопасность вывесок, пожарная безопасность, доступ к кранам, подъемникам, управление трафиком, первая помощь, связь со сторонними организациями и обращение с отходами. Объединение этих существующих, хотя и непрофильных, элементов в одном пакете привело к объединению специалиста логистики и подрядчика.

Конструктивные доклады и обзоры по строительной отрасли Великобритании сетуют на неэффективность и высокие издержки из-за плохой материально-технической производительности [4]. В докладе «Совершенствование строительной логистики», опубликованном на Стратегическом форуме по строительству Logistics Group утверждается, что строительная отрасль развивается медленнее других отраслей, что есть много возможностей для того, чтобы реализовать преимущества данной отрасли, и обеспечить это может применение логистики. В этом докладе рассматриваются недостатки существующей практики строительной отрасли и рассчитываются достоинства альтернативных современных и комплексных подходов к логистике [4].

Крупнейшие мировые лидеры в сфере строительства уже признают, что логистика станет решающим фактором для строительства. Фундаментальные исследования уже позволили сделать вывод о том, что другие отрасли промышленности увеличили оборотный капитал на 20%, путем применения логистического инструментария в своей производственной деятельности [2].

К примеру, успешные специалисты в логистике крупных британских компаний, как Уилсон Джеймс, уже оказали существенное влияние на улучшение строительной отрасли путем введения эффективной политики управления логистикой вместо традиционной практики в данной отрасли. По данным исследований, специалисты логистики и глобальных логистических фирм, как Exel и UPS тоже ориентированы на строительную отрасль, как они утверждают, что подрядчики могут снизить свои материалы и затраты на рабочую силу на 15% за счет введения поставки ЛТ на места [4]. Это также будет способствовать снижению повреждения материалов, экономии на стоимости хранения и освобождению квалифицированных кадров для более продуктивной работы.

Лидеры строительной отрасли на все более конкурентном рынке сосредоточили свое внимание на максимальной производительности на местах строительства на основе минимизации расточительной деятельности, в том числе на поставку материалов и оборудования «точно к месту». Выявлено, что должно быть уделено больше внимания на SCM (управление цепями поставок) и логистику для содействия в ликвидации нерациональных издержек. Кроме того, клиенты строительной отрасли все больше осознают важность их корпоративного имиджа и требуют, чтобы больше внимания их подрядчики уделяли нуждам общества.

Производство и розничная торговля разработали свои SCM и методы логистики для повышения эффективности и рентабельности в результате. По сравнению с этим, специальный подход к строительной отрасли является гораздо более упрощенным и оставляет значительные возможности для улучшения. Область строительной логистики и SCM, которые оказали существенное влияние на проекты производительности промышленности, в то же время оставались в основном без изменений в течение многих лет. По оценкам, от 10 до 20% всех затрат на строительство – транспортные расходы, по данным строительных исследований, и примерно один пяти автомобилей на дорогах Российской Федерации связан со строительным бизнесом [8]. Несмотря на это, мало внимания уделяется методам, которыми материалы и оборудование доставляются на место строительства, в результате, затраты и стоимость увеличивается, а надежность снижается по всей цепочке поставок.

Логистика включает в себя стратегическое и экономичное хранение, обработку, транспортировку и распределение ресурсов. Она синхронизирует стороны в цепочке поставок от источника происхождения до момента использования, с целью удовлетворения потребностей конечного пользователя. Этот процесс управляемый и обычно совпадает с ключевым временем/датой в целях поддержки основной хозяйственной деятельности.

Рекомендуется исследовать обрабатывающую промышленность, чтобы вдохновить новой улучшенной рабочей практикой строительную отрасль. Обрабатывающая промышленность России выявила преимуществ разработки надежной стратегии логистики и сосредоточена на достижении этой цели в течение последних 30–40 лет [7].

Хотя есть много общего между строительством и промышленными предприятиями, невозможно полностью воспроизвести методику, из-за фундаментальных экологических, культурных и оперативных различий между ними, поэтому, в строительной области актуально и необходимо разрабатывать адаптированную логистическую систему, способную решать основные проблемы логистики на предприятии.

Факторы, которые определяют успех логистической деятельности ранее были определены как время, место, количество и качество. Таким образом, существует объективная необходимость развития логистики в строительной отрасли, к тому же, перспективы развития строительства и реализация программ по возведению жилья неизбежно влекут за собой рост спроса на продукцию, выпускаемую данной отраслью, что так же повышает значимость рациональной логистической стратегии на предприятии строительной отрасли.

#### *Список литературы*

1. Logistics. Construction Products Association. – London.
2. Rogers P (2004) Construction Logistics Consolidation Centres conference speech.
3. Royal Aeronautical Society, 6th October 2004.
4. Strategic Forum for Construction Logistics Group (2005) Improving Construction.

5. Taylor D. The analysis of logistics and supply chain management cases. In: Global Cases in Logistics and Supply Chain Management. International Thomson Business Press. – London, 1997.

6. Бауэрсокс Доналд Дж., Клосс Дейвид Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок. – 2-е изд. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2010. – 640 с.

7. Бердин А.Ю. Специфика стратегии распределительной политики предприятий промышленности строительных материалов // Вестник Гомельского государственного технического университета им. П.О. Сухого. – №3/46. – 2011.

8. Векленко М.В. Современное состояние и тенденции развития рынка строительных материалов Самарской области // Экономика и предпринимательство. – №2 (55). – 2015.

**Песоцкий Андрей Алексеевич**

канд. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный  
экономический университет»  
г. Санкт-Петербург

## ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА ЦИКЛИЧЕСКОЙ ГРАДАЦИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ МАКРОСУБЪЕКТА

**Аннотация:** в данной статье рассматривается проблематика мониторинга экономической безопасности с позиции предложенного автором метода циклической градации.

**Ключевые слова:** экономическое пространство, экономическая безопасность, метод циклической градации, экономическое время.

Современные исследователи, рассматривающие проблематику экономической безопасности, все чаще уделяют внимание пространственной интерпретации процессов, происходящих в хозяйственном комплексе России. По своей природе экономическое пространство конечно во времени, однако его завершение может не иметь катастрофических последствий. Согласно эволюционно-волновой теории циклов, по мере затухания одного цикла параллельно возникает второй, то есть фаза рецессии или депрессии одного экономического пространства может совпадать с фазой формирования другого пространства.

Национальная экономика имеет социальный базис, определяемый исторически сложившимися границами государства, культурным кодом, природно-географическими факторами, которые в большинстве случаев мало подвержены изменениям во времени, что добавляет прочности экономическому пространству, затягивая рецессию и депрессию, либо обеспечивая относительно безболезненный переход от одного жизненного цикла к другому.

Рассматривая безопасность экономического пространства Российской Федерации, очевидна также географическая, экономическая, культурная, социальная взаимосвязь народов России с народами постсоветского пространства, поэтому даже в случае разрушения экономического пространства России его прежние составляющие, как внутри, так и вовне, будет в значительной степени тяготеть к взаимосвязям с российской экономикой.

Как уже отмечалось, исторически дезинтеграция экономического пространства России произошла в 1985–1991 годах, когда были разрушены экономические связи в рамках соцлагеря, а затем и Советского Союза, од-

нако естественная предрасположенность народов стран СНГ к экономической интеграции, обусловленная широким спектром факторов, приводит к восстановлению прежних экономических связей, что, в частности, нашло выражение в образовании в 2014 году Евразийского экономического союза, в состав которого вошли Россия, Белоруссия и Казахстан.

Анализируя историю нашей страны за последние 30 лет, можно сделать еще один вывод, связанный с экономическим пространством: большое влияние на жизненный цикл ЭП могут оказывать катастрофические политические факторы. Так, распад социалистического лагеря и последующих крах СССР за 5 лет обеспечили переход из устойчивой стадии рецессии, еще имевшей возможности к долговременной стабилизационной деятельности, в состояние дезинтеграции (разрушения), при этом фаза депрессии заняла всего несколько месяцев, хотя при более благоприятной политической обстановке она могла длиться годы и даже десятилетия, минувшая катастрофический характер социально-экономических трансформаций.

В рамках обеспечения экономической безопасности России необходимо принимать системные меры по недопущению катастрофического сценария в экономике, что требует совершенствования методической базы экономической безопасности. В сложившихся условиях видится перспективным рассмотрение безопасности в пространственном ракурсе, однако анализ безопасности ЭП требует соответствующих методик мониторинга.

К сожалению, экономическое пространство, рассмотренное с точки зрения безопасности макросубъекта, на данный момент не имеет научно обоснованной и должным образом апробированной методической базы, что создает очевидные сложности для воплощения в практической плоскости деятельности системной триады экономической безопасности по развитию пространственных аспектов своей деятельности.

В качестве инструмента для анализа безопасности ЭП на уровне национальной экономики предлагается использование *метода циклической градации*, позволяющий осуществлять эффективный мониторинг, а также принимать соответствующие управленческие решения на основе полученных данных.

На практике метод циклической градации может быть применен в рамках деятельности организации различного уровня (фирмой, городом, регионом, государством), и, соответственно, практической целью метода является достижение безопасности для конкретного экономического субъекта, когда как интересы других субъектов имеют значение только в той степени, в какой они важны для рассматриваемого субъекта.

В рамках данной работы рассматривается применение метода на уровне национальной экономики и ее подсистем, выраженной в экономическом пространстве России и подпространствах.

В рамках метода циклической градации на уровне экономической системы страны предлагается использовать следующую терминологию:

- *а-субъект* – субъект, в отношении которого осуществляются мероприятия по достижению безопасности экономического пространства (в данном случае, национальная экономика России);

- *б-субъект* – участник хозяйственных процессов, вступающая во взаимодействие с *а-субъектом* в рамках общего экономического пространства.

Спектр *б-субъектов* в рамках поддержания безопасности экономического пространства России весьма широк. Во-первых, к *б-субъектам* следует отнести тех участников хозяйственной деятельности, которые осуществляют экономические контакты в рамках региональные, отраслевые,

социальные подпространств, а также межгосударственных подпространств и подпространств транснационального капитала.

Во-вторых, к ним относятся организационно-территориальные единицы, напрямую взаимодействующие с федеральными органами власти (номинально или фактически). К ним относятся:

- 1) иностранные государства и их территориальные единицы;
- 2) транснациональные корпорации;
- 3) международные общественные структуры (например, Международная организация труда);
- 4) наднациональные региональные и межрегиональные образования (например, Европейский союз, Евразийский экономический союз, БРИКС, ВТО);
- 5) другие субъекты, оказывающие влияние на совокупный экономический процесс.

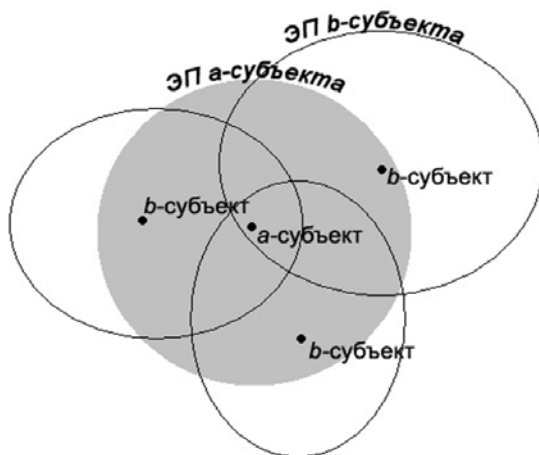


Рис. 1. Пересечение экономических пространств а-субъектов и б-субъектов

Как *а*-субъекты, так и *б*-субъекты могут иметь собственное ЭП, которое пересекается, но не совпадает полностью, что отражено на рис. 1. Необходимо отметить, что экономическое пространство отражает не только дружественное окружение, но также нейтральное и враждебное. Отличительным признаком, характеризующим нахождение субъекта в экономическом пространстве, является совершение транзакций, при этом их характер может быть различен. Например, российско-украинский дипломатический кризис 2014 года снизил количество транзакций между российской и украинскими экономиками, однако объем операций превышал многие другие страны, что позволяет сделать однозначный вывод о нахождении Украины в российском экономическом пространстве.

С точки зрения метода циклической градации экономическое пространство, в которое входит *а*-субъект является лишь косвенным объектом обеспечения экономической безопасности, однако является первичным объектом мониторинга. Интересы *а*-пространства представляют интерес для *а*-субъекта лишь в тот период времени, когда совокупный экономический процесс способствует развитию *а*-субъекта. Однако с точки

зрения мониторинга именно *a*-пространству отводится ключевая роль, поскольку оно выступает той средой, которая непосредственно влияет на объект исследования.

Что касается *b*-субъектов, то наблюдается двойственное их проявление, обусловленное различиями между федеральной и региональной спецификой, отраслевыми особенностями и т. д. Один и тот же *b*-субъект может иметь двойственную природу. Например, иностранная ТНК вступает в диалог с государственными органами РФ, региональными властями и партнерами в рамках отрасли. В этом случае она трижды выступает как *b*-субъект, поскольку характер этих взаимоотношений может быть различен. Например, правительство РФ вводит санкции против иностранной компании, в то время как правительство Санкт-Петербурга ищет пути для сохранения деловых отношений, важных для региона.

#### **Список литературы**

1. Дошаев Р.М. Экономические территории и экономическое пространство – М.: Алгоритм, 2005. – 283 с.
2. Румянцев А.А. Экономическое пространство Северо-Запада России и ее инновационная деятельность // Экономика Северо-Запада: проблемы и перспективы развития – СПб.: Питер, 2002.
3. Симарова И.С. Обоснование регионального развития с учетом связанности экономического пространства: Дис. ... канд. экон. наук. – Тюмень, 2014.
4. Урунов А.А. Единое экономическое пространство. – М.: ИД «СИНЕРГИЯ», 2012. – 384 с.
5. Чекмарев В.В. К теории экономического пространства // Известия СПбГУЭФ. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – №3.

**Потапова Елена Юрьевна**  
студентка

**Тукова Екатерина Александровна**  
аспирант, ассистент

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный  
университет путей сообщения»  
г. Екатеринбург, Свердловская область

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ «КАДРОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ» НА ОТРАСЛЕВЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

**Аннотация:** в данной статье рассмотрена актуальность изучения кадровых рисков. В работе также проанализированы методы усиления безопасности предприятия.

**Ключевые слова:** персонал, кадровая безопасность, мотивация.

Кадровая безопасность на предприятии – это умение защитить организацию в целом от различных проблем, связанных с кадрами. Это могут быть неприятности, связанные с нанесением юридического и финансового вреда, например, воровство или ненадлежащее выполнение своих обязанностей. Второй момент – это юридическая кадровая безопасность. На многих предприятиях важна компетентность специалистов, наличие у них настоящих, а не поддельных дипломов. Не стоит забывать и о мотивации персонала, формировании у сотрудников желания выполнять свои обязанности честно.

Работа служб персонала разложена на этапы (поиск, отбор, прием, адаптация и т. д.) и на каждом этапе существует масса вопросов безопасности, решаемых именно персональными менеджерами. Каждое действие менеджера по персоналу на каждом этапе – это либо усиление, либо ослабление безопасности предприятия по крупнейшей ее составляющей – по кадрам.

Если обратиться к статистике, то около 80% ущерба материальным активам компаний наносится их же персоналом. Только лишь 20% попыток взлома сетей и получения несанкционированного доступа к компьютерной информации приходит извне. Обратим своё внимание на общемировую статистику, применимую к России: 10–15% всех людей являются нечестными, 10–15% абсолютно честны, остальные 70–80% – колеблющиеся.

Следует распознавать внешние и внутренние угрозы. Внешние негативные воздействия – это действия, явления или процессы, не зависящие от воли и сознания сотрудников предприятия и влекущие нанесение ущерба. К тому же, к внутренним негативным воздействиям относятся умышленные или неосторожные действия работников компании, влекущие нанесение ущерба [2].

Методы кадровой безопасности при найме сотрудников.

Задача службы управления персоналом на этапе поиска претендентов – уменьшить дальнейшие издержки на отбор претендентов, другими словами организовать этот этап таким образом, чтобы трудиться только с подходящими и безопасными претендентами.

Тренингов по найму персонала достаточно много. Процесс трудоустройства должен быть доведен до автоматизма, а не проходить по принципу «понравился – не понравился». В последнем случае неизбежны конфликты и иные негативные последствия. Также хорошо периодически проводить тренинги по конфликтологии. На личном опыте могу сказать, что это, к сожалению, один из самых редко покупаемых тренингов, но один из самых полезных. Качественно проведенный тренинг помогает не только преодолеть разногласия, но и использовать энергию конфликта с пользой. Игнорируя конфликты, руководители оказывают себе медвежью услугу.

Помимо посещения тренингов следует периодически проводить в компании ассесмент и аудит персонала [1].

Последующий шаг в работе с претендентом на вакансию – отбор – начинается с личной встречи. Работники службы по управлению персоналом обязаны проводить предварительную оценку претендента по внешнему виду и поведенческим признакам – так называемый «face control». Где важно все, и особенно – первое впечатление. Чтобы делать такой анализ быстро, необходимо накопить большой жизненный опыт, развить интуицию.

На этапе отбора кандидата, формулируются следующие задачи:

1. Для начала, это экспресс-оценка внешнего вида кандидата.
2. Затем следует, оценка готовности к общению. Тут необходимо внимательно следить за первыми словами, произнесенными при входе в кабинет, за манерой общения с присутствующими в предвкушении интервью, за наличием показателей сильного волнения, таких как, множество извинений, слабость и дрожание голоса, тремор, за походкой и жестиком-ляцией и пр.

3. Особенности внешнего вида, поведения, речи, походки свидетельствуют о наличии зависимостей и отклонений (злоупотребление алкоголем, наркотическая зависимость, психическая неустойчивость) [3].

Потом, в процессе работы с претендентом на вакансию нужно отслеживать все интересующие вас факты его биографии. Чаще сбор фактических данных начинается с заполнения анкеты.



Автобиография – последовательное описание человеком событий собственной жизни, тоже инструмент кадровой безопасности, полезный во всех отношениях и экономящий средства и время. Своими руками написанная биография – удостоверенный подписью образец почерка человека.

Не считая анкеты и автобиографии, претендент дает различные документы, при этом работодатель преследует такие цели:

- идентификация личности кандидата;
- обнаружение фальсификации, подделки;
- сверка сведений из документов со сведениями, приобретенными из иных источников (анкета, автобиография);
- оценка состояния документов, а помимо прочего изучение вложений (записи, вкладыши и т. д.).

Очередной источник информации о соискателе – исследование рекомендаций с прошлых мест работы и проверка полученных при этом сведений.

Зачастую службы управления персоналом при отборе претендентов на вакансию используют психологические тесты (профессионального отбора, проф. ориентации, определения личностных особенностей и др.).

Для укрепления лояльности в трудовом коллективе есть следующие методы:

- мотивация (заинтересованность работников какими-либо благами).
- создание корпоративного кодекса. Этот документ выполняет 2 функции:

1) всем работникам дается осознать, что приемлемо в этой фирме, а что нет, за что можно получить наказание, что составляет коммерческую тайну и так далее;

2) все работники придерживаются данного кодекса – от секретаря и до генерального директора [1].

Разновидностей схем контроля в компании может быть много. Самые распространенные из них:

1. Создание технологической карты производств (точный алгоритм выполнения задания).

2. Стоит проводить плановое психологическое тестирование, чтобы вовремя выявить негативные процессы в трудовом коллективе.

3. Создание «горячих анонимных линий по противодействию мошенничеству».

4. Опрос с использованием полиграфа (ОИП).

При найме персонала, необходимо лишь следовать простому алгоритму:

1. Берем резюме и сравниваем обозначенные в нем компетенции с компетенциями, которые нам требуются.

2. Приглашаем на собеседование только тех кандидатов, чьи компетенции нас полностью устроили.

3. Приглашаем человека на собеседование и задаем вопросы, которые помогут нам установить действительное наличие компетенций.

4. Проверяем то, что человек написал о себе, например подлинность его диплома о высшем образовании.

5. Не стоит думать, что рекомендации с предыдущих мест работы гарантируют правдивое представление о соискателе, это не всегда так. Личная встреча и беседа – лучший способ проверить, не завышена ли у кандидата самооценка.

6. Не следует полностью полагаться на психологические тесты. Большинство из них строятся на каких-либо физиологических реакциях. Никто не способен выглядеть более честно, чем профессиональный лжец, который знает все тонкости психологических проверок. Если все же приме-

гать к тесту, лучше задавать вопросы по несколько раз переформулировать одни и те же пункты и внимательно следить за тем, совпадают ли ответы, и насколько они совпадают.

Из чего следует, кадровая безопасность, являясь составляющей финансовой безопасности компании, направлена на такую работу с персоналом, на установление таких трудовых и этических отношений, которые можно было бы определить как «безубыточные».

**Список литературы**

1. Абалкин Л. Экономическая безопасность России, угрозы и их отражение [Текст] / Л. Абалкин // Вопросы экономики. – 2000. – №12.
2. Митрофанов А.А. Экономическая безопасность коммерческих предприятий и деловая разведка // Российское общество профессионалов конкурентной разведки. – 2006 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rscip.ru/base/A9738409-3441822.html>
3. Управление персоналом организации [Текст]: Учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 2006.

**Сафиханов Андрей Андреевич**

адъютант

Вольский военный институт

материального обеспечения (филиал)

ФГКВОО ВПО «Военная академия материально-

технического обеспечения им. генерала

армии А.В. Хрулева» Минобороны России

г. Вольск, Саратовская область

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ВОЕННО- ЭКОНОМИЧЕСКОМУ ОБОСНОВАНИЮ МЕР ПО ЛОГИСТИЗАЦИИ СИСТЕМЫ МАТЕРИАЛЬНО- ТЕХНИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВОЙСК В РЕГИОНАХ АРКТИКИ И КРАЙНЕГО СЕВЕРА**

**Аннотация:** в работе показано, что развитие транспортно-логистической инфраструктуры в регионах Арктики и Крайнего Севера для целей материально-технического обеспечения Вооруженных Сил Российской Федерации должно также содействовать развитию хозяйственной деятельности в этих регионах. Оценка военно-экономического эффекта от создания и функционирования такой инфраструктуры должна принимать во внимание косвенный экономический эффект (полученный благодаря развитию хозяйственной деятельности в этих регионах).

**Ключевые слова:** государственно-частное партнёрство, логистизация, материально-техническое обеспечение, регионы Арктики, регионы Крайнего Севера.

Рост военного присутствия Российской Федерации в регионах Арктики и Крайнего Севера (АКС), обусловленный нарастанием геополитических угроз и значимостью этих регионов для обеспечения военной, экономической, транспортной [6] и ресурсной безопасности нашей страны, естественным образом ставит вопрос об организации надлежащего функционирования системы материально-технического обеспечения (МТО) тех соединений и частей Вооруженных Сил Российской Федерации (ВС

РФ), которые будут размещены в этих регионах на постоянной или временной основе.

В современных условиях выбор системы МТО должен осуществлять по критерию максимизации военно-экономического эффекта, который будет достигнут благодаря использованию этой системы [2]. Однако если с военной составляющей военно-экономического эффекта все сравнительно просто (речь идет о необходимости обеспечить требуемый уровень боеспособности войск (сил)), то экономический компонент нуждается, на наш взгляд, в отдельном анализе. Именно такой анализ будет предложен в данной работе.

Теоретически задача максимизации военно-экономического эффект в ситуации обеспечения заданного уровня боеспособности войск (сил) сводится к задаче поиска минимальной величины затрат, необходимых для поддержания данного уровня боеспособности (в нашем случае речь идет о минимизации издержек на создание и функционирование логистической системы МТО ВС РФ). Однако специфика регионов АКС и их значимость для России, по нашему мнению, не позволяют использовать такой подход.

Для регионов АКС в настоящее время характерен исключительно низкий уровень развития транспортно-логистической инфраструктуры [1, с. 15], и ее формирование связано со значительными рисками (связанными как со сложными географо-климатическими условиями, так и с высокой экономической неопределенностью, еще более усилившейся из-за введенных в отношении России секторальных санкций и снижения цен на нефть [13]). Отсутствие такой инфраструктуры не только не позволяет наладить эффективную систему МТО ВС РФ в регионе, но и препятствует вовлечению данных территорий в единое российское экономическое пространство. Иными словами, хозяйственная деятельность в регионе носит очаговый характер [1].

При этом, как было сказано выше, экономическое освоение регионов АКС имеет исключительно большое значение для безопасности нашей страны. По нашему мнению, необходимость создания транспортно-логистической инфраструктуры для нужд ВС РФ может быть использована и для целей хозяйственного развития этих регионов. Это означает, что проблема организации МТО ВС РФ в регионах АКС и проблема создания транспортно-логистической инфраструктуры в этих регионах для их хозяйственного освоения должна решаться в комплексе. Иначе говоря, формирование системы МТО ВС РФ в регионах АКС должно быть направлено не только на обеспечение боеспособности войск (сил), но и на создание условий для вовлечения этих регионов в единое экономическое пространство страны.

Мы полагаем, что необходимо создание военно-гражданской логистической системы совместного пользования, которая могла бы быть задействована как для нужд МТО ВС РФ, так и для обслуживания предприятий, ведущих свою деятельность в данном регионе [9, с. 14]. Основой для создания такой системы мог бы быть механизм государственно-частного партнерства (ГЧП), преимущество которого заключается в том, что он позволяет привлечь частное финансирование под государственные гарантии для реализации инфраструктурных проектов, уровень коммерческих рисков которых слишком высок для обычных частных инвесторов, и при этом позволяет государству сохранить определенный контроль над создаваемой таким образом инфраструктурой. Государственные гарантии в данном случае могут иметь форму минимально гарантированной загрузки такой логистической системы за счет обслуживания военных заказов. Ис-

пользование ГЧП позволяет государству не только снизить затраты на создание инфраструктурного объекта, но и сократить транзакционные издержки, связанные с его функционированием [5].

Фактически речь идет о передаче на аутсорсинг функций по управлению логистической системой в сочетании с привлечением стороннего подрядчика для ее создания [4; 7; 8; 11; 12]. Разумеется, при этом необходимо уделять большое внимание правильному выбору места для размещения объектов транспортно-логистической инфраструктуры [3].

Привлечение частных инвесторов в создание такой системы представляется необходимым в силу того, что государства в настоящий момент не может за счет собственных ресурсов предоставить необходимое финансирование. Это подтверждается примером реализации транспортного коридора «Белкомур», инвестиции в который осуществляет китайская компания Poly Technologies [10]. Отметим, что, хотя участие иностранных инвесторов в таких стратегических проектах вряд ли является желательным, однако, по всей видимости, в текущей экономической ситуации это единственная возможность обеспечить финансирование данного проекта. Определенные опасения вызывает и тот факт, что Poly Technologies будет также выступать в качестве оператора, то есть обеспечивать текущее функционирование «Белкомура» и контролировать его деятельность, что может накладывать (в условиях экономических ситуаций и необходимости защиты инвестора) определенные ограничения на использование «Белкомура» для нужд ВС РФ.

Все, сказанное выше, означает, что при оценке военно-экономического эффекта от создания системы МТО ВС РФ в регионах АКС следует учитывать не только прямой экономический эффект (экономию на создании и функционировании этой системы), но и эффект косвенный, заключающийся в тех дополнительных доходах, которая получит российский бюджет благодаря развитию хозяйственной деятельности в регионах АКС на основе созданной транспортно-логистической инфраструктуры. Таким образом, методика оценки военно-экономического эффекта должна принимать во внимание и этот косвенный эффект.

#### *Список литературы*

1. Басангова К.М. Арктическая транспортная система как фактор развития северных территорий // Проблемы современной экономики / К.М. Басангова. – 2011. – №4. – С. 280–282.
2. Ворушилин Л.В. Логистизация хозяйственной деятельности как способ повышения эффективности систем материально-технического обеспечения (на примере военной организации государства) // Экономика и предпринимательство / Л.В. Ворушилин, А.Х. Курбанов, Е.В. Мамаев. – 2014. – №12–2. – С. 478–483.
3. Елацков А.Б. Функция полезности в контексте геополитических отношений // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история / А.Б. Елацков. – 2015. – №49–50. – С. 6–10.
4. Зайцева А.О. Особенности применения государственно-частного партнерства в отрасли воздушного сообщения // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право / А.О. Зайцева. – 2015. – №3–4. – С. 21–24.
5. Кирьянов И.В. Количественная оценка транзакционных издержек организации. Общий методический подход // Вестник НГУЭУ / И.В. Кирьянов. – 2015. – №1. – С. 78–101.
6. Котляров И.Д. Геоэкономическое значение трансевразийского транспортного коридора // Записки Горного института / И.Д. Котляров. – 2009. – Т. 184. – С. 225–230.
7. Котляров И.Д. Применение аутсорсинга в государственной деятельности в Российской Федерации // Вопросы государственного и муниципального управления / И.Д. Котляров. – 2012. – №2. – С. 112–120.

8. Кречотнев Р.Н. Государственно-частное партнерство: экономическая природа и принципы применения // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом / Р.Н. Кречотнев. – 2015. – №1. – С. 21–27.
9. Кречотнев Р.Н. Риски государственно-частного партнерства при реализации проектов строительства объектов военно-складской инфраструктуры // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент / Р.Н. Кречотнев, А.Х. Курбанов, В.И. Пахомов. – 2014. – №2. – С. 256–266.
10. Кудияров С. Логистически-сырьевая синергия // Эксперт / С. Кудияров. – 2015. – №38. – С. 24–27.
11. Курбанов А.Х. Государственно-частное партнерство и аутсорсинг: сравнительный анализ структуры и характера отношений // В мире научных открытий / А.Х. Курбанов, В.А. Плотников. – 2013. – №4. – С. 33–47.
12. Осокина И.В. Государственно-частное партнерство и аутсорсинг в государственной деятельности: сравнительный анализ // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право / И.В. Осокина. – 2015. – №3–4. – С. 46–49.
13. Пермякова Т.В. Анализ влияния санкций США и ЕС на разработку новых нефтяных месторождений в России и пути решения проблемы // Вестник Ижевского государственного технического университета / Т.В. Пермякова, Р.В. Файзулин. – 2015. – №1. – С. 65–66.
14. Селин В.С., Козьменко С.Ю. Взаимодействие хозяйственных и оборонных интересов в арктических акваториях // Вестник Кольского научного центра РАН / В.С. Селин, С.Ю. Козьменко. – 2012. – №3.
15. Чумляков К.С. Транспортное развитие сырьевого региона центральной Арктики // Экономика и предпринимательство / К.С. Чумляков. – 2015. – №4–1. – С. 332–336.

## СТАНДАРТИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ, УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ

**Вареников Вячеслав Александрович**

аспирант

ФГБОУ ВПО «Сочинский государственный университет»

г. Сочи, Краснодарский край

### ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ В СОВРЕМЕННОЙ ТЕОРИИ ТУРИСТСКО- РЕКРЕАЦИОННЫХ СИСТЕМ

***Аннотация:** говоря об инновациях, чаще всего подразумевают производственную сферу человеческой деятельности, хотя процессы внедрения новшеств в сферу услуг являются немаловажной ее составляющей. В последние десятилетия инновации в сфере услуг и в частности в туризме стали одним жизненно важным элементом ведения бизнеса в современных условиях развития рынка и его динамично меняющихся тенденций. В статье рассматриваются теоретические основы инновационной деятельности в современной индустрии туризма: определяются цели, объекты, основные сферы практического применения. Исследование основывается не только на анализе научной литературы по данному вопросу, но также и на фактических примерах успешной инновационной активности организаций туристско-рекреационных систем.*

***Ключевые слова:** инновации, туризм, туристско-рекреационная система, инновационная активность.*

Туристско-рекреационная система представляет собой общественное явление, цель которого – удовлетворение туристско-рекреационных потребностей человека при соблюдении «интересов» всех сторон, связанных с данным процессом [1]. Туризм в свою очередь является одной из крупнейших отраслей мирового хозяйства, которая претерпевает качественные преобразования в соответствии с постоянными изменениями тенденций развития и предпочтений потребителей. Инновационная деятельность становится жизненно важным для любого предприятия сферы туризма в условиях возросшей и ужесточившейся в последние годы конкуренции на рынке.

Понятие инноваций в современных туристско-рекреационных системах включает в себя все аспекты формирования и развития творческих идей и концепций, нацеленных в конечном итоге на совершенствование качества предоставляемых услуг, повышение уровня удовлетворенности туристов, создание и использование более эффективных управленческих стратегий, увеличение прибыли и снижение затрат, расширение спектра предоставляемых услуг и использование более эффективных или уникальных способов производства и реализации туристского продукта.

В связи с этим для организаций сферы туризма крайне важно разбираться в понятии инноваций и способах их применения в целях создания успешного, прибыльного и долгосрочного бизнеса.

Объектами инновационной деятельности в туристской сфере могут выступать новые продукты, услуги, целевые группы, каналы сбыта, инструменты продвижения и стратегии, новые маркетинговые решения и т. д.

Нередко происходит подмена понятия «инновация». Используя данный термин, ошибочно имеют в виду сами новые продукты и новые услуги, разработку новых идей, процессов, брендов, технологий, подходов и изобретений, в то время как понятие инновации включает применение новых и креативных идей, а также импликацию открытий. А.В. Хуторской в своей книге «Педагогическая инноватика» определяет инновацию как реализованное изменение, ставшее из возможного действительным [4].

Инновационная деятельность в туризме преследует следующие цели:

- снижение издержек;
- повышение эффективности деятельности и уровня доходов;
- своевременная реакция на динамично меняющиеся запросы потребителей;
- повышение конкурентоспособности за счет приобретения отличительных преимуществ;
- повышения экологичности предприятий туристского бизнеса, забота об окружающей среде.

Инновации в туризме имеют схожее значение с инновациями в производственной сфере. Характерной же чертой является нелинейность инновационных процессов в отличие от производства. Линейность предполагает однократное использование знаний, а инновационные процессы – перманентное, т.е. параллельность новаторской деятельности в отношении продукции, организации и управления – многообразие областей нововведений [3]. Выделяют 5 основных сфер инновационной деятельности, характерных для обеих сфер:

- производственные инновации;
- инновации процессов;
- управленческие инновации;
- логистические инновации;
- институциональные инновации.

В Таблице 1 представлены примеры реализации различных типов инноваций в туризме.

Таблица 1

*Примеры инноваций в туризме по сферам применения*

Инновации продукта/услуги	<ul style="list-style-type: none"> <li>– номера повышенной комфортности</li> <li>– программы лояльности</li> <li>– использование текстиля с использованием нано-технологий в номерах</li> </ul>
Инновации процессов	<ul style="list-style-type: none"> <li>– беспроводной доступ в Интернет</li> <li>– электронные системы бронирования</li> <li>– использование роботизированной техники в процессе уборки номеров</li> </ul>
Управленческие инновации	<ul style="list-style-type: none"> <li>– всеобщее управление качеством</li> <li>– программы мотивации и управления карьерным ростом персонала</li> </ul>
Логистические инновации	<ul style="list-style-type: none"> <li>– увеличение количества узловых аэропортов</li> <li>– интернет-маркетинг</li> </ul>

Институциональные инновации	– льготные условия финансирования (лечебный туризм) – налоговые вычеты для энергосберегающих предприятий
-----------------------------	---

Рассмотрим некоторые примеры успешной и эффективной инновационной деятельности на предприятиях индустрии туризма.

Так в индустрии гостеприимства, члены программы Marriott Rewards, которые останавливаются в отелях по всему миру, могут быстро зарегистрироваться и выписаться из отеля, используя популярное приложение Marriott Mobile app на своих смартфонах. Услуга впервые была предложена в 2013 году гостям отелей в США и Канаде, а в теперь ей можно воспользоваться и на других континентах, где находятся около 500 отелей компании.

Участники программы Marriott Rewards получают уведомление о возможности мобильной регистрации накануне дня заезда на своих Apple iPhones или Android, после чего им приходит автоматическое оповещение о готовности номера. Так как информация о способе оплаты хранится в профиле гостя, ему нужно только подойти к стойке мобильной регистрации, где его уже будет ждать ключ от номера. В конце пребывания в отеле приходит уведомление о возможности мобильной выписки. При положительном ответе, гостя просят оставить свой электронный адрес, куда будет направлен счет. Таким образом, гостю нет необходимости задерживаться на стойке регистрации [2].

Арома-маркетинг – инновационный в гостиничном бизнесе способ привлечения новых клиентов и повышения лояльности гостей с помощью распространения в отелях специальных ароматов.

Показательный пример, при использовании фойе парижского отеля Holiday Inn специально разработанного аромата Гавайская роза, количество повторных посещений увеличилось на 23%.

Владельцы отелей много сил, времени и денег уделяют дизайну гостиниц. С недавнего времени во всех фойе играет приятная музыка, что позволяет задерживать людей в помещении на 30% дольше. Сейчас, когда везде в отелях красиво, везде приятный аудиальный фон, стало возможным дополнить атмосферу приятным ароматом. По данным ученых из Падерборнского университета (Вестфалия, Германия) пребывание клиентов в ароматизированном помещении увеличивается на 16%, готовность покупать – на 15%, импульсивные покупки возрастают на 6%.

На сегодняшний день самая эффективная технология распространения аромата – технология преобразования ароматической жидкости в наночастицы, которые равномерно наполняют все помещение. Так называемая, нано-ароматизация.

При использовании нано-технологии ароматические частицы получаются настолько маленькими, что, для того чтобы опуститься на полметра, частице требуется около 14 часов. Если сравнивать с каплей аэрозоля, то ароматическая нано-частица легче её в 6,5 миллионов раз. Еще очень важный момент – аллергические реакции на ароматы. Технология нано-ароматизации позволяет дробить вещество на очень маленькие частицы, так что в результате получается концентрация ароматического вещества, не превышающая порог возникновения аллергии. То есть при использовании нано-ароматизации аллергия становится по сути невозможной, даже если в составе жидкости есть природные аллергены. И это при том, что в нано-ароматизации используется очень концентрированный аромат. Ароматическая жидкость на 81% состоит из собственно ароматического вещества, в то время как в туалетной воде, которую мы покупаем, содержание ароматического вещества не превышает 5%, а в духах – 8%.



Технология нано-ароматизации даёт ароматы высочайшего качества. Ароматы под неё разрабатывает один из лучших парфюмеров мира Кристоф Ладамуэль, который делал ароматы для Burberry, Yves Saint Laurent, Ralph Lauren. Общемировая практика применения технологии нано-ароматизации чрезвычайно обширна. Эту технологию используют такие бренды как Mercedes, Apple, Samsung, Hilton, Rolls Royce, Starbucks.

Один из самых дорогих отелей Лондона Монткаль разработал следующую концепцию ароматизации. Они предлагали каждому своему гостю воссоздать в его номере комфортную, индивидуальную для него атмосферу. Для этого в каждом из номеров было установлено специальное оборудование и на стойке размещения гостю предлагалось выбрать один из пяти ароматов. Например, индусу комфортнее в номере, где пахнет специями, благовониями, где пахнет его родиной. Французу приятнее в атмосфере Франции. И так каждый гость мог выбрать тот аромат, который ему понравился [5].

В ресторанном бизнесе один из самых важных аспектов деятельности является безопасность. Сопряжение передовых алгоритмов и высококачественных камер позволило компании Sealed Air разработать систему обнаружения и регистрации любого несоблюдения санитарных норм и правил безопасности. Система видеорегистрации осуществляет запись не только самого места приготовления пищи. Она способна фиксировать нарушения в работе сотрудника, его поведении. Во время проведения исследований и опытно-конструкторских разработок были задействованы медицинские учреждения по всему США. Сотрудники этих учреждений носили идентификационные карточки, оснащенные радиочастотными передатчиками, при помощи которых передавалась и регистрировалась информация, когда работник подошел к раковине, чтобы вымыть руки. Система фиксировала, как долго сотрудник мыл руки, использовал ли мыло, либо дезинфицирующее средство.

Данная технологическая разработка позволяет контролировать сотрудников, она самостоятельно регистрирует моменты нарушения, «увидев», когда персонал будет работать без перчаток или головных уборов при обработке пищи. Благодаря такой технологии у административного состава сложится правильное представление об уровне подготовки своего персонала. Это поможет руководителю быстро определить, нуждаются ли его подчиненные в дополнительном обучении [6].

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что роль инноваций в современных туристско-рекреационных системах сложно переоценить. Примеры успешного внедрения новшеств на практике утверждают инновационную активность в качестве современного тренда развития индустрии. Становится очевидным, что большинство из инновационных процессов имеют схожие характеристики, и преследуют единые цели, такие как повышение устойчивости, качества управления, снижение затрат, электронизация и экологизация, использование интернета и мобильных приложений, построение системы управления взаимоотношениями с клиентами, использование современных маркетинговых стратегий. Интенсивная инновационная деятельность повышает конкурентоспособность предприятий индустрии туризма, позволяет выделяться среди возросшего числа конкурентов и стимулирует дальнейшее развитие в рамках производственных или маркетинговых процессов.

#### *Список литературы*

1. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме [Текст]: Учеб. пособие / Под общей ред. З.М. Горбылевой. – Экономпресс. – 1998. – 400 с.
2. Мобильная регистрация в отелях бренда Marriott Hotels [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.frontdesk.ru/news/mobilnaya-registraciya-v-otelyah-brenda-marriott-hotels>
3. Новиков В.С. Инновации в туризме. – М.: Академия, 2007. – 208 с.

4. Хуторской А.В. Педагогическая инноватика [Текст]: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Академия, 2008. – 256 с.

5. Юлдашев Р. Каков он, аромат отеля? / Р. Юлдашев [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.frontdesk.ru/article/kakov-aromat-otelya>

6. Инновационные технологии, изменившие ресторанный бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://business-opening.ru/franchises/> статьи/555275–2/

**Жинкина Екатерина Александровна**  
магистрант

**Зубрилина Елена Михайловна**  
канд. техн. наук, доцент, преподаватель  
ФГБОУ ВО «Донской государственный  
технический университет»  
г. Ростов, Ростовская область

## **МЕТРОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНТРОЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ОБОЛОЧКИ АМИФЛЕКС Т СИНЮГА ДЛЯ КОЛБАСЫ ВАРЕНОЙ И ВЕТЧИННЫХ ИЗДЕЛИЙ (НА ПРИМЕРЕ ООО ПКФ «АТЛАНТИС-ПАК»)**

***Аннотация:** проведен мониторинг процесса производства оболочки Амифлекс Т Синюга, выявлен наиболее значимый фактор, влияющий на возникновение брака, разработан паспорт процесса.*

***Ключевые слова:** оболочка Амифлекс Т Синюга, брак, качество продукции, технологический процесс производства, паспорт процесса.*

Упаковка для пищевых продуктов выпускается в полном соответствии с требованиями потребителей – производителей пищевых продуктов, которые, в свою очередь, стремятся достигнуть высокого качества продукта и обеспечить удобство для себя и покупателей. Большинство производителей заинтересованы в том, чтобы оболочка обладала всем комплексом достоинств – чтобы продолжительные сроки годности сочетались с высокой технологичностью и эффектным внешним видом. Таким требованиям по техническим параметрам отвечают только оболочки из полимерных материалов.

В 2005 году компанией «Атлантис-Пак» создана первая в мире семи-слойная оболочка Амифлекс, предназначенная для всех видов вареных колбас.

Амифлекс Т Синюга – многослойная оболочка, обладающая всеми свойствами этого класса оболочек:

- механической прочностью;
- высокой эластичностью;
- термоусадочными свойствами;
- низкой проницаемостью для кислорода и водяного пара;
- инертностью к воздействию плесневых грибов и бактерий.

Для повышения качества оболочки необходимо проводить мониторинг и измерения на каждом этапе производства продукции.

Анализ рекламаций, поступивших в течение шести месяцев, позволил выявить возможные виды брака продукции (рисунок 1) [1].

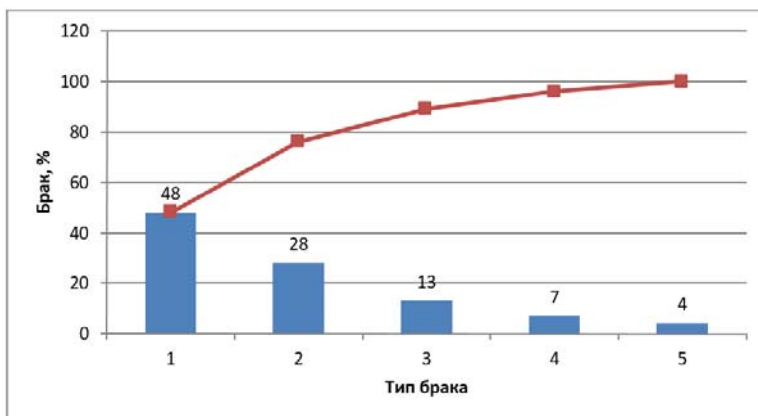


Рис. 1. Распределение брака по видам: 1 – искривление складок в поперечном направлении; 2 – пузыри или сквозные отверстия; 3 – оптические дефекты типа «гелики», «рыбий глаз»; 4 – повышенная разнотолщинность пленок; 5 – пониженная прочность пленки

Установлено, что наиболее значимым браком является искривление складок в поперечном направлении и пузыри или сквозные отверстия, составляющие 76% от общего брака.

С использованием диаграммы Исикавы выявлены факторы, влияющие на возникновение брака (рисунок 2) [1].

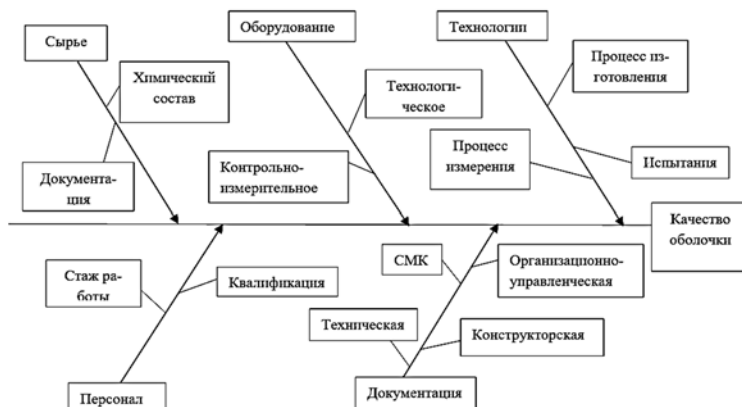


Рис. 2. Причинно-следственные связи, определяющие качество продукции

Использование метода априорного ранжирования показало, что технология производства оболочки – фактор, оказывающий наибольшее влияние на появление брака.

С целью повышения качества оболочки рассмотрен технологический процесс ее производства (рисунок 3) [2].

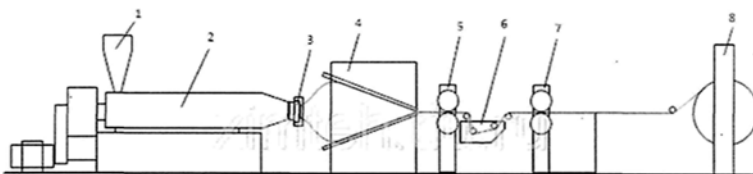


Рис. 3. Схема агрегата «Хеншель» (Германия) для получения пленки экструзионно – рукавным методом с отводом рукава в горизонтальном направлении: 1 – дозатор сырья; 2 – экструдер; 3 – прямоточная кольцевая головка; 4 – приспособление для складывания рукава; 5 – тянущие валки; 6 – устройство для снятия статического напряжения; 7 – отжимные валки; 8 – намоточное устройство.

Анализ литературных источников и современных средств измерения позволил рекомендовать следующие средства измерения:

- для контроля температуры в экструдере – резистивный датчик температуры;
- для контроля давления в экструдере – пьезорезистивный датчик;
- для контроля массы сырья – дозатор весовой ДВ-70М;
- для контроля толщины пленки – лазерный толщиномер [3].

Выполнен анализ метрологической пригодности измерительного процесса толщины оболочки, подтверждено соответствие распределения нормальному закону с помощью критерия Пирсона [1].

В результате исследований разработан паспорт процесса «Мониторинг и измерения процесса производства оболочки Амифлекс Т Синюга на предприятии ООО ПКФ «Атлантис-Пак», основные параметры которого представлены в таблице 1 [4].

Таблица 1

Основные параметры процесса

1. Общие сведения		
Наименование процесса: Мониторинг и измерения процесса производства оболочки Амифлекс Т Синюга		
Код процесса: 2015.05.0028		Владелец процесса: Главный метролог
2. Выходы процесса		
Потребители процесса	Выходы процесса	Спецификация
Отдел качества	Значения показателей качества:	№8.904.505.7529
	1. Температура – 250 ± 5,0	
	2. Давление – 20 ± 1,0	
	3. Толщина – 41 ± 0,75	
3. Входы процесса		
Поставщики процесса	Входы процесса	Спецификация
Отдел снабжения	Сырье: ПА6 и ПА6.6	№8.904.505.7529
4. Ресурсы процесса		
Персонал: Инженер-метролог		
Инфраструктура: Контрольно-испытательная лаборатория		

Оборудование: Резистивный датчик температуры, пьезорезистивный датчик давления, толщиномер, дозатор весовой – 70М	
Производственная среда: Цех экструзии	
5. Показатели процесса и методы их измерения	
Показатели процесса	Методы измерений
Процент принятых партий	Эконометрический метод
Процент несоответствующего сырья	Эконометрический метод
Снижение затрат на пересортицу	Эконометрический метод
6. Записи по качеству	
№	Наименование документа
1	Контрольный листок
2	Акт о приемке

Применение паспорта процесса позволит повысить качество продукции и добиться необходимой точности измерений при выполнении контрольных, измерительных и испытательных операций, используемых для установления действительных значений контролируемых величин и подтверждения соответствия требованиям, установленным в технической документации.

#### **Список литературы**

1. Борисова Л.В. Методы статистического анализа в управлении качеством / Л.В. Борисова, В.П. Димитров, Е.М. Зубрилина. – Ростов н/Д: Изд-во ДГТУ, 2014. – 108 с.
2. Садова А.Н. Технология получения полимерных пленок специального назначения и методы исследования их свойств / А.Н. Садова, Л.А. Бударина, В.Н. Серова, А.Е. Заикин. – Казань: Изд-во КНИТУ, 2014. – 182 с.
3. Шарапов В.М. Датчики / В.М. Шарапов, Е.С. Полищук, Н.Д. Кошевой, Г.Г. Ишанин, И.Г. Минаев, А.С. Совлуков. – М.: РИЦ «Техносфера», 2012. – 624 с.
4. ГОСТ ISO 9001–2011 Системы менеджмента качества. Требования. – М.: Стандартинформ, 2012.

**Жинкина Екатерина Александровна**  
магистрант

**Белый Виктор Иванович**  
канд. техн. наук, старший преподаватель  
ФГБОУ ВПО «Донской государственный  
технический университет»  
г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

## **МЕТРОЛОГИЧЕСКАЯ ЭКСПЕРТИЗА ТЕХНИЧЕСКОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ**

**Аннотация:** проведен обзор процедуры метрологической экспертизы технической документации, рассмотрены требования, предъявляемые к экспертам-метрологам, и техническая документация, подвергаемая метрологической экспертизе.

**Ключевые слова:** метрологическая экспертиза, техническая документация, эксперт-метролог.

Основной причиной производства продукции низкого качества является несоблюдение метрологических норм и правил.

Большинство нарушений метрологических требований обнаруживается на стадии разработки технической документации.

С целью повышения качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции необходимо проводить метрологическую экспертизу технической документации на всех этапах жизненного цикла продукции [1].

Согласно определению, содержащемуся в РМГ 63–2003, метрологическая экспертиза технической документации – это анализ и оценка технических решений в части метрологического обеспечения [2].

Метрологическая экспертиза технической документации позволяет выявить ошибочные решения в представленной на экспертизу документации и дать рекомендации по их устранению [1].

Метрологическая экспертиза проводится на ранней стадии разработки технической документации. Проведение метрологической экспертизы на стадии производства продукции может повлечь за собой материальные затраты и потерю времени, необходимые для устранения недостатков метрологического обеспечения, а также снижение качества изделий [3].

Метрологическая экспертиза технической документации дает возможность оценить:

1. Насколько оптимальны требования к точности измерений.
2. Насколько требования, предъявляемые к точности средств измерений, являются полными и правильными.
3. Насколько рациональными являются выбранные методики и средства измерений.
4. Насколько правильными являются применяемые метрологические термины [1].

Задачи метрологической экспертизы зависят от специфики предприятия, на котором она проводится, а также от вида технической документации, подвергаемой метрологической экспертизе [3].

Метрологической экспертизе подвергаются следующие виды технической документации:

1. Технические задания.
2. Технические условия.
3. Программы и методики испытаний.
4. Методики измерений.
5. Чертежи.
6. Технологические регламенты.
7. Отчеты о научно-исследовательской работе.
8. Программное обеспечение средств измерений.

К эксперту-метрологу, проводящему метрологическую экспертизу, предъявляются высокие требования:

- наличие высшего образования;
- стаж работы в области метрологии не менее трех лет;
- свободное владение метрологическими терминами и нормативной документацией.

Необходимо систематически повышать квалификацию специалистов, проводящих метрологическую экспертизу.

По результатам метрологической экспертизы оформляется экспертное заключение или перечень замечаний и предложений с полным обоснованием [1].

#### *Список литературы*

1. Кудяров Ю.А. Метрологическая экспертиза технической документации: Учебное пособие / Ю.А. Кудяров, Н.Я. Медовикова. – М.: АСМС, 2015. – 144 с.
2. РМГ 63 – 2003. Обеспечение эффективности измерений при управлении технологическими процессами. Метрологическая экспертиза технической документации. – М.: ИПК Изд-во стандартов, 2004.
3. Полякова О.В. Метрологическая экспертиза технической документации // Главный метролог, 2009. – №6. – С. 34–40.

**Немирова Юлия Александровна**  
магистрант

**Зубрилина Елена Михайловна**  
канд. техн. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Донской государственный  
технический университет»  
г. Ростов-на-Дону, Ростовская область

## **ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ В УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ**

**Аннотация:** статья посвящена роли метрологии и статистических методов при решении проблем в управлении качеством продукции.

**Ключевые слова:** метрология, качество, статистические методы, управление качеством.

Проанализировав основные проблемы оценки качества продукции можно отметить, что все параметры качества, которые могут быть рассчитаны определяются в процессе измерений [1]. Также можно отметить, что достоверная информация о состоянии качества объектов может быть получена только путем проведения измерений.

Метрология является наукой, которая изучает измерения, методы и средства обеспечения их единства и способы достижения требуемой точности, и включает в себя следующие составляющие: теоретическая (фундаментальная), прикладная (практическая) и законодательная метрология [2].

Одной из основных задач метрологии является обеспечение единства измерений физических величин (ФВ). Она может быть решена при выполнении двух условий: выражения результатов измерений в единых узаконенных единицах, установления допустимых погрешностей результатов измерений [3].

Что касается обеспечения единства измерений в системе менеджмента качества (СМК), то оно делает возможным определить критерии управления и показатели качества процессов, своевременно и целенаправленно осуществлять корректирующие и предупреждающие действия, которые направлены на достижение поставленных ранее целей [4].

Также является необходимым проводить непрерывные наблюдения за результатами измерений, контроля и испытаний, т. е. осуществлять мониторинг. Руководством предприятия должно быть обеспечено проведение мониторинга на всех стадиях жизненного цикла продукции.

Хотелось бы отметить, что мониторинг является одним из инструментов статистического контроля качества. Существуют и другие инструменты качества, такие как: контрольные карты (листы), причинно-следственные диаграммы, диаграммы Парето, гистограммы и др. [1].

На практике, путем измерений и применения статистических методов управления качеством, была осуществлена оценка работоспособности компаратора электрического напряжения КМ300 на ОАО «Роствертол».

На основе данных, полученных в процессе измерений была построена гистограмма, и установлено, что опытные данные соответствуют теоретическому закону нормального распределения (рисунок 1).

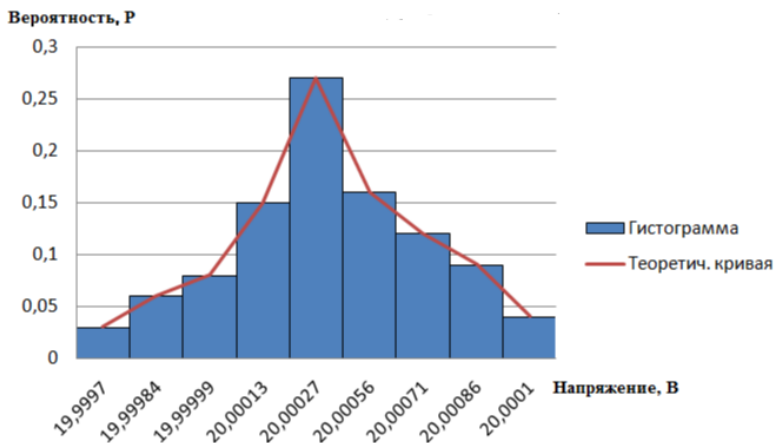


Рис. 1. Распределение показаний прибора KM300

Метод контрольных карт помогает определить, действительно ли процесс достиг статистически управляемого состояния на правильно заданном уровне или остается в этом состоянии, а затем поддерживает усиление и высокую степень однородности важнейших характеристик продукции посредством непрерывной записи информации о качестве продукции в процессе производства [5]. Использование контрольных карт и их тщательный анализ ведут к лучшему пониманию и совершенствованию процесса измерения. Контрольные карты показаний прибора KM300 приведены на рисунках 2 и 3.

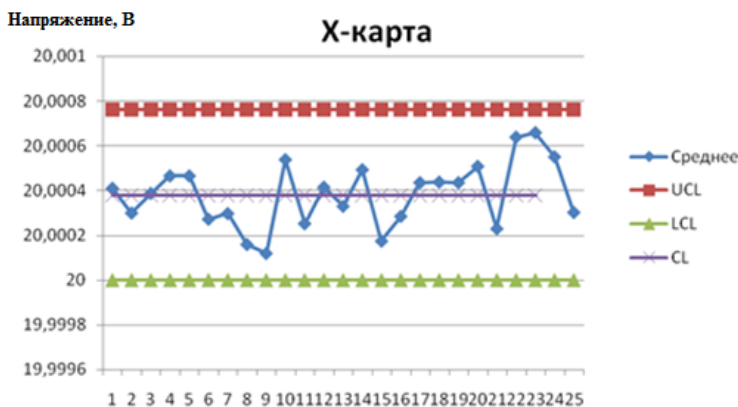


Рис. 2. Контрольная карта средних значений



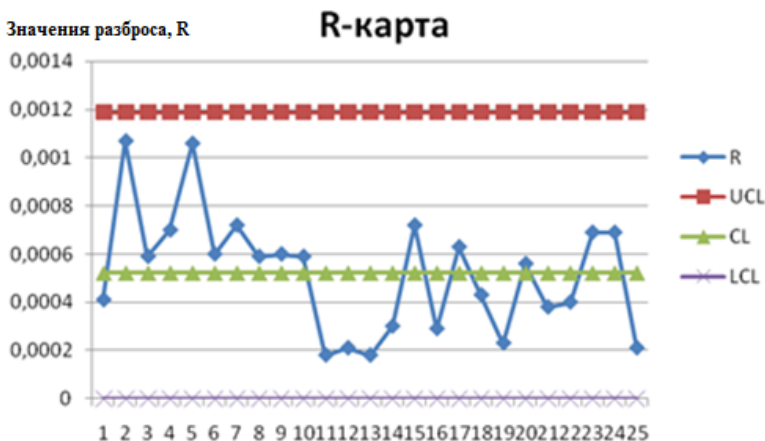


Рис. 3. Контрольная карта значений разброса

По данным контрольных карт можно сказать о том, что процесс находится в стабильном и статистически управляемом состоянии.

Проведя необходимые операции, и применив статистические методы управления качеством можно подтвердить, что на момент проведения контроля Компаратор КМ300 находится в работоспособном состоянии и осуществляет измерения на высоком уровне качества.

Применение статистических методов в управлении качеством помогает не только выявить несоответствия на ранних стадиях, но и своевременно их устранить, путем ввода корректирующих действий.

#### *Список литературы*

1. Немогай Н.В. Управление качеством. Менеджмент качества: Ответы на экзаменационные вопросы / Н.В. Немогай. – Минск: Тетра-Системс, 2010. – 176 с.
2. Стандартизация, метрология и сертификация машин и оборудования / И.Н. Кравченко, Е.М. Зубрилина, В.Ю. Гладков, М.Н. Ерофеев, С.Г. Рихель, А.А. Татьянин. – М.: Эко-Пресс, 2013. – 106 с.
3. Федеральный закон №102-ФЗ от 26.06.2008 г. «Об обеспечении единства измерений»/ Принят Государственной Думой 11 июня 2008 г. / Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.gost.ru](http://www.gost.ru)
4. Борисова Л.В. Методы статистического анализа в управлении качеством / Л.В. Борисова, В.П. Димитров, Е.М. Зубрилина. – Ростов н/Д: Издательский центр ДГТУ, 2014. – 85 с.
5. ГОСТ Р 50779.42–99 «Статистические методы. Контрольные карты Шухарта» / Принят Постановлением Госстандарта России от 15 апреля 1999 г. №127 / Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.gost.ru](http://www.gost.ru)

Узрюмова Елена Михайловна

учитель

МАОУ СОШ №5

г. Сухой Лог, Свердловская область

магистрант

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный

педагогический университет»

г. Екатеринбург, Свердловская область

## ПОНЯТИЕ ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

**Аннотация:** в статье представлены различные определения понятия «образовательная услуга». Проведен анализ данного термина и сформулировано авторское определение понятия. В научном труде приведена классификация платных образовательных услуг, а также их особенности и характеристики.

**Ключевые слова:** образовательные услуги, платные образовательные услуги, особенности образовательных услуг, характеристики образовательных услуг, классификация образовательных услуг.

В современной России неотъемлемым условием развития национальной экономики является непрерывное образование, формирующее человеческий, научно-технический, инновационно-креативный потенциал общества, позволяющий государству оставаться конкурентоспособным на мировом рынке товаров и услуг, в том числе и на рынке образовательных услуг.

Оказание платных услуг является одним из важнейших источников финансирования деятельности государственных образовательных учреждений. Автономное учреждение вправе осуществлять приносящую доход деятельность лишь постольку, постольку это служит достижению целей, ради которых оно создано, при условии, что такая деятельность указана в его учредительных документах.

В условиях недостаточного бюджетного финансирования возникает объективная необходимость изменения направлений практической деятельности образовательных организаций адекватно меняющимся потребностям населения. Решением данной проблемы является развитие предпринимательской деятельности в сфере образования, которая становится необходимым элементом системы образования и представляет собой различные формы оказания платных образовательных услуг.

Не только финансовая проблема является причиной развития платных образовательных услуг. Еще одна из причин использование ресурсов образовательного учреждения. Большинство образовательных учреждений имеют хорошую материально-техническую базу, но используют ее не в полном объеме. При введении платных услуг ресурсы образовательного учреждения эту проблему можно решить.

При введении платных образовательных услуг руководитель образовательного учреждения может решить проблему о материальной мотивации. Через введение платных услуг можно дать педагогам дополнительную нагрузку, которая принесет им денежную выгоду. А также использовать это как развитие интеллектуального потенциала педагогических кадров.

Ряд данных проблем позволяет рассмотреть понятие платной образовательной услуги и ее классификацию.

В настоящее время существует множество определений понятия «образовательная услуга». Приведем мнения ряда авторов по вопросу определения понятия «образовательная услуга» (табл. 1).

Таблица 1

## Определения понятия «образовательная услуга»

<i>Автор</i>	<i>Определение</i>
Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в РФ» [6]	Образовательная услуга – объем учебной и научной информации, передаваемой гражданину в виде суммы знаний общеобразовательного и специального характера и практических навыков для последующего применения.
В.П. Щетинин [2]	Образовательная услуга – система знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения разнообразных образовательных потребностей личности, общества, государства.
К.В. Хромова [8]	Образовательная услуга – это вид деятельности физического или юридического лица, комплексный процесс, направленный на передачу знаний, умений и навыков общеобразовательного, профессионального характера потребителю, удовлетворение умственных и духовных потребностей человека с целью развития личных, групповых и общественных потребностей.
А. А. Стрижов [5]	Образовательная услуга – целенаправленную деятельность, характеризующую взаимодействие участников образовательного процесса и направленную на удовлетворение образовательных потребностей личности.
К.В. Величкович [2]	Образовательная услуга, как экономическая категория, выражает отношения, которые складываются между ее субъектами – школой, учащимися, государством и работодателем – по поводу воспроизводства системы знаний, умений, навыков и компетенций, необходимых для нормального функционирования рабочей силы.
С.А. Зайчикова [7]	Образовательные услуги – это система знаний, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения потребностей индивида, общества и государства и направлены на приращение человеческого капитала.
О. Кивенен Р. Рияне [4]	Образовательная услуга представляет собой «тот или иной объем учебной или научной информации, передаваемой субъекту в виде суммы знаний общеобразовательного и специального характера, а также практических навыков для последующего применения».

Перечисленные авторы не отражают того, что любая образовательная услуга имеет свою ценность для обучаемого и должна быть им оплачена, т.е. может быть куплена и соответственно продана автором этой образовательной услуги. Образовательная услуга – это товар в условиях рыночной экономики. Но, в отличие от обычного товара, представленного на рынке, она имеет свои особенности (табл. 2).

Таблица 2

Основные особенности и характеристики образовательной услуги

№	Особенность	Характеристика
1.	Образовательные услуги на сегодняшний день являются смешанным благом	<p>1. Образовательные услуги обладают свойствами общественного блага: неисключаемостью, обусловленной относительным отсутствием ограничения для каждого желающего получить данное благо, и не соперничеством в потреблении, определяющим постоянство полезности и уровня издержек данного блага в условиях увеличения доли потребителей.</p> <p>2. Одновременно с этим, поскольку получение высшего образования является способом удовлетворения потребностей личности в самореализации, профессиональном росте и относительной стабильности вне зависимости от изменений конъюнктуры рынка труда, то его можно рассматривать как частное благо [3].</p>
2.	Образовательные услуги включают три уровня рассмотрения: 1) по замыслу; 2) в реальном исполнении; 3) с подкреплением	<p>1. Образовательная услуга по замыслу выражает общую идею услуги и ее выгоду для провайдера, государства, потребителей и т. п.</p> <p>2. Образовательная услуга в реальном исполнении означает, прежде всего:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– ее качество в содержательном плане, т.е. усвоенный потребителем как субъектом общественно-экономических отношений, зафиксированный государством и удовлетворяющий ожидания работодателей определенный объем компетенций;</li> <li>– эффективность процесса ее предоставления, т.е. непосредственно условия реализации, обусловленные качеством деятельности ее носителя – вуза, в целом, и преподавателей, в частности.</li> </ul> <p>3. Образовательная услуга с подкреплением включает сопутствующие услуги (спортивные секции, комбинаты питания, содействие в трудоустройстве и т. п.), связанные с процессом ее предоставления, позволяющие удовлетворять иные потребности потребителей и придающие дополнительную ценность провайдеру в целом.</p>
3.	Образовательные услуги имеют общие для всех услуг характеристики: неотделимость от источника, несохраняемость, неосозаемость [1]	<p>1. Образовательная услуга неотделима от ее источника, т.е. она не может существовать вне субъекта ее предоставления. Изменение качественной характеристики любого элемента данного субъекта непременно повлечет за собой изменения в результате получения услуги потребителем.</p> <p>2. Данный аспект осложняется также тем, что результат образовательная услуга не сохраняем в полной мере, что осложняет процесс его ретрансляции другому потребителю в том же качестве и объеме.</p>

		3. Неосвязаемость образовательной услуги говорит о нематериальном результате ее приобретения, о сложности у потребителя в объективном оценивании ее качества и о накоплении не самих услуг, а их результатов (знаний, умений, компетенций и т. п.).
4.	Образовательные услуги обладают специфическими характеристиками	1. Жизненный цикл образовательной услуги неотделим и находится в отношении пересечения с жизненным циклом провайдера и жизненным циклом образования потребителя, который может длиться от 9 до 20 и более лет. 2. Одной из главных особенностей образовательной услуги является активность потребителя в процессе ее получения. Именно поэтому считаем неадекватным рассуждение в терминологии «субъект-объектных» отношений, предполагающими пассивность объекта.

Таким образом, платная образовательная услуга – это социально-экономическая категория, представляющая собой специфический вид товара, представленный в виде структурированной совокупности знаний и информации, направленный на всестороннее, в том числе и интеллектуальное, развитие личности, на приобретение профессиональных умений и навыков для их последующего применения в практической деятельности, производится за определенную плату. Образовательная услуга оплачивается или государством в виде госзаказа или муниципального заказа, либо частными лицами, либо организациями. Платная образовательная услуга предоставляется в присутствии и при участии заказчика.

В соответствии с определением платных образовательных услуг классифицируем их по разным признакам (табл. 3).

Таблица 3

Классификация платных образовательных услуг

<i>Признак классификации</i>	<i>Классификация</i>
По возрасту потребителей	дошкольные; младшие школьники (1–4 класс); средние школьники (5–9 класс); старшие школьники (10–11 класс); студенты; взрослые среднего возраста; пенсионеры.
По численности	индивидуальные; групповые.
По источнику финансирования [9]	государственные – финансируемые из государственного бюджета; негосударственные – финансируемые предприятиями, организациями, частными лицами; смешанного финансирования.
По срокам [9]	долгосрочные (5–6 лет); среднесрочные (2–3 года); краткосрочные (от нескольких недель до 1 года).
По уровню образования	дошкольное; начальное общее;

	основное общее; среднее (полное) общее.
По форме обучения	очное; заочное; дистанционное.
По виду услуги	лекционное; семинарское; практическое; консультация.
По сферам	спортивные; художественные; научно-технические; языковые; компьютерные; предметные.
По методам обучения	традиционное; креативное; проблемное.

Образовательные услуги в первую очередь обеспечивают реализацию познавательных интересов обучающихся, удовлетворяют потребности личности в ее духовном, интеллектуальном развитии, создают условия для самоопределения и самореализации личности, для развития в человеке истинно человеческого. Образовательная услуга выступает как специфическая форма деятельности, имеющая своим результатом создание не материального блага, а определенного, признаваемого полезного эффекта, направленного непосредственно на человека. Организация именно такого вида услуг является трудоемкой и сложной.

При организации платных образовательных услуг возникает ряд проблем:

- подготовка нормативно-правовой базы (внесение изменений в устав, лицензия на оказание услуг, положение и т. д.);
- маркетинг образовательных услуг (мониторинг интересов и потребностей родителей и обучающихся);
- материально-техническая база (обновление оборудования или его дооснащение в прямой взаимосвязи с развитием качественных образовательных услуг, пользующихся спросом потребителей в условиях рыночной конкуренции);
- оформление трудовых отношений с сотрудниками (заключение договоров, найма дополнительных сотрудников);
- расчет стоимости услуги (спрос, себестоимость, прибыль, налоги).

Сфера услуг является одной из наиболее перспективных и быстроразвивающихся отраслей экономики. Сегодня уже практически не осталось предприятий, которые в той или иной степени не оказывали бы услуги, или, по крайней мере, не соприкасались бы с ними. Особое место среди различных услуг, реализуемых как на мировых рынках, так и на национальных, занимают образовательные услуги, которые обладают огромной социальной значимостью.

#### **Список литературы**

1. Абдуллина С.В. Образовательные услуги: общие понятия / С.В. Абдуллина // Научное введение. – 2013. – №2. – С. 2–11.
2. Величкович К.В. Экономическое содержание образовательной услуги сравнительный анализ концептуальных подходов / К.В. Величкович // Вестник БДУ. Сер. 3. – 2007. – №3. – С. 79–84.

3. Качество и конкурентоспособность образовательных услуг как общественное благо [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mgu-consulting.ru/st/ecomom/uslugi.htm>
4. Лукашенко К.М. Высшее учебное заведение на рынке образовательных услуг: актуальные проблемы управления. – М.: Маркет ДС, 2012. – 45 с.
5. Стрижов А.А. Понятие качества образовательной услуги в условиях рыночных отношений / А.А. Стрижов // Стандарты и мониторинг в образовании. – 1999. – №3. – С. 47–50.
6. ФЗ РФ №273 от 29.12.2013 г. «Об образовании в РФ».
7. Хроменков Н.А. Экономика образования / Н.А. Хроменков, Б.Г. Рябушкин. – М.: Российское педагогическое агентство, 1998.
8. Хромова К.В. Образовательные услуги и их специфика / К.В. Хромова // Юридические науки и политология. – 2014. – №4. – С. 44–46.
9. Шилова Н.И. К вопросу об экономическом содержании, особенностях и классификации образовательных услуг / Н.И. Шилова // Экономические науки. – 2014. – №4. – С. 107–114.

**Числова Наталья Сергеевна**  
студентка

**Куганов Виктор Германович**  
канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный  
экономический университет»  
г. Санкт-Петербург

## **ОБЯЗАТЕЛЬНАЯ СЕРТИФИКАЦИЯ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА КАЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

***Аннотация:** в статье рассматриваются основные отличия между добровольной и обязательной сертификацией в контексте современного российского товарного рынка. Приведён авторский взгляд на необходимость ужесточения существующей системы сертификации.*

***Ключевые слова:** рынок товаров, качество, стандартизация, сертификация, обязательная сертификация, добровольная сертификация.*

На сегодняшний день в сложившейся макроэкономической обстановке, а именно в условиях санкций, введённых некоторыми странами Запада против России и ответными российскими ограничениями, особенно остро стоит вопрос формирования собственного всеобъемлющего полноценного рынка товаров. Формирование такого рынка соответствует концепции национальной экономической безопасности и отвечает выбранному российским правительством курсу импортозамещения.

Говоря об импортозамещении, многие граждане часто подразумевают то, о чём в первую очередь говорит данное слово – замещение импорта отечественными товарами. На самом же деле в это понятие следует вкладывать более сложную проблему: формирование такого отечественного рынка, который в условиях открытой конкуренции, а не двусторонних ограничений, смог бы существенно потеснить импортные товары. Не учитывая вопросы ценовой конкуренции, этого можно достигнуть только обеспечив необходимый уровень качества производимой продукции.

Какая ситуация сложилась на российском рынке в настоящее время? За последние полгода цены существенно выросли, и произошло это преимущественно из-за изменения курса валют, ставки рефинансирования и

прочих факторов, имеющих финансовый характер, но не за счёт повышения качества производимой продукции. Если предположить, что через год после введения двусторонних ограничений, они будут сняты, то европейский производители без проблем снова займут свою рыночную нишу. Избежать этого можно только побудив отечественных производителей производить качественные товары. Одним из методов стимулирования является пересмотр политики относительно обязательной сертификации.

В феврале 2010 года обязательная сертификация в России была отменена более чем для 100 видов товаров. Учитывая кризисную ситуацию в экономике, сложившуюся в тот период, это решение было призвано снизить административные барьеры для бизнеса и стимулировать производственный сектор страны. Казалось бы, сократив бюрократическую волокиту, связанную с обязательной сертификацией, производители должны были направить свои силы на завоевание рынка, обеспечив качество продукции как основу конкуренции. Однако в результате с отменой обязательной сертификации возросло недоверие контролирующих органов и потребителей, ведь товары, задекларированные самим производителем, соответствуют зачастую далеко не всеобщим стандартам качества. Более того, российский бизнес всегда стремился снизить издержки именно за счёт качества.

В течение последних 25 лет, наблюдая за становлением и развитием новой экономической системы в России, многие исследователи систематически отмечали и продолжают подчёркивать, что немало важным фактором, влияющим на принятие различных решений на тех или иных уровнях хозяйствования, является менталитет российских граждан. То есть взятый за основу европейский опыт в проведении подобной реформы, не подходит для России, потому что в российских реалиях актуален принцип, в соответствии с которым то, что делать не обязательно (например, соблюдать стандарты качества), можно не соблюдать. Если в Европе или США предпосылки к саморегуляции рынка создавались десятилетиями, то в России пока не сложилась достаточная культура производства.

Другой проблемой является уровень осведомлённости граждан о существующих стандартах и нормах регулирования качества товаров. Участники рынка указывают на недостаточную информированность потребителей, им не хватает базовых знаний о том, что означает та или иная маркировка. В нашей стране вопросам массового просвещения в области качества уделяется недостаточное внимание, в Европе же, судя по результатам социологических опросов, узнаваемость сертификационных знаков довольно высока. Покупатель должен знать, что, если у продукции есть сертификат, на пачке должен быть знак РСТ и номер органа, выдавшего сертификат. Если у продукции есть декларация, то на пачке стоит только знак РСТ. Но об этом задумывается далеко не каждый потребитель, такого потребителя проще обмануть. Обязательная сертификация в данном контексте давала потребителям уверенность в том, что чтобы они не приобрели, это будет сертифицированный товар.

Желая сертифицировать свою продукцию, производитель может использовать систему добровольной сертификации. Однако необходимо чётко видеть её отличие от обязательной. Обязательной сертификации подлежат утверждённые законодательством товары и услуги с целью подтверждения соответствия требованиям Технических Регламентов или ГОСТ. В свою очередь, добровольной сертификации подлежат любые товары по желанию заявителя с целью обеспечения конкурентоспособности, и подтверждает данная сертификация любые значимые параметры по выбору заявителя или установленные выбранной системой добровольной



сертификации. Здесь принципиально отметить, что добровольная сертификация не является негативной системой, она не призвана ввести в заблуждение потребителей. И наличие сертификата соответствия хоть и добровольного призвано подтвердить, что потребитель имеет дело с добросовестным производителем. Тем не менее, в российских условиях добровольная сертификация может быть использована не как подтверждения качества продукции, а лишь как знак, обеспечивающий желаемый объем продаж.

В условиях отмены обязательной сертификации для множества товаров отсутствие какого-либо сертификата вообще ставит потребителя в безальтернативную ситуацию, в которой он вынужден доверять производителю вслепую. И если в 1993 году обязательная сертификация была введена, чтобы ограничить объем ввозимых в страну некачественных товаров (то есть, направлена в основном на зарубежные товары), то в настоящее время она может создать условия для формирования российского рынка качественных товаров. Но это возможно только в случае решения проблем, существовавших в этой системе до того момента, когда на них закрыли глаза, осуществив реформу, а также выполнения следующих требований:

1. Прекращение постоянного сокращения списка товаров, подлежащих обязательной сертификации.
2. Корректировка устаревших стандартов и показателей, требования к которым выше у зарубежных производителей.
3. Ужесточение системы добровольной сертификации.
4. Создание механизма противодействия появлению фиктивных сертифицирующих органов и лабораторий.
5. Ужесточение ответственности за нарушение обязательных стандартов качества, за незаконное приобретение сертификатов и производство некачественной продукции в целом.

Учитывая существующие ныне у российских производителей проблемы с наличием свободных денежных средств и возможностей пересмотра технических условий производства в сторону ещё большего совершенствования качественных показателей производимой продукции, полный возврат к обязательной сертификации вряд ли возможен. Однако не стоит отрицать, что, обязав отечественных производителей производить действительно качественную продукцию, а не давать им свободу выбора относительно того, качественным будет их товар или не очень, российский товарный рынок мог бы составить достойную конкуренцию зарубежному рынку.

Таким образом, ужесточение существующих ныне требований к качеству производимой продукции должно лежать в основе формирования российского рынка конкурентоспособных товаров.

#### *Список литературы*

1. Федеральный закон от 27.12.2002 №184-ФЗ (ред. от 28.11.2015) «О техническом регулировании».
2. Миронова В. Декларация ответственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ipnpou.ru/article.php?idarticle=008621>

# ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ, БЮДЖЕТНАЯ И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА

*Ермоленко Ангелина Александровна*  
студентка

*Ядрихинская Анастасия Олеговна*  
студентка

*Дарда Екатерина Сергеевна*  
канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет им. Г.В. Плеханова»  
г. Москва

## ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ФОНДОВОГО РЫНКА РОССИИ

***Аннотация:** благодаря фондовому рынку средства российских и зарубежных инвесторов из категории личных сбережений переходят в экономику и стимулируют ее развитие. В статье представлены основные проблемы современного российского фондового рынка и перспективы его развития.*

***Ключевые слова:** фондовый рынок, проблемы, перспективы.*

Фондовый рынок является одним из наиболее эффективных инструментов для стимулирования роста экономики. Именно с его помощью средства зарубежных и российских инвесторов способствуют стимулированию развития. Не очень большой объем фондового рынка – это одна из тех причин, из-за которой темпы роста российской экономики желают оставлять лучшего. Характерной чертой российского фондового рынка является довольно высокий объем государственных долговых обязательств и голубых фишек. Необходимо отметить, что фондовый рынок привлекает инвесторов именно биржевой частью.

В любой стране рынок ценных бумаг непосредственно имеет тесную взаимосвязь, как с национальной экономикой, так и с событиями, которые происходят на мировых финансовых рынках. На фондовый рынок оказывают влияние экономические и политические, внешние и внутренние факторы. Учитывая современную ситуацию на фондовом рынке, стоит отметить международное взаимодействие капиталов. Следовательно, такая тесная связь способна привести к колебаниям на фондовом рынке разных стран.

Печальным фактом, подтверждающим наличие проблем у фондового рынка России, является статистическая оценка уровня капитализации. Согласно изданию Forbes: Весь фондовый рынок России не стоит одного американского «яблока», что говорит о том, что в ноябре 2015 года стоимость капитализации компании Apple в 652 миллиарда превысила капитализацию всего фондового рынка России, с его уровнем в 531 миллиард. Капитализация российского фондового рынка находится в отрицательной динамике. По их мнению, к этому, в первую очередь, привели макро- и микроэкономические причины, такие как падение цен на нефть, что повлекло за собой падение рубля и ухудшило состояние компаний-иностранцев должников и «эффект путинизма», который подразумевает неопределенность прав собственности на нефтяные и газовые компании, а также некорректным поведением акционеров крупных компаний, выводящим активы для собственной выгоды в ущерб остальным участникам.

Тем не менее, в качестве препятствия на пути развития фондового рынка в РФ следует рассмотреть некоторые проблемы. Во-первых, значительное

число участников фондовой биржи не осознают всех возможностей заключения сделок. Другими словами, они просто не в состоянии до конца разобраться в видах операций на фондовом рынке, что говорит об их некомпетентности и необразованности. Более того, довольно часто можно заметить неопытность и низкий уровень культуры относительно инвестиционной деятельности. Следовательно, капитализация фондового рынка не может увеличиваться быстрыми темпами.

Также предметом обсуждения в развитии фондового рынка является законодательство и право, которые не в состоянии отразить все аспекты, касающиеся работы инвесторов и непосредственно самих участников биржи. Необходимо отметить, что на данном этапе законодательная база развита гораздо лучше, чем в самом начале истории российского фондового рынка. Таким образом, возникает новая проблема, которая заключается в наличии спекулянтства на биржах. Такое явление довольно часто напоминает о себе в современном мире.

Более того, следует отметить невозможность управлять финансовыми рисками. В основном у всех европейских фондовых бирж существуют страховые компании, таким образом, риск ведения сделки становится незначительным. Благодаря специальному механизму заключения сделок возникновение риска сходит на «нет», ведь именно с помощью культуры населения и инвесторов система становится более отработанной.

Российский фондовый рынок играет важную роль в инвестиционной деятельности. Поэтому рассмотрим проблематику именно этой сферы.

Вначале требуется уделить особое внимание исследованию и подготовке государственной политики в долгосрочной перспективе относительно рынка ценных бумаг, что в свою очередь будет способствовать трансформации сбережений в инвестиции. Национальная ассоциация участников фондового рынка (НАУФОР) внесла свой вклад в данную сферу. Так, в 2008 году, данная организация представила результаты исследования «Российский фондовый рынок, и создание международного финансового центра». Над данной работой трудились ученые, экономисты, профессиональные участники рынка ценных бумаг, прибегая к помощи консультантов. В ходе данного исследования была сформирована модель, позволяющая представить российский фондовый рынок в ближайшем будущем. По мнению авторов, после претворения данной модели в жизнь Россия сможет занять на мировом финансовом рынке достаточно прочную позицию. Учитывая расчеты, к 2020 г. Россия может подняться вверх с 11-го на 4-е место в мире по величине капитализации фондового рынка.

Стоит признать, что сегодня российский фондовый рынок недостаточно эффективен по причине того, что не в состоянии обеспечить оптимальное ценообразование, свободный доступ инвесторов на рынок, а также их защиту. Все это выражается посредством ущемления прав мелких акционеров, а также акционеров-нерезидентов в результате действий крупных держателей акций, в высоких издержках при купле-продаже акций и переоформлении прав владельцев, особенно, если дело касается небольших объемов сделок не очень ликвидных акций.

Более того, необходимо остановиться на проблеме, связанной с налогом обложением операций по движению фондовых активов. Налоговое законодательство России, как правило, взимает налоги с рыночной стоимости акций, а не с номинальной. Правила МСФО лежат в основе данной нормы в российской системе учета. Безусловно, значительное число иностранных инвесторов изъявляет желание проводить сделки с акциями на тех площадках, где власти снижают уровень налогообложения. Следовательно, на фондовом рынке России наблюдается отток инвесторов.

Хочется отдельно отметить процедуру регистрации по поводу выпуска ценных бумаг. Например, для первого выпуска предъявляемые требования достаточно серьезные. Они подразумевают раскрытие всей информации от-

носителем эмитента. Однако в случае конвертации акций, которые не трагивают объем прав акционеров, можно было бы не проходить такую сложную процедуру как при первичной регистрации.

Достаточно низкий уровень корпоративного управления в акционерных компаниях также можно считать препятствием на пути к развитию российского фондового рынка. Как правило, только один акционер занимается контролем дивидендной политики, а не все владельцы ценных бумаг.

Для устранения проблем и улучшения ситуации можно предложить следующие решения. Необходимо поставить задачу – заинтересовать инвестора. Для этого конкретизируется ответственность руководителей компании, и ужесточаются нормы ответственности за выведение прибыли. Целесообразным будет создание института уголовной ответственности за недостоверность предоставляемых инвесторам и акционерам информации. Также для защиты прав инвесторов необходимо развитие систем правовой помощи. А выход на рынок частных инвесторов заметно снизит его зависимость от оценок рейтинговых агентств. Хотя они не утратят своего влияния, не будем забывать, как недавнее понижение суверенного рейтинга страны одним из ведущих рейтинговых агентств до спекулятивного уровня с негативным прогнозом привело повальному падению объемов торгов.

Для более быстрого темпа развития фондового рынка необходимо развивать два процесса: привлечение денег инвесторов (стартапы с быстрой капитализацией) совокупно с развитием рынка коллективных инвестиций и увеличение дивидендной доходности акций и выпуск инфраструктурных облигаций, широкая секьюритизация венчурных и инновационных проектов.

При всем этом российский фондовый рынок достаточно недооценен и у него есть потенциал, просто стоит в ближайшем будущем заняться политикой восстановления и развития.

#### **Список литературы**

1. Перспективы инвестирования в фондовый рынок России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://arsagera.ru/my\\_ne\\_rabotaem\\_s\\_klientom\\_esli\\_on\\_ne\\_znaet\\_osnov\\_investirovaniya/kuda\\_i\\_kak\\_investirovat/perspektivy\\_investirovaniya\\_v\\_fondovyy\\_rynok\\_rossii/](http://arsagera.ru/my_ne_rabotaem_s_klientom_esli_on_ne_znaet_osnov_investirovaniya/kuda_i_kak_investirovat/perspektivy_investirovaniya_v_fondovyy_rynok_rossii/)
2. Становление фондового рынка в России и первые уроки его развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://center-yf.ru/data/economy/Fondovyi-rynok-Rossii.php>
3. Forbes: Весь фондовый рынок России не стоит одного американского «яблока» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russian.rt.com/inotv/2014-11-17/Forbes-Ves-fondovij-rynok-Rossii>

**Климов Иван Васильевич**

аспирант, преподаватель

ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

г. Ставрополь, Ставропольский край

## **ВЛИЯНИЕ ДЕВАЛЬВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РОССИИ НА СОСТОЯНИЕ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ СТРАНЫ**

**Аннотация:** актуальность темы статьи определяется сложностью преодоления девальвационных процессов и их влиянием на все субъекты финансовой системы России. Решение проблемы – воплощение представленных приоритетов финансово-экономической политики.

**Ключевые слова:** девальвация, валюта, финансовая система, федеральный бюджет, котировки валют.

В российской экономической науке проблемы борьбы с девальвацией национальной валюты раскрыты и являются актуальными, однако работы

отдельных экономистов не представляют собой создание новых теорий. Несмотря на большое число публикаций, нельзя полностью утверждать, что проблема хорошо изучена и предложены методы преодоления негативных экономических процессов.

Многие страны с развивающейся экономикой сталкиваются в той или иной форме с девальвационными процессами. Серьезной проблемой девальвационные процессы являются для России. Опыт регулирования данного процесса в России свидетельствует о недостаточной эффективности монетарных режимов и используемых Центральным банком инструментов денежно-кредитного регулирования. Девальвационные процессы в 2015 году только начинают набирать обороты и продолжатся в наступающем 2016 г. И дело заключается в том, что одновременно на курс национальной российской валюты начинают давить несколько негативных факторов. Причины девальвации связаны не только с падением мировых цен на нефть, но и с ошибками во внутренней и внешней политике. Ошибки во внешней политике привели к росту эмбарго, а также к потере самых ценных сырьевых рынков в ближайшем будущем. Учитывая, что у России нет востребованных технологий, продуктов производства, девальвация в 2015–2016 гг. – закономерна.

Экономическое положение России накануне 2016 г. имеет много общего с ситуацией прошлого года. Против страны действуют экономические санкции. Реальные цены на нефть и обменный курс рубля достаточно далеки от цифр, заложенных в федеральный бюджет. Как должна быть преодолена девальвация рубля в 2016 г. – необходимо постараться сохранить существующие рынки и осуществлять эффективное бюджетное финансирование, в первую очередь, в производственные отрасли, на создание условий развития малого бизнеса.

Состояние частных финансов всецело зависит от состояния рынка и законов рыночной экономики. Что же касается публичных финансов, то они, не будучи изолированными от рыночной экономики, а, следовательно, подчиняясь рыночным факторам, сохраняют принципиальную зависимость от конкретных действий публичной власти [1, с. 281].

Правительство РФ более осторожно подошло к подготовке федерального бюджета на 2016 г. Думается, это поможет в стабилизации рубля, но за это придется заплатить снижением реальных доходов населения. Если рассмотреть состояние плана федерального бюджета страны на 2016 г., ясно, что Резервный фонд к концу следующего года истощится значительно.

Назовем неблагоприятные факторы, вследствие действия которых прогноз на 2016 г. о возможных девальвационных процессах может оказаться не таким оптимистичным: усиление экономических санкций; военные действия на территории Сирии; 2016 станет годом низких цен на углеводороды.

В этой связи необходимо поднимать вопросы формирования целостного механизма социально рыночной трансформации и устойчивого развития экономики, предлагать модель макроэкономического стабилизационного регулирования экономики путем использования алгоритма приоритетности мотивационного воздействия на разноразрядных субъектов финансовой системы [3, с. 16].

Промышленное производство по итогам ноября снизилось на 3,5% согласно данным Росстата. Объем добычи полезных ископаемых в ноябре 2015 года снизился по сравнению с ноябрем 2014 года на 0,1%, объем обрабатывающего производства – снизился на 5,3%, производство и распределение электроэнергии, газа и воды – снизилось на 3,5% [4]. Минэкономики и ЦБ РФ предоставили документацию, благодаря которой есть

возможность произвести анализ сложившейся ситуации. Финансовое положение России уже в 2015 году заставляет сделать выводы: нестабильность финансового состояния всех субъектов финансовой системы.

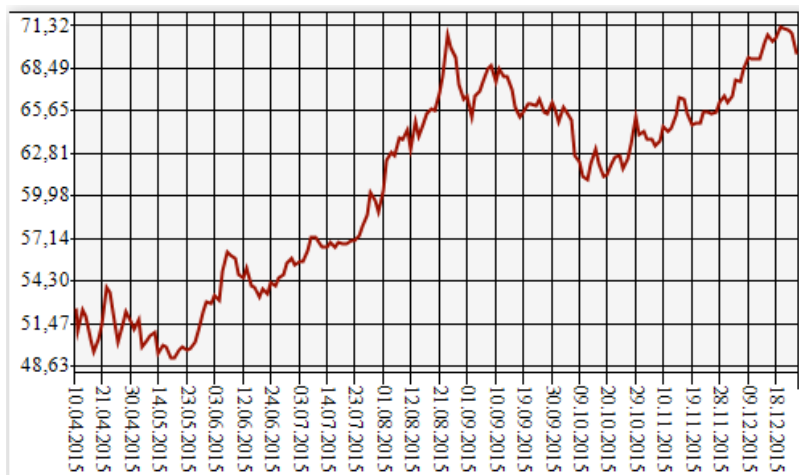


Рис. 1. Динамика курса валюты доллар США 10.04.2015–25.12.2015 [5]

Экономическая сырьевая система полностью отказывается работать. При этом, спад ее активной деятельности произошел еще пару лет назад. Рост сырьевой модели Российской Федерации был возможен только при активном росте цен на сырье и нефтепродукты. Последние годы государство держалось на пороге рецессии благодаря потребительской способности. На сегодняшний день этого не происходит. Единственным вариантом преодоления экономического кризиса и девальвации рубля является увеличение потребительской активности.

Не менее важна обдуманная бюджетная политика государства, поскольку создание условий для эффективного управления государственными и муниципальными финансами, повышение устойчивости бюджетов бюджетной системы, а также сокращение разрыва в уровнях бюджетных возможностей публично-правовых образований являются обязательными условиями, необходимыми для решения поставленных задач. Помимо вышеперечисленного, особую роль играет бюджетное регулирование, которое и выступает в качестве стимула территориального инновационного развития и развития национальной экономики в целом [2, с. 110].

Стоит отметить и благоприятные прогнозы. Курс национальной валюты может подняться до 70–72 рублей/доллар на фоне пика выплат по внешним корпоративным обязательствам, затем, в январе 2016 г., вернется в диапазон 62–65 рублей/доллар. На этот сценарий, похоже, сориентирован федеральный бюджет, которым предусмотрена поддержка экономики страны за счет Резервного фонда. У этого решения есть только один недостаток: на повторение такого же маневра в 2017 г. ресурсов не хватит. Поэтому так важно преодоление девальвационных процессов и рост ВВП.

### Список литературы

1. Киреева Е.В. Исследование развития научных понятий в процессе преподавания дисциплины «Финансы» // Воспитание и обучение: теория, методика и практика: Сборник материалов V Международной научно-практической конференции. – Чебоксары, 2015. – С. 280–282.
2. Киреева Е.В. Совершенствование инструментов бюджетного регулирования и стимулирования инновационных процессов // Вестник Академии. – 2014. – №2. – С. 109–113.
3. Киреева Е.В. Макроэкономические аспекты реструктуризации собственности в условиях переходной экономики: Дис. ... на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – Волгоград, 1998.
4. Финансовый кризис в России в 2016 году: прогнозы экспертов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [almaempres.ru](http://almaempres.ru)
5. Официальный сайт ЦБ РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [cbr.ru](http://cbr.ru)

**Миленков Александр Владимирович**

канд. экон. наук, доцент

АНО ВПО «Российская академия предпринимательства»

г. Москва

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ СТРУКТУРЫ И ФУНКЦИЙ РЕГИОНАЛЬНОЙ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ

**Аннотация:** в отечественной и зарубежной экономической литературе понятие «финансовая система» не отвечает требованиям фундаментальной теории систем, суть которой – раскрытие элементов системы с учетом ее целей в совокупности их взаимосвязей и взаимодействия. Каждому урону финансовой системы соответствует своя собственная организационная структура, которая включает институты, относящиеся к ведению региональной государственной власти. В статье определяются задачи финансовой системы, состоящие в создании норм и правил ее функционирования, на основе собственной трактовки понятий «институциональная структура», «организационная структура» региональной финансовой системы. Исходя из этого, излагаются базовые функции для институтов и организаций региональной финансовой системы. Проводиться анализ внешних связей финансовой системы, успешная реализация которых является одним из условий эффективного функционирования региональной финансовой системы. Автор в развитие темы статьи конкретизирует и уточняет понятия «финансовая система», «институциональная и организационная структура региональной финансовой системы». В статье разработаны методические подходы к формированию и использованию способов решения институциональных и организационных задач финансовой системы региона, приводящие к рационализации норм и правил ее текущего функционирования и перспективного развития. Кроме этого определен состав базовых функций, которые адекватны специализации и особенностям функционирования институтов региональной финансовой системы.

**Ключевые слова:** региональные финансы, финансовая система, финансовая система региона, функции финансовой системы.

Исследования в области теории финансов в последнее время вновь стали актуальными. Этот интерес вызван новыми вызовами, происходящими в мировой и отечественной экономике. Становиться ясно, что необ-

ходимы изменения в подходах к пониманию сути финансовой системы, адекватно отражающие современное состояние социально-экономической системы государства. В отечественной и зарубежной экономической литературе приводится достаточное количество трактовок термина «финансовая система» [1–3]. На наш взгляд основным недостатком этих трактовок является их отрыв от требований фундаментальной теории систем [4], в рамках которой любая система определяется как совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов, направленных на достижение общей цели.

Применяя фундаментальные положения теории финансов к требованиям теории систем, нам представляется обоснованным определить *финансовую систему, как совокупность институтов и организаций, целью которой является обеспечение эффективного развития социально-экономической системы в целом на основе рационального распределения и перераспределения совокупного общественного продукта, выраженного в стоимостной форме.*

В таком случае финансовая система (сфера финансов) будет представлять собой одну из важнейших подсистем экономической системы государства наряду с производственной подсистемой (сферой производства), социальной подсистемой (социальной сферой) и объединяющих их в единое целое подсистемой (сферой) государственного управления [5]. Данное положение позволяет обосновать разнородное (иерархическое) устройство сферы финансов, адекватное иерархии системы в целом (и каждого из ее элементов) и выделить в ней такие уровни, как общегосударственные финансы (в федеративном государстве – федеральные), региональные финансы (в федеративном государстве – финансы субъекта федерации) и местные (муниципальные) финансы.

В тоже время каждый из элементов иерархии финансовой системы обладает собственной организационной структурой, включающей институты и организации, отнесенные к ведению данного субъекта государственного управления. При этом то, отметим, что термин «ведение» не предполагает каких-либо прав субъекта на администрирование в отношении организаций, а выполняет определенные отношения между ними, реализуемые посредством согласований. Исходя из этого, в состав федеративных финансов включаются, например, федеральный бюджет (институт федерального финансового права, федеральный бюджет), министерство финансов (организация, реализующая функции федеральных финансов), финансово-кредитные организации со значительной долей федеральной собственности и другие элементы.

Соответственно, в состав региональных финансов (финансовой системы региона, сферы региональных финансов) включаются, например, бюджет субъекта федерации, исполнительные органы государственного финансового управления субъекта федерации, региональные офисы финансово-кредитных организаций (центральные, филиалы, представительства; в том числе, федеральных) и другие.

По нашей логике, в рамках требований теории систем и составляющих элементов региональных финансов, *финансовую систему региона можно представить, как взаимодействующую друг с другом и с федеральной финансовой системой совокупность институтов и организаций, обеспечивающих социально-экономическое развитие субъекта федерации посредством формирования денежных отношений и организации их использования с учетом интересов всех субъектов хозяйственной жизни, расположенных на подведомственной территории.*

Отметим также, что финансовая система региона является открытой, что подразумевает множество внешних связей, реализация которых явля-



ется условием эффективного функционирования этого элемента экономики субъекта федерации, обуславливая его включенность в федеральную и международную финансовую сферу.

В структурном отношении следует различать институциональную и субъектную (организационную) структуру региональной финансовой системы.

Вместе с тем, мы не можем игнорировать и положения современной институциональной теории [6], согласно которым общественные институты выражены в постоянно повторяющихся и воспроизводящихся отношениях членов общества и представляют собой устойчивые совокупности групп субъектов (физических и юридических лиц). Как правило, выделяются две группы таких совокупностей – политические и экономические, для которых объединяющим является общий институт финансов со своей финансовой системой.

В свою очередь, локальные институты, как отмечается в трудах ученых [7] представлены определенными (специализированными) нормами и правилами (формальными и неформальными), составляющими базу их функционирования и взаимодействия. Финансовые же локальные институты функционируют в области действия общеэкономических норм и правил, которые определяют допустимые границы их взаимоотношений с субъектами внешней деловой сферы.

Таким образом, можно сформулировать, что под институциональной структурой региональной финансовой системы следует понимать – *определенный упорядоченный набор финансовых институтов, действующих в соответствии с общенациональными, региональными нормами и правилами, формирующих региональную матрицу функционирования, определяющую возможности и ограничения для территориальных организаций в области денежного обращения.*

Соответственно основная институциональная задача финансовой системы региона состоит в создании таких норм и правил ее функционирования, которые позволят создавать благоприятные условия для успешного и устойчивого социально-экономического развития субъекта федерации [8]. Исходя из этого, для институтов региональной финансовой системы должны выступать такие три базовые функции как:

1. Разработка предложений по совершенствованию федеральной и региональной нормативной базы, определяющей возможности влияния сферы финансов на результаты социально-экономического развития субъекта федерации.

2. Лоббирование интересов финансовой системы региона в представительных и исполнительных органах власти субъекта федерации, при условии их позитивного влияния на результаты социально-экономического развития субъекта федерации.

3. Контроль соблюдения организациями региональной финансовой системы действующих нормативных актов и принятых форм отношений между участниками процесса денежного обращения субъекта федерации.

Очевидно, что эффективное функционирование региональной финансовой системы напрямую зависит от развитости ее институциональной структуры. При этом каждый отдельный субъект сферы финансов действует в соответствии с установленным порядком и, следовательно, он становится неотъемлемой частью системы. Важно также чтобы контрагенты организационных элементов сферы финансов (организации и предприятия иных сфер деятельности, независимо от их территориальной принадлежности) получили возможность прогнозировать общие способы средне- и долгосрочного развития и выстраивать адекватный этим способам механизм взаимоотношений.

Исходя из вышесказанного, *организационная структура региональной финансовой системы представляет собой совокупность организаций,*

*выполняющих функции регулирования денежного обращения на территории субъекта федерации, действующих, как носители норм и правил, установленных институциональной структурой.*

Таким образом, финансовая система региона, представляющая собой совокупность институтов, организаций, обеспечивающих эффективное развитие социально-экономической системы на основе распределения главным образом совокупного общественного продукта, обладающая институциональной и субъектной (организационной) структурой, позволяющая решать институциональные и организационные целевые задачи развития экономики.

**Список литературы**

1. Гусейнов Р.М., Семенихина В.А. Экономическая теория. – М.: Омега-Л, 2009.
2. Романовский М.В. Финансы / М.В. Романовский, О.В. Врублевская [и др.]. – М.: Юрайт, 2008.
3. Banks E. Finance the basics. – N.Y.: Simultaneously published, 2007.
4. Берталанфи Л. фон. История и статус общей теории систем // Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник. – М.: Наука, 1973.
5. Куцури Г.Н. Текущее и стратегическое регулирование финансовой системы региона // Вестник Северо-Осетинского государственного университета имени Коста Левановича Хетагурова. – №4. – 2013. – С. 424–428.
6. Фуруботн Э.Г., Рихтер Р. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории. – СПб.: СПбГУ, 2005.
7. Williamson Oliver E. The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead. Journal of Economic Literature 38 (3). September 2000.
8. Куцури Г.Н., Элларян С.А. Долговая устойчивость государственных финансов Российской Федерации // Экономика предпринимательства. – №3–2 (56–2). – 2015. – С. 351–355.

**Мирошин Алексей Викторович**

ассистент  
ФГБОУ ВПО «Российский экономический  
университет им. Г.В. Плеханова»  
г. Москва

**Афанасьева Елена Ивановна**

учитель истории и обществознания,  
Почетный работник образования г. Москвы  
ГБОУ «Школа 183»  
г. Москва

## **ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЛЕГАЛИЗАЦИИ ПРЕСТУПНЫХ ДОХОДОВ И ФИНАНСИРОВАНИЯ ТЕРРОРИЗМА**

**Аннотация:** в данной статье описываются современные методы борьбы с отмыыванием денег и финансированием терроризма. Рассматривается мировой опыт и опыт в России. Проанализированы источники финансирования террористической организации ИГИЛ.

**Ключевые слова:** противодействие, преступные доходы, финансирование терроризма, отмыывание денежных средств, борьба с ИГИЛ, финансовый мониторинг.

В настоящее время в Российской Федерации, как и в мире в целом, наблюдается тенденция развития информационных технологий и инноваций в целом. Бумажный документооборот медленно уходит в прошлое,

уступая место электронному, а наличный расчет через несколько лет войдет в историю мировых финансов, как пройденный этап в развитии рыночных отношений. Без всякого сомнения, все это упрощает ведение предпринимательской деятельности и жизнь всего населения в целом. Но данные реформы имеют и другую сторону медали – всегда будут люди, которые желают обойти законодательство. Преступники, целью которых является получение дополнительного дохода, полученного нелегальным способом, либерализацию законодательства будут использовать для получения собственной выгоды. Сегодня они не только используют новые технологии в своих корыстных целях, но и начинают создавать все более запутанные схемы легализации доходов, полученных преступным путем, что значительно усложняет работу уполномоченных органов. Организаторами и участниками таких схем часто становятся террористические организации, у которых нет возможности получать финансирование другими методами.

Сегодня вопрос финансирования терроризма как никогда актуален. Человечество столкнулось с новой серьезной угрозой – терроризм мирового, межгосударственного уровня. В этой статье будут рассмотрены нелегальные способы получения денежных средств или иного имущества для террористических целей и произведен анализ инновационных методов, которые использует мировое сообщество для борьбы с данной угрозой. Одно известно точно: у организаций данного типа существует своя финансовая система, с помощью которой они не только получают доход от реализации преступной деятельности, но и финансируются из-за рубежа.

В 1989 г. решением стран «Большой семерки» была создана межправительственная организация ФАТФ (FATF – The Financial Action Task Force), вырабатывающая мировые стандарты в сфере противодействия отмыванию преступных доходов и финансированию терроризма (ПОД/ФТ), а также оценивающая соответствие национальных систем ПОД/ФТ государств этим стандартам.

После событий 11 сентября 2001 года в США, стало понятно, что терроризм является не локальной, а международной проблемой, с которой невозможно бороться лишь военными силами одного государства. В 2002 году была принята Резолюция ООН 1390 в которой освящается значимость формирования методов борьбы с финансовой поддержкой терроризма. Основными пунктами данной Резолюции являются:

А. Немедленная заморозка всех денежных средств и других финансовых активов, принадлежащих организациям, которые прямо или косвенно причастны финансированию терроризма.

Б. Недопущение передачи летального имущества, в том числе оружия, наркотических средств и боеприпасов со своей территории, либо транзита через свою территорию.

Данная Резолюция стала серьезным дополнением первой Резолюции против поддержки терроризма, в том числе финансовой, была одной из основных документов, на базе которого была принята последняя Резолюция в данной сфере. На основании этого документа ФАТФ разработало еще 9 специальных рекомендаций в сфере противодействия финансированию терроризма. Резолюции Совета Безопасности ООН являются важнейшим источником права для международной системы противодействия легализации преступных доходов и финансированию терроризма. В соответствии с Резолюцией СБ ООН №1617 (2005 г.), 49 рекомендаций ФАТФ являются обязательными международными стандартами для выполнения государствами-членами ООН. Тем не менее, некоторые страны допускают серьезные ошибки, которые в итоге приводят к ужасающим последствиям. Ярким тому примером является «ИГИЛ».

«Исламское государство Ирака и Леванта» (ИГИЛ) – международная террористическая организация действующая преимущественно на территории Ирака и Сирии. 26 сентября 2014 по оценкам ФСБ РФ, численность боевиков ИГИЛ в 30–50 тысяч человек, а лидер Иракского Курдистана Фуад Хусейн в ноябре 2014 года говорил о превышении отметки в 200 тысяч боевиков. Очевидно, что террористическая нуждается в огромных финансовых средствах для содержания такого количества людей.

Боевики ИГИЛ активно используют инновационные в социальной сфере технологии коммуникации, в том числе YouTube, Facebook, Twitter и т. д., в частности – для привлечения финансирования и пожертвований. В сети «интернет» от лица ИГИЛ опубликовано множество фото и видеоматериалов на которых четко видно, что в распоряжении боевиков находятся сотни новых внедорожников, тяжелое вооружение и авиация, а также комплексы ПВО. Общий финансовый резерв организации, по расчетам многих специалистов, составляет \$5–7 млрд. По данным спецслужб, финансирование ИГИЛ происходит по следующим каналам:

- нелегальная продажа энергоресурсов по демпинговым ценам, что привлекает многих иностранных посредников;
- доходы от преступной деятельности, в том числе грабежи, торговля наркотиками, продажа предметов искусства, человеческих органов и людей в рабство;
- налоги на бизнес на подконтрольных территориях и таможенные сборы, сборы в мечетях;
- финансирование от частных спонсоров из Катара, Кувейта, Саудовской Аравии, а также противников правительств Сирии и Ирака.

Также, отдельное внимание необходимо уделить тому факту, что одним из инновационных методов финансирования терроризма является инвестирование в так называемую «умеренную вооруженную оппозицию». Но стоит отметить, что оружие, техника и денежные средства в конечном счете попадают в руки боевиков. Таким образом страна, действующая исключительно в своих интересах, становится косвенным инвестором ИГИЛ, что противоречит Резолюциям СБ ООН, рекомендациям ФАТФ и нарушает всевозможные нормы права.

Последняя Резолюция ООН 2199 (2015 г.) вновь подтверждает актуальность и значимость борьбы с терроризмом новыми, инновационными методами. Совет Безопасности в первую очередь подчеркивает значимость торговли нефтяных продуктов с террористическими организациями. Данные операции являются прямым взаимодействием с ИГИЛ, ФАН и другими лицами, группами, предприятиями и организациями, связанные с «Аль-Каидой», и, соответственно, классифицируется как финансирование подобных организаций. Прямой запрет на передачу данных активов является одним из наиболее современных и продуктивных методов борьбы с терроризмом.

Еще одним важным методом, который необходимо выделить – это международное, региональное и субрегиональное сотрудничество в сфере обмена информацией для выявления контрабандных маршрутов и отмывания денежных средств. Более того, важно сформировать законодательство, препятствующее оттоку денежных средств из любых финансовых организаций, а также расширить полномочия контролирующих органов.

На территории Российской Федерации активно проводятся мероприятия по предотвращению подобного рода событий. У российских специалистов огромный опыт и отлаженная система международного взаимодействия с зарубежными антитеррористическими организациями, которая

ежегодно совершенствуется, внося новые методы борьбы. Вопросам ПОД/ФТ всегда уделялось особое внимание.

Указом Президента Российской Федерации от 1 ноября 2001 года №1263 «Об уполномоченном органе по ПОД» был сформирован Комитет Российской Федерации по финансовому мониторингу, который приступил к выполнению своих задач с 1 февраля 2002 года. В 2004 году КФМ России преобразован в Федеральную службу по финансовому мониторингу (Росфинмониторинг). Более того, на территории РФ действует ряд федеральных законов, регулирующих вопросы в сфере ПОД/ФТ. Одним из основных является Федеральный Закон №115-ФЗ, который регламентирует методы защиты прав и законных интересов граждан, общества и государства путем создания правового механизма противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма. В нем подробно описываются основные понятия и способы предотвращения совершения преступных финансовых операций.

В 2014 году удалось достигнуть заметных результатов. По сравнению с 2013 годом в 2 раза сократились объемы сомнительных операций, в выведенных за рубеж средств. Пресечена деятельность более 15 площадок с объемом более 90 млрд. рублей, где имеется возможность обналичивания, заморожены счета и активы более 1,5 тысячи лиц, имеющих отношение к терроризму.

Сегодня, после всех событий, которые происходят на Ближнем востоке и, как следствие – необходимо усилить контроль не только за коммерческими и некоммерческими организациями, но и за кредитными. Понятие «банковской тайны», в условиях мощного скачка в развитии террористических организаций должно быть устранено при запросе информации правительствами государств и международными организациями в сфере ПОД/ФТ. Также необходимо снизить количество офшорных зон, которые, скорее всего, являются косвенными участниками финансирования террористических организаций.

Стоит также отметить значимость совместной борьбы с данной проблемой. Только при участии всех стран и организаций, связанных с противодействием отмыванию денег и финансированию терроризма, возможен положительный результат. На сегодняшний день национальные проекты не справляются с глобализацией террористических организаций, что ставит терроризм одной из основных мировых проблем XXI века. Вследствие данного факта странам необходимо создавать совместные проекты и законодательства, внедрять более решительную политику по идентификации клиентов, выгодоприобретателей и легальности доходов. Данные меры в конце приведут к положительному эффекту в сфере ПОД/ФТ и, если не уничтожат терроризм полностью, то уменьшат его финансирование и влияние в несколько десятков/сотен раз.

#### *Список литературы*

1. Федеральный закон от 07.08.2001 №115-ФЗ (ред. от 29.06.2015) «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма».
2. Резолюция Совета Безопасности ООН 2199 (2015) от 12.02.2015.
3. В отношении движений «ИГИЛ» и «Аль-Каида» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.un.org](http://www.un.org)
4. Резолюция Совета Безопасности ООН 1390 (2002) от 16.01.2002
5. В отношении движений «Талибан» и «Аль-Каида» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.un.org](http://www.un.org)

6. Прошунин М.М. К вопросу о соотношении финансового мониторинга и финансового контроля // Финансовое право. – 2010. – №10. – С. 24.

7. Чуйкова Н.М. Финансовый мониторинг как совокупность мер по противодействию легализации (отмыванию) доходов и финансированию терроризма. // Вестник российского экономического университета им. Г.В.Плеханова. Вступление. Путь в науку – 2013. – С. 26 – 31.

**Омарова Камила Абдурашидовна**

канд. экон. наук, доцент

**Маммаева Динара Сиражудиновна**

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный университет»  
г. Махачкала, Республика Дагестан

## **СУБСИДИРОВАНИЕ КАК МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА СОЦИАЛЬНО ДОСТУПНОГО ЖИЛЬЯ**

**Аннотация:** в статье раскрыты роль, значение и проблемы субсидирования как инструмента управления деятельностью служб, оказывающих социальные услуги пожилым гражданам.

**Ключевые слова:** рынок, социально доступное жилье, жилищные субсидии, государственная социально-экономическая политика.

В современных условиях одной из важнейших стратегических государственных задач является решение жилищной проблемы. Вопрос формирования рынка доступного жилья относится к числу приоритетных направлений социально-экономического развития страны. Необеспеченность жильем сдерживает возможность потребления иных материальных благ.

Особая роль в развитии жилищного рынка принадлежит государству и органам местного самоуправления, которые не только выполняют определенные функции в качестве участников, но также являются главными регуляторами, разрабатывающими программы повышения доступности жилья для граждан с разным уровнем доходов. На рынке жилья в настоящее время, принято следующее сегментирование с учетом платежеспособности категорий граждан: социальный сегмент – граждане, для которых приобретение жилья возможно только путем предоставления государственных субсидий; рыночный сегмент – граждане, доходы которых позволяют приобретать жилье в собственность с использованием инструментов государственной поддержки и доступных рыночных механизмов; нестимулируемый сегмент – граждане, доходы которых позволяют приобретать жилье без механизмов государственной поддержки. Первые два – предмет особого внимания государства.

Сегодня существует ряд факторов отрицательно влияющих на повышение уровня обеспечения доступности жилья. Некоторые из них имеют временный характер, другие сохраняют свое значение и должны быть учтены.

При остром недостатке источников финансирования жилищного строительства, потребность в жилье возрастает, в первую очередь, из-за необходимости обновления значительно изношенного жилого фонда. Расширение жилищного строительства связано с необходимостью пересмотра норм обеспеченности жильем в соответствии с европейскими стандартами. В настоящее

время задача формирования рынка доступного жилья является первоочередной задачей социально-экономического развития страны. Решение этой задачи достигается как совместное решение двух основных задач: 1) увеличение объемов жилищного строительства; 2) повышение платежеспособного спроса населения на жилье с помощью развития жилищного кредитования [1].

Решение этих задач связано с реализацией жилищных субсидий, которые представляют собой программы, созданные для адресной помощи малоимущим и наиболее незащищенным слоям населения. Критериями эффективности системы субсидирования являются: предсказуемость бюджетных затрат, прозрачность системы, четкий охват целевых категорий граждан, предоставление реальной возможности улучшения жилищных условий.

Основу государственной жилищной политики в отношении социально-уязвимых категорий населения в России составляют различные виды субсидирования: субсидирование процентной ставки по ипотечным жилищным кредитам, предоставленным на рыночных условиях; предоставление ипотечных жилищных кредитов по ставкам ниже рыночных за счет средств специальных фондов; создание условий для снижения процентной ставки по ипотечным жилищным кредитам путем использования льгот при взимании подоходного налога, связанных с выплатой процентов по ипотечному кредиту; государственная поддержка жилищных сберегательных программ; государственное страхование кредитного риска при ипотечном жилищном кредитовании; жилищное финансирование через государственные жилищные банки; предоставление единовременной субсидии для оплаты первоначального взноса при получении ипотечного жилищного кредита (авансовые субсидии).

Важнейшим вопросом политики жилищного субсидирования является критерий отбора целевых групп, которым необходимо оказывать государственную поддержку: наиболее нуждающимся гражданам или тем, для кого такая помощь будет наиболее результативной. Это определяется конечной целью программы жилищных субсидий. Так, для программ, направленных на развитие жилищного финансирования, в качестве участников программы должны быть отобраны те семьи, которые реально могут воспользоваться субсидией, например, семьи, являющиеся достаточно платежеспособными, но не имеющие возможности без субсидии получить кредит (не имеющие накоплений для осуществления первоначального взноса). В этом случае получателями субсидий должны быть граждане, находящиеся ближе к нижней границе группы со средним доходом.

Основные принципы формирования государственной системы жилищного субсидирования, как считают специалисты, следующие: эффективность системы субсидирования; справедливость распределения средств субсидий; прозрачность затрат программы жилищного субсидирования и распределения средств субсидий; отсутствие или незначительная деформация рынка жилья в результате реализации программы; свобода выбора местонахождения и типа жилья для участников программы; доступное администрирование [2].

Основные виды субсидий классифицируем по следующим признакам: субсидии, стимулирующие спрос или предложение; субсидии, направленные на развитие определенных районов или на оказание помощи определенным категориям граждан; всеобщие или распределяемые субсидии. Такая классификация позволяет оценить различные программы субсидирования с точки зрения ориентации программы на стимулирование либо спроса на жилье, либо предложения жилья на рынке.

Субсидии, стимулирующие спрос, нацелены на повышение доступности жилья для семей, на увеличение числа собственников (или арендаторов) жилья. Поскольку при субсидировании спроса получатель субсидии сам выбирает жилье, которое хочет купить или арендовать, такие субсидии считаются более эффективными, чем субсидии, стимулирующие предложение, которые привязывают граждан к конкретным видам жилья.

Субсидии, стимулирующие предложение, призваны увеличить предложение доступного жилья для отдельных категорий граждан, прежде всего, граждан с невысокими доходами, путем строительства новых и реконструкции старых домов.

Прямую выгоду от реализации этих программ получают государственные и частные строительные организации, предлагающие населению свои услуги по строительству жилья для улучшения жилищных условий. Субсидирование охватывает как программы по увеличению сектора арендного жилья, так и программы по росту частного жилищного фонда.

В целом субсидии, стимулирующие предложение, эффективны лишь тогда, когда рынок жилищного строительства не реагирует на растущий спрос граждан на недорогое жилье. Кроме того, возможны программы, которые стимулируют кредиторов предлагать недорогие кредиты застройщикам.

#### **Список литературы**

1. Косенко О.Ю. Теоретические аспекты развития системы социальных услуг для пожилых граждан в России // Социальная политика и социальное партнерство. – 2010. – №9.
2. Гудименко Г.В. Формирование политики предоставления субсидий на покупку и строительство жилья: проблемы и решения // Научно-практический межотраслевой журнал «Интеграл» – 2009. – №5 (49).

**Саадулаева Татьяна Анатольевна**

канд. экон. наук, старший преподаватель  
Филиал ФГБОУ ВПО «Российский государственный  
социальный университет» г. Люберцы  
г. Люберцы, Московская область

## **ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА РОССИИ**

**Аннотация:** в данной статье рассматривается анализ деятельности коммерческих банков в контексте с существующими экономическими, политическими проблемами в стране, выявляются причины нестабильного состояния банковской системы и их последствия.

**Ключевые слова:** банковская система РФ, проблемы банковского сектора, анализ банковской деятельности.

Прошедший 2014 год оказался одним из самых сложных за все время функционирования банковской системы в современной России. 2014 год ожидался непростым для банковской системы, в связи с тем, что Центральный банк РФ взял курс на «зачистку» банковского сектора с целью его укрепления. Кризисное положение дел в банковском секторе настало в связи с экономическими, политическими обстоятельствами. Выделим существенные причины банковского кризиса в 2014 году [4].

1. Потеря российских банков возможности брать зарубежные кредиты, которые называют «дешевыми и длинными» западными деньгами, вслед-



стве введения зарубежных санкций. Такие страны как, США, Канада, страны Евросоюза, Норвегия и Австралия объявили санкции, направленные на замедление российской экономики. В связи с тем, что кредиты Центрального банка РФ доступны не всем коммерческим банкам, это привело к такой внутренней проблеме, как нехватка необходимых ресурсов у российских банков.

2. Массовый отзыв лицензий коммерческих банков подорвал доверие населения к вкладам и банкам, именно поэтому в 2014 году многие люди предпочитали хранить сбережения дома.

3. В 2014 году произошло серьезное макроэкономическое потрясение – падение российского рубля.

4. Стагнация в реальном секторе российской экономики, из-за чего иностранные инвесторы перестали вкладывать деньги не только в производство, но и в российские банки [5, с. 73].

Вышеперечисленные причины привели к появлению различных проблем в банковском секторе. Рассмотрим развитие российского банковского сектора в 2014 году.

Во-первых, еще с 2013 года началась волна отзыва лицензий, а в 2014 году общее количество кредитных организаций, которые лишились лицензии достигает 80, что составляет 10% всего рынка. Массовый отзыв лицензий существенно осложнил деятельность Агентства по страхованию вкладов, которое не справлялось с возложенной нагрузкой. Так, в 2014 году Госдума приняла закон, который позволяет осуществить докапитализацию банков на трилл. рублей, кроме того, приняты решения о санации 12 банков. Вынужденная масштабная рекапитализация банков государством также свидетельствует о сложной ситуации, в которой оказались даже крупнейшие банки. Стоит отметить и показатели рентабельности банковского капитала и активов в рассматриваемом году.

По данным ЦБ РФ оба показателя за двухлетний период изменились почти вдвое, показав большее снижение в 2014 году.

Коэффициент рентабельности активов и капитала свидетельствуют о том, насколько результативно банк привлекает ресурсы и размещает их. Низкий показатель рентабельности может говорить о недостаточной величине клиентской базы или об устаревшей инвестиционной политике банка. Таким образом, такой важный показатель деятельности банков как рентабельность стремительно упал, показав неэффективность инвестиций банков [1, с. 19].

Нельзя не упомянуть существенную нагрузку на российские банки, связанную с большими вынужденными резервами. Банки зарезервировали свыше трилл. рублей на возможные потери, а это в 3 раза больше чем в 2013 году. Резервы сократили временно свободные денежные средства банков и это заметно сказалось на прибыли банковского сектора. Анализируя данные об объемах прибыли кредитных организаций, которая за последний год снизилась на 40%, необходимо отметить и увеличение количества убыточных кредитных организаций. Доля убыточных российских банков достигла максимального значения за последние годы и составила 15%. Каждый пятый банк в прошлом году сократил свой капитал, в том числе каждый третий из первой сотни [4, с. 18].

Кроме того, банки получили огромный удар по капиталам и резервам в связи с переоценкой валютных кредитов, задолженность банков перед иностранными кредиторами существенно возросла – это повлекло такую проблему как нехватка средств у банков, именно поэтому коммерческие банки больше занимали у ЦБ, как следствие, заметно выросла задолженность банков. В ноябре 2014 года задолженность банковского сектора перед Центробанком РФ достигла нового исторического максимума –

6,5 трлн рублей, хотя регулятор прогнозировал объем на уровне 5 трлн. рублей.

Помимо потери банками зарубежных кредиторов, банки лишились и части средств российских вкладчиков. Отток вкладов происходил в январе-марте, сентябре-декабре и был связан с фактором недоверия не только к национальной валюте, но и ко всей банковской системе. В 2014-м произошло заметное сокращение не только рублевых, но и валютных вкладов. По сравнению с кризисом 2008 года, когда наблюдался кратный рост валютных вкладов, в 2014 году как валютные, так и рублевые вклады потеряли более 10%.

В 2014 году наблюдалось заметное увеличение объемов просроченной задолженности по кредитам – за последние 5 лет темпы роста просроченной задолженности увеличились в 18 раз, что может быть объяснено снижением реальных доходов населения, менее жесткими требованиями банков к заемщикам. Российские банкиры признают проблему с ростом просроченной задолженности, однако утверждают, что кредитные ресурсы не могут остаться невостребованными. В 2014 году замечено торможение потребительских кредитов. В суммарном выражении объем кредитов вырос, однако, рост объемов кредитования замедлился до 2–5%, что, меньше почти в 5 раз по сравнению с данными предыдущего 2013 года [2, с. 39].

Таким образом, проблемы в банковском секторе в 2014 году коснулись всех сфер деятельности банков, однако развитие банковской сферы в первые месяцы 2015 года однозначно указывает на начало восстановления. Так, ключевая ставка ЦБ изменилась со своего максимального значения 17% до 12,5%. Однако, важно понимать, что в 2015 и 2016 год банковский сектор смотрит со страхом. Это будет непростое время, после которого российские банки выйдут еще более эффективными и найдут новые пути развития, станут более конкурентоспособными.

#### *Список литературы*

1. Доронкин М. Обзор RAEX («Эксперт РА»): «Банковский сектор в 2015 году: голодные игры» / М. Доронкин, С. Волков, П. Самиев. – 2015. – 19 с.
2. Иванов А. Кризис, банки и fintech / А. Иванов, А. Головин // Банковское обозрение. – 2014. – №9. – С. 38–42.
3. Российский банковский сектор в 2014 г.: проверка на прочность [Текст] / А.В. Егоров, С.М. Селезнев, Е.Н. Чекмарева // Банковское дело. – 2015. – №1. – С. 18–23.
4. Статистический бюллетень банка России: журнал. – М.: Центральный банк РФ, 2015.
5. Экономическая политика и системно значимые банки в период глобальной и внутренней турбулентности: мировой российский опыт [Текст] / К.С. Тетерятников // Международная экономика. – 2015. – №3. – С. 71–81.

**Савдерева Алина Федоровна**

канд. экон. наук, доцент

**Смолина Мария Юрьевна**

магистрант

ФГБОУ ВПО «Чувашский государственный  
университет им. И.Н. Ульянова»

г. Чебоксары, Чувашская Республика

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ КРЕДИТОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКИМИ БАНКАМИ**

**Аннотация:** кредитование малого и среднего предпринимательства является одним из наиболее перспективных направлений деятельности коммерческих банков и необходимым условием для дальнейшего развития экономики. Статья посвящена выявлению особенностей развития рынка кредитования малых и средних предприятий с учетом современных реалий макроэкономической ситуации, определению направлений решения существующих проблем.

**Ключевые слова:** малый бизнес, средний бизнес, кредитование, кредитный портфель, качество кредитного портфеля, просроченная задолженность, финансирование, софинансирование.

Развитие экономики зависит от огромного количества факторов, важнейшим из которых является развитие малого и среднего предпринимательства. Малый и средний способствует структурной перестройке экономики, увеличивает общие объемы производства и розничного товарооборота, создает благоприятную среду для развития конкуренции, обеспечивает занятость значительной части населения, стимулирует внедрение достижений научно-технического прогресса. Именно данный сектор обладает высокой мобильностью и гибкостью, что позволяет быстро приспособиться к изменениям рыночного спроса, оперативно перестроиться на новые реалии экономики [1, с. 156].

Несмотря на то, что государство стремится создавать благоприятные условия для развития малого бизнеса, в России все же существует множество проблем, которые сдерживают данный процесс. Основной проблемой является, недостаток собственных финансовых ресурсов у предприятий, что во многом обусловлено ограниченным доступом к рынку банковского кредитования и высоким уровнем процентных ставок.

«Кредитование малого и среднего бизнеса – довольно рискованное направление деятельности банков», – отмечает Костин глава ВТБ, выступая на форуме «ВТБ Капитала» «Россия зовет!». Это подтверждается высокими темпами роста просроченной задолженности в кредитном портфеле банков [4].

Интерес российских банков к малому и среднему бизнесу в последнее время усиливается. Малый и средний бизнес по соотношению рисков и доходности становится для кредитных организаций одним из наиболее привлекательных сегментов, имеющих большой потенциал для развития.

Для начала хотелось бы ознакомиться с динамикой количества малых и средних предприятий в России.

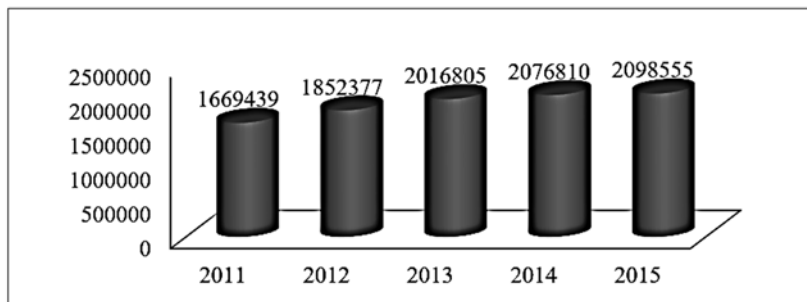


Рис. 1. Динамика количества малых и средних предприятий в РФ, ед.

На данном рисунке можно увидеть тенденцию увеличения числа малых и средних предприятий, несмотря на различные трудности, связанные со спецификой деятельности этого сектора, а также экономико-политической обстановкой в стране.

С каждым днем все большее число коммерческих банков предлагает специальные продукты кредитования для малых и средних предприятий. Так, общий объем предоставленных кредитов субъектам малого и среднего предпринимательства в России на 01.10.2015 г. составил 3,9 трлн руб., что на 30,9% меньше, чем за аналогичный период прошлого года. Динамика объемов, выданных МСБ кредитов, показана в таблице 1.

Таблица 1  
Динамика объема кредитов, предоставленных малому и среднему бизнесу в России за 2011–2015 гг.

Дата	Объем кредитов, млрд руб.					Темп прироста, %	
	2011	2012	2013	2014	2015	2014 к 2013	2015 к 2014
1 января	4705	6056	6943	8065	7611	16,16	–5,63
1 апреля	1185	1435	1663	1839	1174	10,58	–36,16
1 июля	2690	3180	3606	3834	2460	6,32	–35,84
1 октября	4259	4911	5730	5690	3933	–0,70	–30,88

Рассматривая данную таблицу, можно отметить следующее: во-первых, объем выданных кредитов на 1 января с 2011 г. по 2014 г. имел тенденцию увеличения. Что касается 2015 г., то здесь ситуация немного ухудшается. Происходит постепенное уменьшение выдачи кредитов, а именно на 01.01.2015 г. по сравнению с аналогичным периодом прошлого года снижение на 5,63%. Такая динамика обусловлена высокими ставками кредитования и сокращением спроса со стороны бизнеса из-за ухудшения макроэкономической ситуации.

Менее одной десятой предпринимателей воспользовались во втором квартале 2015 г. банковскими кредитами. Такие результаты показал опрос, проведенный Общероссийской общественной организацией малого и среднего предпринимательства «ОПОРА РОССИИ». Лишь 9% представителей малого бизнеса брали банковские кредиты. Цифра выше для среднего бизнеса – 17%, и всего 6% – для микропредприятий. 57% опрошен-

ных, отмечают, что получить заем было трудно. Каждый третий респондент полагает, что взять кредит в ближайшем будущем будет еще сложнее. Потребности малого бизнеса в кредитовании сократились в связи с экономическим спадом и падением обменного курса, а также с сокращением реальных доходов населения и, как следствие, снижением спроса и инвестиций [5].

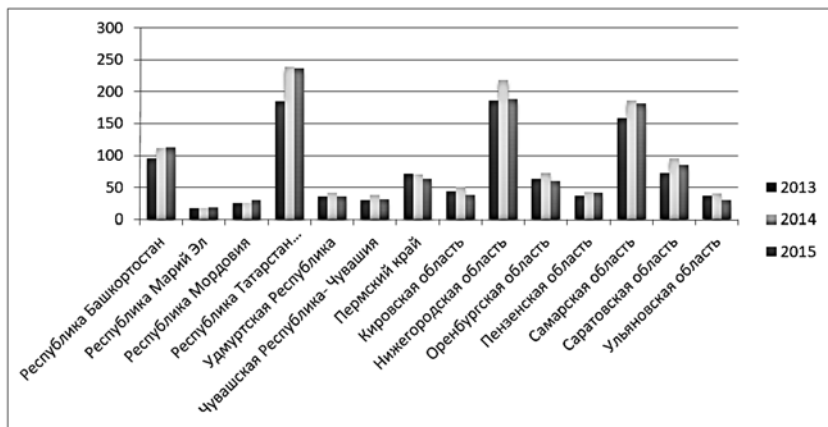


Рис. 2. Динамика выданных кредитов в регионах ПФО, млрд руб.

Динамика объемов банковского кредитования субъектов малого и среднего бизнеса в регионах ПФО подтверждает вышеотмеченное. Наибольший объем выданных кредитов за рассматриваемый период приходился на такие субъекты, как Республика Татарстан, Нижегородская область и Самарская область. Три данных субъекта занимают 1/2 выданных кредитов в целом по ПФО. Что касается Чувашской Республики, то она занимает 11 место по объему выданных кредитов [3].

Среди наиболее существенных проблем, за счет которых сокращаются объем выданных кредитов, являются следующие:

- отсутствие регламентированной системы оценки деятельности МСП;
- отсутствие упрощенного порядка рассмотрения заявок по кредиту, также длительный срок рассмотрения;
- необходимость подготовки большого количества документов на оформление кредита;
- сложность или даже невозможность получить кредит для начала создания бизнеса [2, с.177–181].

Несмотря на большие трудности, с которыми сталкиваются в настоящее время коммерческие банки и МСБ, сотрудничество данных субъектов имеет огромные перспективы. Ведь кредитуя малый бизнес, банк вырабатывает себе потенциальную клиентскую базу в перспективе, диверсифицирует банковские риски, наращивает сопутствующие комиссионные доходы и имеет возможность использовать для фондирования подобных кредитов денежные средства, выделяемые государством.

Наиболее точно реальную картину банковского кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства отражают показатели, представленные в таблице 2.

Таблица 2

Размер выданных кредитов и задолженности в среднем на один субъект МСБ в РФ, тыс руб.

Показатель	2011	2012	2013	2014	2015
Объем выданных кредитов в среднем на 1 субъект МСБ	2661,96	3160,44	3355,08	3736,79	3428,09
Задолженность в среднем на 1 субъект МСБ	1614,85	1952,01	2126,37	2348,66	2239,34
Просроченная задолженность в среднем на 1 субъект МСБ	162,34	164,37	181,01	171,46	180,48

За рассматриваемый период в целом можно отметить динамику роста объема кредитов на 1 субъект малого и среднего бизнеса, за счет чего и размер общей задолженности вырос. Однако тревожным сигналом является сдерживание темпом роста кредитования по состоянию на 01.01.2015 г., что может являться следствием ухудшения финансового состояния предприятий данного сектора экономики, а также сужением кредитного потенциала коммерческих банков в свете последних социально-экономических событий, происходящих в стране. Это отражается в неблагоприятной динамике просроченной задолженности.

По данным таблицы 4 можно заметить, что наибольшее финансирование в среднем на одно предприятие приходилось на такие регионы, как Республика Мордовия, Татарстан, Нижегородская область. Что касается Чувашской республики, то она занимает лишь 11 место, опережая только 4 субъекта: Удмуртскую Республику, Пермский край, Кировскую и Ульяновскую области.

Таблица 3

Размер выданных кредитов в среднем на один субъект МСБ в регионах ПФО, тыс. руб.

Регион	2011	2012	2013	2014
ПФО	2505	2799	2923	3315
Республика Башкортостан	1881	2441	2450	2699
Республика Марий Эл	1849	2406	2214	2051
Республика Мордовия	3109	3598	3453	3770
Республика Татарстан	2888	3614	3824	4774
Удмуртская Республика	2283	1831	1818	2052
Чувашская Республика	1663	1605	2129	2582
Пермский край	2341	2095	2057	1964
Кировская область	1623	2178	2191	2294
Нижегородская область	3678	3673	4802	5589
Оренбургская область	2072	3262	3443	3819
Пензенская область	1665	2405	2125	2446
Самарская область	3143	3133	3019	3471
Саратовская область	1895	2447	2577	3105
Ульяновская область	1962	2666	2324	2323

Также рассмотрим пятерку лидеров банков по объему выданных кредитов малому и среднему бизнесу [4]:

1. Сбербанк России выдает бизнес кредиты в размере 700 млрд руб. ежегодно.

2. Промсвязьбанк – 400 млрд каждый год.

3. УРАЛСИБ – чуть более 300 млрд.

4. ВТБ 24 – около 300 млрд.

5. Банк Москвы – приблизительно 200 млрд.

Сбербанк является крупнейшим игроком рынка с большим отрывом от других участников как по объему портфеля, так и по объему выданных кредитов. Наибольшие объемы финансирования малого и среднего бизнеса осуществляют кредитные организации с государственным участием, так как у них гораздо больше возможностей, чем у частных компаний.

В целях развития малого и среднего предпринимательства в России сформирована многоканальная система финансовой поддержки субъектов МСП, основным элементом которой является программа поддержки малого и среднего предпринимательства, реализуемая Минэкономразвития России совместно с органами государственной власти субъектов Российской Федерации (федеральная финансовая программа поддержки малого и среднего предпринимательства).

Таблица 4  
Финансирование субъектов МСП в 2014–2015 гг., млрд руб.

Уровни софинансирования	Субсидии на поддержку МСП		Софинансирование объектов капитального строительства	
	2014	2015	2014	2015
Федеральный закон о бюджете	20,1	19,7	1,4	1,8
Объем доведенного лимита	17,26	17,26	1,62	1,62
Итого к распределению:	17,3	16,9	1,4	1,62

Данная таблица показывает, что в 2014 году субсидий на поддержку МСП было больше, чем в 2015 году. Поддержка осуществлялась в форме субсидий государственным микрофинансовым организациям, субсидирования процентных ставок по кредиту, субсидирования покупки нового оборудования и др. Однако на софинансирование объектов капитального строительства было выделено в 2015 г. больше на 0,2 млрд руб., чем в 2014 г. [6].

Ознакомившись в целом со статистикой кредитования малого и среднего предпринимательства, хотелось бы отметить следующее. Финансирование МСП в 2015 г. сокращается за счет увеличения процентных ставок по кредитам. Кредитные организации выдают кредиты, только финансово-устойчивым субъектам МСП. Для того, чтобы начать деятельность, МСП необходимо иметь достаточный размер капитала, а его накопить или получить в кредит очень тяжело, так как банки несут ответственность за их возврат.

На наш взгляд, основными направлениями решения проблемы кредитования малого и среднего бизнеса являются следующие:

- снижение процентных ставок по кредитам;
- финансирование субъектов МСП, начинающих свою деятельность, с довольно хорошими привилегиями (низкая ставка процента, или же допускать небольшое время просрочки по кредиту, предоставлять кредит в размере, необходимом для осуществления деятельности «с нуля»);

- создание новых кредитных программ, максимально удовлетворяющих запросы субъектов МСБ;
- расширение возможности малых и средних предприятий в получении долгосрочных кредитных ресурсов на собственное развитие;
- оптимизация процесса кредитования МСП, например, сократить время рассмотрения заявки и т. д.

**Список литературы**

1. Скибицкий О.М. Организация бизнеса / О.М. Скибицкий, В.В. Матвеев. – М.: Кондор, 2013. – С. 156.
2. Финк Т.А. Малый и средний бизнес: зарубежный опыт развития / Т.А. Финк // Молодой ученый. – 2014. – №4. – С. 177–181.
3. Официальный интернет-ресурс Центральный Банк России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru>
4. Официальный интернет-ресурс РосБизнесКонсалтинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rating.rbc.ru/>
5. Официальный интернет-ресурс Опора России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://oporamo.ru/>
6. Официальный интернет-ресурс Министерство экономического развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru>

**Тарасова Нэля Афанасьевна**

канд. экон. наук, доцент

**Чумакова Марина Александровна**

магистрант

ФГБОУ ВПО «Чувашский государственный  
университет им. И.Н. Ульянова»  
г. Чебоксары, Чувашская Республика

## **АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ МЕСТНОГО БЮДЖЕТА (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ЧЕБОКСАРЫ)**

**Аннотация:** в настоящее время большинство муниципальных образований являются дотационными, т.е. их доходы не покрывают расходы. Это приводит к тому, что муниципалитеты не в состоянии в полной мере самостоятельно обеспечивать бюджетными источниками все закрепленные за ними функции. Поскольку бюджет города Чебоксары, как объект исследования, характеризуется недостаточностью собственных средств, то в данной статье рассматриваются проблемы формирования бюджета муниципального образования в его доходной части. Проведен анализ динамики за три последних года и структуры доходных статей городского бюджета, сформулированы выводы о возможности увеличения местных налогов и предложения о путях формирования собственных доходов местного бюджета.

**Ключевые слова:** бюджетная система, местные бюджеты, налоговые доходы, неналоговые доходы, субсидии, субвенции, межбюджетные трансферты, дефицит, дотационность бюджета.

Местные финансы и органы местного самоуправления играют первостепенную роль в бюджетном процессе государства. С их помощью производится финансирование бюджетных учреждений, их работа позволяет



вышестоящим органам иметь представление о положении дел определённой территории и выстраивать бюджетную политику всего государства.

Вместе с тем большинство субъектов РФ и муниципальных образований являются дотационными, не способными в полной мере самостоятельно обеспечивать бюджетными источниками все закрепленные за ними функции. В результате вступает в действие механизм межбюджетных отношений, представляющий собой передачу денежных средств из одного бюджета бюджетной системы РФ в другой. В связи с недостаточностью собственных средств формирования бюджета города Чебоксары, представляется актуальной тема данной статьи.

В соответствии с Бюджетным кодексом Российской Федерации, единственно допустимой формой образования и расходования денежных средств для финансового обеспечения расходов обязательств муниципального образования, является бюджет муниципального образования. Вопросы формирования, использования и расходования фондов денежных средств имеют первостепенное значение в управлении финансовыми ресурсами городских округов и муниципальных образований, поэтому местное самоуправление должно базироваться на прочном финансово-экономическом фундаменте. Именно низкая обеспеченность местных бюджетов собственными доходами, а также сам порядок межбюджетных отношений являются одними из самых острых проблем на современном этапе.

Реализация целей достижения опережающего социально-экономического развития перспективных городских округов в настоящее время осуществляется на основе совершенствования положений нормативно-правового регулирования отношений, возникающих в процессе управления городским округом в целом, а также, в частности, на основе экономической базы местного самоуправления как источника финансового обеспечения реализации функций органов местного самоуправления. Формирование доходов местных бюджетов на примере бюджета г. Чебоксары приведено ниже в таблице.

Таблица

*Динамика и структура доходов бюджета г. Чебоксары*

Вид дохода	Удельный вес, %			Темп роста, %		
	2012	2013	2014	2012–2013	2013–2014	2014–2012
<i>Налоговые доходы – всего</i>	48,1	40,4	27,1	106,2	84,3	89,5
Налог на доходы физических лиц	30,6	26,2	15,3	108,1	73,4	79,3
Налоги на совокупный доход	7,2	5,3	4,5	92,2	106,4	98,1
ЕНВД	7,2	5,1	4,3	90,1	106,0	95,6
Налоги на имущество	9,3	8,1	6,5	110,5	100,1	110,6
Налог на имущество физ. лиц	1,1	1,0	0,9	116,3	111,7	129,8
Земельный налог	8,2	7,1	5,3	109,8	92,9	102,0
Государственная пошлина	0,8	0,7	0,7	111,9	124,6	139,4

## Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс»

Неналоговые доходы – всего	18,0	15,6	19,2	109,6	154,8	169,7
Доходы от муниципальной собственности	8,9	8,1	12,7	114,2	197,0	в 2,2 раза
Доходы от арендной платы за земельные участки	5,0	4,1	8,6	103,7	в 2,7 раза	в 2,8 раза
Доходы от сдачи в аренду имущества	3,3	3,2	1,3	120,8	52,8	63,8
Прочие доходы от использования имущества	0,5	0,7	1,3	176,3	в 2,4 раза	в 4,2 раза
Плата за негативное воздействие на окружающую среду	0,6	0,6	0,4	117,8	92,8	109,3
Доходы от продажи материальных и нематериальных активов	6,3	4,4	3,4	88,2	96,5	85,1
Штрафные санкции	1,5	1,5	1,0	132,1	83,5	110,3
Прочие неналоговые доходы	0,5	0,4	1,7	в 2,5 раза	в 2,3 раза	в 5,7 раз
Безвозмездные перечисления от бюджетов других уровней	34,0	44,0	53,7	164,0	153,3	в 2,5 раза
Субсидии и субвенции	33,0	40,8	53,5	156,6	165,0	в 2,6 раза
Иные межбюджетные трансферты	1,9	3,3	0,4	в 2,2 раза	158,7	35,4
Налоговые и неналоговые доходы	66,0	56,0	46,3	107,1	104,0	111,4
Всего доходов:	100,0	100,0	100,0	126,4	125,7	158,9

*Примечание: темпы роста определены отношением абсолютных данных конкретных статей доходов двух уровней ряда динамики; источник данных – официальный сайт Финансового управления администрации города Чебоксары: <http://gov.cap.ru>*

Анализируя данные таблицы, можно отметить, что доходы бюджета города Чебоксары в 2013 году по сравнению с прошлым годом увеличились на 26,4%, а налоговые и неналоговые доходы в совокупности – лишь на 7,1%, что свидетельствует о значительном росте безвозмездных перечислений. Меньше прогнозируемого поступило единого налога на вме-

ненный доход для отдельных видов деятельности. Это объясняется снижением количества индивидуальных предпринимателей и переходом оплаты налога на добровольную основу.

В 2014 году по сравнению с 2013 годом в целом налоговые доходы снизились на 15,7%. Значительно снизилось поступление налога на доходы физических лиц (26,6%) за счет уменьшения норматива отчислений по данному налогу в бюджет города Чебоксары с 28% до 19%. Из-за изменения кадастровой стоимости земельных участков снизилось также поступление земельного налога по сравнению с 2013 годом на 7,1%.

Исходя из показателей динамики поступающих средств в бюджет города Чебоксары за 2012–2014 гг., следует, что налоговые и неналоговые доходы в целом увеличились на 11,4%, причём рост неналоговых доходов составил 69,7%, а налоговые доходы сократились на 10,5%. Вместе с тем общая величина доходов за два последних года выросла на 58,9% прежде всего благодаря субсидиям и субвенциям из бюджетов других уровней, что свидетельствует о растущей степени дотационности городского бюджета.

В структуре налоговых доходов наблюдается тенденция существенного снижения удельного веса налога на доходы физических лиц, что явилось основным фактором снижения доходной части бюджета города. Обращает на себя внимание тот факт, что снижаются удельные веса всех статей налоговых доходов, за это характеризует процесс перераспределения доходов в пользу неналоговых доходов и межбюджетных трансфертов. Большую долю в структуре общей величины доходов местного бюджета занимают безвозмездные поступления и безвозмездные перечисления от бюджетов других уровней. Вместе с тем на фоне снижения удельных весов налоговых доходов, по некоторым из них наблюдается увеличение абсолютных размеров, например, по налогу на имущество физических лиц (прирост на 29,8%), по государственной пошлине (прирост на 39,4%).

Значительным недостатком в экономической базе муниципального управления является то, что в доходной части бюджетов органов местного самоуправления ничтожно мала доля местных налогов. Органам местного самоуправления предоставлено право вводить местные налоги, способствовать расширению налоговой базы, непосредственно участвовать в процессе формирования нормативно-правовых документов, но предоставленные права резко сужены рамками законодательства. Поэтому роль местных налогов в обеспечении самостоятельности местных бюджетов крайне мала. В результате изменений налогового и бюджетного законодательства с 2005 года в разряд местных налогов включены всего два: земельный налог и налог на имущество физических лиц. Кроме того, наблюдается некоторая сложность в администрировании земельного налога и налога на имущество физических лиц, связанная, в частности, с *несопоставимостью информационных баз*, используемых при исчислении налогов. Одновременно были существенно сокращены нормативы отчислений в местные бюджеты от федеральных и региональных налогов и сборов. В целом же, муниципальные образования не располагают возможностями формирования за счет собственных средств финансовой базы, способной обеспечить выполнение возложенных на них полномочий в полном объеме.

Перспективы формирования собственных доходов местного бюджета в РФ зависят от решения следующих задач:

*Во-первых*, это четкое определение в законодательстве понятия собственных доходов местных бюджетов.

*Во-вторых*, это стабильность доходных источников местного бюджета, отработанность механизмов их поступления, что позволит местным

властям действовать с учетом перспективы, планировать свои усилия на несколько лет вперед, сосредоточивая ресурсы на нужных направлениях.

*В-третьих*, наполнение местного бюджета необходимыми средствами должно производиться так, чтобы у местного самоуправления формировались стимулы для социально-экономического развития территории.

Проведенный анализ формирования доходной части бюджета г. Чебоксары позволяет сформулировать следующие основные проблемы его формирования:

- 1) низкая доля местных налогов в доходной базе местного бюджета;
- 2) нехватка собственных финансовых ресурсов местного бюджета;
- 3) высокая дотационность местного бюджета;
- 4) *негативно воздействующая на муниципалитеты система межбюджетных трансфертов;*
- 5) *затрудненность администрирования налога на имущество физических лиц и земельного налога.*

#### **Список литературы**

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 г. №145-ФЗ (ред. от 03.11.2015) / КонсультантПлюс: справ.-правовая система. – М., 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 г. №51-ФЗ (ред. от 13.07.2015) / КонсультантПлюс: справ.-правовая система. – М., 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
3. Федеральный закон от 06.10.2003 г. №131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (ред. от 28.11.2015) / КонсультантПлюс: справ.-правовая система. – М., 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
4. Закон Чувашской Республики от 18.10.2004 г. №19 «Об организации местного самоуправления в Чувашской Республике» (ред. от 05.05.2015) / КонсультантПлюс: справ.-правовая система. – М., 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
5. Поляк Г. Б. Бюджетная система России: Учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Г.Б. Поляк; под ред. Г.Б. Поляка. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 703 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://znanium.com>
6. Постовой Н.В. Управление городским округом: финансово-экономический и организационно-правовой аспекты / Н.В. Постовой, О.Е. Зенченко, А.А. Брышкина [и др.]. – М.: Юриспруденция, 2015. – С. 128. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ivo.garant.ru/>

# БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ, АУДИТ, СТАТИСТИКА

*Апсите Марина Александровна*

канд. экон. наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный  
университет экономики и управления «НИНХ»  
г. Новосибирск, Новосибирская область

## АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ СТАТИСТИЧЕСКИХ И НЕСТАТИСТИЧЕСКИХ ВЫБОРОЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В АУДИТЕ БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ

**Аннотация:** в статье рассматриваются методы выборочных исследований, применяемых в аудите. Автор раскрывает сущность применяемых методов, анализирует их достоинства и недостатки, обращает внимание на необходимость сочетания названных методов в практике аудита и приводит пример алгоритма предварительной проверки, позволяющей определить ориентиры нахождения проблемной области, требующей углубленного исследования. Автор обращает внимание на возможность повышения качества аудита при сочетании нестатистических выборочных исследований в ходе предварительной проверки и статистических выборочных исследований в ходе углубленной проверки в случайной выборке.

**Ключевые слова:** аудит, методы выборочного исследования, бухгалтерский учет, бухгалтерская отчетность.

Аудит – незаменимый инструмент контроллинга ведения бухгалтерского и налогового учета и формирования финансовой отчетности. Аудиторские компании могут проводить аудит методом сплошной проверки или методом выборочной проверки. Понятно, что качество первого варианта проверки несравнимо выше качества второго варианта. Однако и стоимость этих вариантов существенно разнится. Несмотря на присутствие постоянного беспокойства руководства компаний за состояние бухгалтерского и налогового учета и правильность формирования бухгалтерской и налоговой отчетности, стремление сэкономить на затратах превалирует. Поэтому в большинстве случаев внешний аудит на предприятиях-заказчиках обычно производится методом выборочной проверки [1].

Кроме того, аудиторскими стандартами сплошная проверка верности расчета сальдо, отражения операций по счетам и средств системы контроля рекомендуется в двух случаях:

- когда количество элементов проверяемой совокупности очень мало и поэтому применение статистических методов считается неправомерным;
- когда применение аудиторской выборки имеет меньший эффект, чем проведение сплошной проверки.

Распространено мнение что, этот перечень можно расширить. Масштабность недобросовестного предпринимательства и слабое представление знакомство отечественных пользователей аудита о выборочных методах зачастую предопределяет склонность пользователей к тому, чтобы рассматривать применение этих методов как инструмент достижения аудиторской компанией нужных ей и заранее запланированных результатов проверки. Например, предпринимательский субъект может остерегаться того, что сначала аудиторы отберут предпочтительные для них эле-

менты проверяемой совокупности, объявят о якобы случайном их происхождении, а потом в процессе работы с ними придут к запланированным результатам. Проверить аудиторов в этом случае очень сложно. Поэтому в случаях, когда у пользователей аудита имеются такие опасения, целесообразно перейти к сплошной проверке.

Процедура проведения выборочного аудита регламентируется стандартом «Аудиторская выборка».

Под выборочным методом аудита понимают применение аудиторской процедуры менее чем к 100% совокупности проверяемых элементов.

Обычно выборочный аудит подразделяют на две части – выборочную проверку системы внутреннего контроля и проверку верности отражения в бухгалтерском учете оборотов и сальдо по счетам. На рисунке 1 представлена общая схема выборочного аудита. На этой схеме выделены последовательные этапы.

1. *Конкретизация направлений проверки (постановка задач).* В ходе этого этапа производится определение «локальных» задач, которые преследуются аудиторами в процессе проверки данного участка.

2. *Определение критериев отклонений, по которым признается факт наличия ошибки.*

3. *Определение генеральной совокупности.* Генеральная совокупность – это все документы или операции, которые проверяются аудитором посредством отбора и изучения части из них (выборочной совокупности). Определив генеральную совокупность, аудитор располагает информацией для установления допустимой ошибки. Допустимой ошибкой считается максимальное искажение в денежном выражении баланса или класса операций, наличие которого не ведет к существенному искажению финансовых отчетов.

Схема: Этапы выборочной аудиторской проверки



Рис. 1. Общая схема выборочного аудита

4. *Выбор метода отбора.* Может осуществляться вероятностный (случайный) или невероятностный отбор элементов из генеральной совокупности.

5. *Определение объема выборки-* количества элементов генеральной совокупности, отобранных для проверки.

6. *Получение выборки и выявление отклонений.* После выбора из генеральной совокупности и исследования элементов обнаруженные отклонения (ошибки, нарушения, недочеты, замечания) отражаются в рабочей документации аудитора.

7. *Анализ обнаруженных отклонений.* Перед тем как аудитор сделает окончательный вывод по выборочной проверке, распространив найденные отклонения на всю совокупность, он должен рассмотреть и определить характер каждого из обнаруженных отклонений (ошибок, недочетов). Необходимо выяснить:

- с чем связано данное отклонение: изъяны в системе внутреннего контроля, неправильное понимание персонала нормативных актов, беспечность, умышленное искажение и т. п.;

- является ли данное отклонение случайным или оно возникает систематически, т. е. присуще всем документам, операциям;

- как данное нарушение скажется на других объектах учета и финансовых результатах в целом.

8. *Оценка результатов и выводы по выборочной проверке.* В зависимости от использованного метода отбора, аудиторы проводят статистическую или нестатистическую оценку результатов. Задача аудиторов на заключительном этапе состоит в распространении обнаруженных в выборке ошибок на генеральную совокупность. Оценка может быть получена в виде конкретного суммового интервала, в пределах которого с заданной вероятностью лежит ошибка, либо в виде профессионального суждения аудитора об этой ошибке [4].

В работе аудиторов применяются статистические и нестатистические методы выборочных исследований. Под статистическим выборочным исследованием понимается использование математического аппарата в процессе расчетов формальных статистических результатов. Особенностью статистических методов является случайное формирование выборки из генеральной совокупности. Основным преимуществом статистических методов является количественная определенность выборочного риска [6]. При нестатистическом выборочном исследовании аудитором не делается количественная оценка риска, выводы об исследованной генеральной совокупности главным образом основываются на субъективном мнении аудитора.

Говоря о достоинствах и недостатках названных аудиторских методах исследования можно отметить следующее.

Применение статистических выборочных исследований подтверждает действительную случайность выборки, так как расчеты в этом случае производятся с помощью вероятностных математических методов. Однако в этом случае в действительности, по мнению автора, нет достаточных оснований утверждать, что выявленные ошибки в случайной выборке могут быть распространены на всю генеральную совокупность, в которой помимо этого могут быть и другие ошибки. Может получиться, что в случайной выборке и вовсе ошибки не будут найдены в то время как в целом в учете предприятия ошибки имеются. К примеру, это может быть связано с тем, что в разные периоды работы на одном и том же участке работали разные бухгалтера, имеющие разную квалификацию и опыт. Одни и те же операции могут быть по разным причинам по-разному отражены в учете в разные периоды.

Качество аудита при применении нестатистических выборочных исследований во многом зависит от квалификации и опыта аудиторов. Во всяком случае, для того, чтобы выбрать направление проведения аудиторской проверки, аудитору сначала надо провести общую диагностику состояния учета, результатом которой является выявление признаков наличия проблемных зон и установление примерного диапазона. К примеру, если нам надо проверить правильность уплаты налога на добавленную стоимость, то предварительно целесообразно провести исследование в следующем формате.

Для начала надо определиться с перечнем проводок, которые косвенно имеют отношение к отражению налога на добавленную стоимость по приобретенным ценностям и характерны для аудируемого предприятия. В числе таких проводок могут быть следующие:

Д20К60(76) – приняты работы, услуги сторонней организации, имеющие отношение к основному производству;

Д23К60(76) – приняты работы, услуги сторонней организации, имеющие отношение к вспомогательному производству;

Д25К60(76) – приняты работы, услуги сторонней организации общепроизводственного назначения;

Д26К60(76) – приняты работы, услуги сторонней организации общехозяйственного назначения;

Д29К60(76) – приняты работы, услуги сторонней организации, имеющие отношение к обслуживающим производствам и хозяйствам;

Д44К60(76) – приняты работы, услуги сторонней организации коммерческого назначения;

Д10К60(76) – получены материалы от поставщика;

Д08 К60(76) – получены основные средства (нематериальные активы) от поставщика.

Через обороты по этим проводкам можно выйти на сумму налога на добавленную стоимость по приобретенным ценностям посредством вычисления по формуле:  $18\%$  (или пониженная ставка) умножить на сумму оборота. Полученное значение в общем случае должно соответствовать дебетовому обороту по счету 19 «НДС по приобретенным ценностям». Исключение составляет случай, когда отдельные контрагенты (поставщики и подрядчики) не являются плательщиками налога на добавленную стоимость по причине применения ими упрощенной системы налогообложения или иных специальных режимов. После этого, следует сравнить вычисленную таким образом сумму НДС по приобретенным ценностям с суммой по дебету 19-го счета и с суммой по кредиту 19-го счета. Совпадение указанных сумм будет свидетельствовать о правильности отнесения суммы налога на добавленную стоимость по приобретенным ценностям на возмещение из бюджета. Отклонение может быть связано либо с тем фактом, что контрагенты не являются плательщиками НДС, либо с ошибками в учете. Для того, чтобы выяснить являются ли плательщиками НДС контрагенты данного предприятия аудитору необходима связь с налоговой инспекцией, которая бы по аудиторскому запросу оперативно представляла такую информацию. В этом случае, аудитор смог бы оперативно исключить обороты по 60-му (76-му) счетам по контрагентам, не являющимся плательщиками НДС, и точно определить есть ли проблемная зона в этом участке.

Тоже самое можно проверить и другим способом – посмотреть кредитовые обороты по 60-му и 76-му счету, но при этом придется исключать взаимозачетные обороты, в остальном процедура такая же.



Безусловно, такой подход не ограничивается проведением только вышеуказанных процедур, так проверка требует еще правильность оформления входящих первичных документов (счет-фактура, накладная), но это уже второй вопрос, для выяснения обстоятельств по которому требуется углубленная проверка в выявленной проблемной зоне. Но по крайней мере, так можно определить примерно проблемную область.

Аналогичные процедуры следует провести и относительно налога на добавленную стоимость по реализованным ценностям, проверяя кредитовые обороты по 68 счету (субсчет «НДС») в корреспонденции со счетами 90, 91, 76 и сопоставляя их с суммой, вычисленной по формуле: дебетовые обороты по счетам 62, 76 умноженные на величину  $18/118$ .

Разница, определенная таким образом между суммой налога на добавленную стоимость по реализованным ценностям и суммой налога на добавленную стоимость по приобретенным ценностям и будет той суммой НДС, которая должна была быть уплачена в бюджет за конкретный период.

Таким образом, подводя итоги, следует отметить, что оптимальным вариантом при проведении аудиторской проверки является сочетание статистических и нестатистических методов выборочного исследования. Однако в ходе предварительного аудиторования необходимо применять нестатистические методы, применяя алгоритмы, подобные вышеописанному, с помощью которых можно будет хотя бы примерно определить проблемную зону. После чего, можно применять статистические методы выборочного исследования, что позволит обеспечить случайный характер выборки в проблемной зоне. Применение такого подхода позволит аудитору иметь больше оснований для распространения выводов о наличии ошибок в случайной выборке на всю генеральную совокупность.

#### *Список литературы*

1. Апсите М.А. Сверяясь с собой... Организационные аспекты создания службы внутреннего аудита в потребительской кооперации // Российское предпринимательство. – 2007. – №4. – С. 82–85.
2. Бычкова С.М. Доказательства в аудите / С.М. Бычкова. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 176 с.
3. Ветров А.Ал. Операционный аудит-анализ / Под ред. акад. А.Ан. Ветрова. – М.: Перспектива, 2012. – 127 с.
4. Данилевский Ю.А. Аудит и основные направления аудиторской деятельности: Учебное пособие / Ю.А. Данилевский. – М.: Изд. ФИПК, 2011. – 97 с.
5. Данилевский Ю.А. Аудит промышленных акционерных обществ / Ю.А. Данилевский. – М.: АО «Финстатинформ», 2009. – 78 с.
6. Елисеева И.И. Статистические методы в аудите / И.И. Елисеева, А.А. Терехов. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 176 с.
7. Камышанов П.И. Практическое пособие по аудиту / П.И. Камышанов. – М.: Инфра-М. 2011. – 552. с.
8. Нитецкий В.В. Справочник аудитора. Методология аудиторской проверки некоторых аспектов деятельности предприятия / В.В. Нитецкий, Н.Н. Кудрявцев. – М.: Дело, 2012. – 192 с.

**Асеева Мария Ивановна**  
магистрант

**Смекалов Павел Васильевич**  
д-р экон. наук, профессор, преподаватель  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный  
аграрный университет»  
г. Санкт-Петербург

## **ВИДЫ РАСХОДОВ БЮДЖЕТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ И ИХ ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ**

**Аннотация:** в данной статье идет речь о расходах бюджетной организации как неотъемлемой части государственных расходов в целом. Авторами ставится задача рассмотреть экономическую сущность расходов бюджетных организаций в соответствии с действующей бюджетной классификацией и выявить функциональную роль и значение бюджетных расходов в экономической жизни общества. Авторы приходят к выводу, что бюджетные расходы выступают важным инструментом государственного финансового регулирования экономики и социальной сферы, в том числе в территориальном аспекте.

**Ключевые слова:** бюджетная организация, бюджетная классификация, расходы бюджета, экономическая классификация, функциональная классификация, ведомственная классификация.

Бюджетный бухгалтерский учёт представляет собой упорядоченную систему сбора, регистрации и обобщения информации в денежном выражении о состоянии финансовых и нефинансовых активов и обязательств Российской Федерации, субъектов Российской Федерации и муниципальных образований (органов государственной власти, органов управления государственных внебюджетных фондов, органов управления территориальных государственных внебюджетных фондов, органов местного самоуправления и созданных ими бюджетных учреждений) и операциях, приводящих к изменению вышеуказанных активов и обязательств.

Бюджетный бухгалтерский учёт осуществляется в соответствии с Федеральным законом «О бухгалтерском учёте», бюджетным законодательством, прочими нормативными правовыми актами Российской Федерации и Инструкцией по бюджетному учёту.

Расходы государственного бюджета представляют собой денежные средства, ориентируемые на финансовое обеспечение задач и функций государства и местного самоуправления. Они выражают экономические отношения, на основе которых происходит процесс использования средств централизованного фонда денежных средств государства по различным направлениям.

Расходы бюджетов разнообразны и зависят от множества факторов:

- уровня социально-экономического развития страны;
- административно-территориального устройства государства;
- внутренней и внешней политики;
- приоритетов государства и т. п.

Расходы государственного бюджета, являясь важной составной частью государственных расходов в целом, выражают экономические отношения, возникающие в связи с использованием средств общегосударственного денежного фонда.

Формой проявления этих отношений выступают конкретные виды бюджетных расходов, причем их многообразие обусловлено действием целого ряда факторов: природой и функциями государства, уровнем социально-экономического развития страны, разветвленностью связей бюджета с национальной экономикой, административно-территориальным устройством государства и т. п.

Расходы бюджета классифицируются по трём признакам: назначению или функции, с выполнением которой связаны расходы, экономической характеристикой операций, при проведении которых осуществляются эти расходы, а также ведомством, которое является главным распорядителем бюджетных средств.

Согласно этому существует три вида классификации расходов:

- 1) функциональная классификация расходов (КФК);
- 2) экономическая классификация расходов (КЭКР);
- 3) ведомственная классификация расходов (КВН).

*Функциональная классификация расходов* бюджетов Российской Федерации представляет собой группировку расходов бюджетов всех уровней. Она отражает направление бюджетных средств на выполнение единицами сектора государственного управления и местного самоуправления основных функций, решение социально-экономических задач.

Функциональная классификация применяется также для международных сопоставлений степени вовлеченности органов государственного управления и местного самоуправления в выполнение экономических и социальных функций.

Функциональная классификация состоит из четырех уровней.

Первый уровень функциональной классификации – разделы, который показывает направление финансовых ресурсов на выполнение основных функций государства. Функциональная классификация содержит 11 разделов и 84 подраздела, являющихся вторым уровнем функциональной классификации, конкретизирующим направление бюджетных средств на выполнение функций государства.

Структура подразделов функциональной классификации построена по принципу выделения подфункций, при этом дальнейшая детализация расходов осуществляется на уровне целевых статей и видов расходов функциональной классификации в процессе формирования соответствующих бюджетов бюджетной системы.

Целевые статьи в подразделах функциональной классификации образуют третий уровень функциональной классификации, обеспечивающий согласованность бюджетных ассигнований с направлениями деятельности субъектов бюджетного планирования и участников бюджетного процесса.

В целевых статьях и видах расходов систематизированы расходы на реализацию целевых программ в функциональной классификации, при помощи целевых статей реализовано функциональное наполнение деятельности субъектов бюджетного планирования и участников бюджетного процесса.

Виды расходов, образуя четвертый уровень функциональной классификации, детализируют направление финансирования расходов бюджетов, как по целевым статьям, так и по целевым программам расходов бюджетов.

Функциональная классификация в части разделов и подразделов является единой и используется при составлении, утверждении и исполнении бюджетов всех уровней бюджетной системы. Целевые статьи и виды расходов данной классификации в части федерального бюджета и бюджетов государственных внебюджетных фондов утверждаются федеральными

законами о федеральном бюджете и бюджетах государственных внебюджетных фондов на соответствующий год.

*Пример.* Предоставление субвенций бюджетам субъектов Российской Федерации на оплату жилищно-коммунальных услуг отдельным категориям граждан отражается в расходах федерального бюджета:

- 1) по разделу 1100 «Межбюджетные трансферты»;
- 2) по подразделу 1102 «Фонды компенсаций»; целевой статье 519 00 00 «Фонд компенсаций»;
- 3) по виду расходов 561 «Субвенции бюджетам на оплату жилищно-коммунальных услуг отдельным категориям граждан».

*Экономическая классификация расходов* бюджетов Российской Федерации представляет собой группировку расходов бюджетов в зависимости от экономического содержания операций, осуществляемых в секторе государственного управления.

В рамках экономической классификации расходов бюджетов всех уровней выделяются три основные группы расходов: текущие, капитальные и по оказанию финансовой поддержки.

Текущие расходы направлены на финансирование деятельности государственных или муниципальных органов власти, бюджетных учреждений и организаций. Кроме того, текущие расходы отражают государственную помощь бюджетам нижестоящих уровней в форме дотаций или субвенций, а также других доходов.

Текущие расходы предназначены для финансирования текущей деятельности бюджетной организации в течение года.

Капитальные расходы обеспечивают реализацию инновационных и инвестиционных мероприятий и программ, финансирование расширенного производства, выполнение работ по капитальному ремонту средств производства.

Капитальные расходы отражают бюджетные средства на капитальные вложения в основные средства, капитальное строительство, капитальный ремонт, создание государственных запасов и резервов, приобретение земли, нематериальных активов, других объектов долгосрочного вложения средств, капитальные трансферты.

Оказание финансовой поддержки включает расходы на предоставление кредитов внутри страны либо иностранным государствам. Предоставление бюджетных средств осуществляется в нескольких формах, например, в формах ассигнований на содержание бюджетных организаций; средств на оплату товаров (услуг), выполняемых юридическими и физическими лицами по государственным контрактам; трансфертов населению; бюджетных кредитов юридическим лицам; бюджетных ссуд, дотаций, субвенций и субсидий бюджетам других уровней бюджетной системы РФ; кредитов иностранным государствам.

В состав расходов на содержание бюджетных учреждений в соответствии с Бюджетным кодексом РФ входят:

1. Оплата труда.
2. Единый социальный налог.
3. Трансферты населению.
4. Командировочные и иные компенсационные выплаты работникам.
5. Оплата товаров (услуг) по заключенным государственным и муниципальным контрактам.
6. Оплата товаров (услуг) в соответствии с утвержденными сметами, без заключения государственных муниципальных контрактов.

Группировка бюджетных расходов по их общественному назначению отражает выполняемые государством функции – экономическую, социальную, оборонную и др. В соответствии с общественным назначением все расходы бюджета могут быть подразделены на несколько крупных групп. Как правило, выделяются следующие группы расходов:

- финансирование промышленного производства;
- финансирование социально-культурных мероприятий;
- финансирование науки;
- финансирование обороны;
- содержание правоохранительных органов и органов государственной власти и управления;
- расходы по внешнеэкономической деятельности;
- создание резервных фондов;
- расходы по обслуживанию государственного долга;
- прочие расходы и выплаты.

*Ведомственная классификация расходов* федерального бюджета и расходов бюджета субъектов РФ представлена систематизированной группировкой расходов, направленных на финансирование деятельности главных распорядителей средств федерального бюджета, являющихся их прямыми получателями. Полученные средства должны расходоваться непосредственно на выполнение отдельных видов государственной деятельности.

Перечень ведомств – министерств, государственных комитетов, государственных служб, государственных надзоров и др. – устанавливается специальным федеральным законом.

Таким образом, основное предназначение бюджетных расходов заключается в непосредственном обеспечении выполнения органами публичной власти своих функций по производству, распределению и предоставлению общественных благ (услуг).

Расходы бюджета составляют стоимостную оценку предоставленных обществу благ (государственных и муниципальных услуг). Одновременно бюджетные расходы выступают важным инструментом государственного (муниципального) финансового регулирования экономики и социальной сферы, в том числе в территориальном аспекте. Через расходы бюджета органы публичной власти активно и целенаправленно воздействуют на совокупный спрос и предложение, накопление и потребление. Если налоговое регулирование влияет на эти макроэкономические параметры косвенно, то бюджетное расходное регулирование – непосредственно.

#### *Список литературы*

1. Кондраков Н.П. Бухгалтерский учёт в бюджетных организациях / Н.П. Кондраков, И.Н. Кондраков. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби; Проспект, 2007. – 76 с.
2. Маслова Т.С. Бухгалтерский учёт в бюджетных учреждениях: Учебное пособие / Т.С. Маслова; под ред. Е.А. Мизиковского. – М.: Магистр Год: 2007. – 334 с.
3. Серeda К.Н. Бухгалтерский учёт и налогообложение в бюджетных организациях: Справочник / К.Н. Серeda. – Ростов н/Д: Феникс, 2009.
4. Организация бухгалтерского учёта в бюджетных медицинских учреждениях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.klerk.ru/articles/53899>
5. Бюджетная классификация РФ как основа бюджетного бухгалтерского учета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://eclib.net/7/11.html>

**Бавуу-Сюрюн Батыр Ахметович**  
студент

**Монгуш Аина Денисовна**  
преподаватель

ФГБОУ ВПО «Тувинский государственный университет»  
г. Кызыл, Республика Тыва

## **ИСПРАВЛЕНИЯ ОШИБОК В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ**

**Аннотация:** *в настоящей статье говорится об ошибках, допущенных в бухгалтерском учете, и их последствиях. В работе рассматриваются также правила исправления ошибок.*

**Ключевые слова:** *бухгалтерский учет, ошибки, исправление ошибок.*

Правила исправления ошибок в бухгалтерском учете регламентирует Положение о бухгалтерском учете 22/2010 (Приказ Минфина от 28.06.2010 №63н). Данное положение устанавливает правила исправления ошибок и раскрытие информации об ошибках.

Большинство юридических лиц применяющих упрощенную систему налогообложения, согласно действующему НК РФ с поправками которые вступили в силу 1 января 2015 года, обязаны вести не только налоговый, но и еще в бухгалтерский учет. Это означает, что если допущена в процессе составления отчетности ошибка, то она может затрагивать сразу два таких вида учета, а потому исправлять ее нужно дважды. Существуют ошибки касающиеся только бухгалтерского учета – например, неверное отражение суммы которые не учитываются при налогообложении. Такая ошибка должна быть обязательно исправлена, так как в дальнейшем данные в бухгалтерском учете искажены и работа будет осложнена. Также как предписывают некоторые статьи по бухгалтерскому учету 2015 года, прописанные в НК РФ, в отношении предприятия, не исправившего ошибку в бухучете могут быть выдвинуты санкции и штраф. В соответствии ч. 1 п. 2 ПБУ 22/2010 неправильное отражение (неотражение) фактов хозяйственной деятельности в бухгалтерском учете и (или) бухгалтерской отчетности организации (далее – ошибка) может быть обусловлено, в частности:

1. Неправильным применением законодательства Российской Федерации о бухгалтерском учете и (или) нормативных правовых актов по бухгалтерскому учету.
2. Неправильным применением учетной политики организации.
3. Неточностями в вычислениях.
4. Неправильной классификацией или оценкой фактов хозяйственной деятельности.
5. Неправильным использованием информации, имеющейся на дату подписания бухгалтерской отчетности.
6. Недобросовестными действиями должностных лиц организации.

До конца года ошибку, допущенную в бухгалтерском учете, можно исправить при помощи корректирующей проводки в том месяце, когда была обнаружена досадная погрешность. Если при составлении итоговой годовой отчетности были обнаружены ошибки, то все исправления должны быть внесены до 31 декабря текущего года. Корректировки следует делать сторнировочными записями (если нужно убрать какие-то из сумм) либо же дополнительными проводками. А также исправления неточностей и ошибок в бухгалтерский учет за поточный год, согласно законодательству можно корректировать еще и прошлогодние ошибки. Такие ошибки исправляются уже в учете текущего года, с записью в том месяце. Такие

ошибки исправляются уже в учете текущего года, с записью в том месяце, когда были найдены ошибки. Самостоятельно справиться с исправлением ошибок в бухгалтерском учете бывает очень сложно, и последствия неточностей и упущений результат в бухгалтерском учете может быть очень плачевным. Так что чтобы избежать таких ошибок, нужно поручать эту работу настоящим специалистам по бухгалтерскому учету.

Таким образом вышеуказанных слов я считаю, что обязательному исправления подлежат не только выявленные ошибки, но и их последствия.

Также мы ознакомились с основными понятиями ПБУ 22/2010, изучили правила исправления ошибок в бухгалтерском учете и отчетности, провели анализ нововведений. Основной категорией в исследовании являлась ошибка, это неправильное отражение (неотражение) фактов хозяйственной деятельности в бухгалтерском учете и бухгалтерской отчетности, установленное нормативно-правовым актом. Существует два вида ошибок: существенные и несущественные. Существенной признается ошибка, которая в отдельности или в совокупности с другими неточностями за один и тот же отчетный период может повлиять на экономическое решение пользователей бухгалтерской отчетности.

#### **Список литературы**

1. Налоговый кодекс РФ.
2. ПБУ 22/2010 «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности», утвержденное приказом Минфина России от 28.06.10 №63н.
3. Петрова В.Ю. Новое ПБУ 22/2010 «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности» // Бухгалтерский учет. – 2010. – №10.

**Гогохия Влада Раминовна**

магистрант

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный аграрный университет»  
г. Санкт-Петербург

**Гадаборшев Магомед-Башир Бадрудинович**

магистрант

ФГБОУ ВПО «Ингушский государственный университет»  
г. Назрань, Республика Ингушетия

**Костусенко Илья Ильич**

д-р экон. наук, профессор, преподаватель

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный аграрный университет»  
г. Санкт-Петербург

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ И ИХ ХАРАКТЕРИСТИКИ**

**Аннотация:** в статье дается характеристика показателей рентабельности и их применение для оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Помимо этого, приводятся особенности применения и интерпретации того или иного показателя рентабельности, их значения в оценке положения предприятия, факторы, которые оказывают влияние на их изменение.

**Ключевые слова:** рентабельность, прибыль, выручка, экономическая эффективность, экономический эффект, финансовое положение, анализ.

Важное и существенное значение в современных экономических условиях со стороны всех коммерческих предприятий является получение

прибыли и ее максимизация. При этом получение прибыли не является целью единичной, а носит многообразный и постоянный характер, что возможно только на базе непрерывного экономического роста и развития предприятия. Помимо прочего условия рынка диктуют свои условия, и предприниматель должен знать, какую отдачу на вложенный капитал несет его бизнес.

Экономический рост предприятия невозможно оценить без обеспечения применения форм и методов хозяйствования, которые адекватны современным рыночным отношениям. Поэтому сущность функционирования предприятия и показатели результатов его деятельности в условиях рынка позволяют установить эти формы.

Финансовый анализ результатов деятельности предприятия невозможно провести без использования ряда показателей, а именно объемов производства, продаж и прибыли. Однако для формирования мнения об эффективности деятельности предприятия перечисленных показателей не достаточно, поскольку они дают возможность оценить финансовое положение организации и результаты его деятельности с позиции абсолютных характеристик. Правильная интерпретация оценки эффективности функционирования возможна с применением данных показателей во взаимосвязи с иными показателями, которые позволяют оценить вложенные в предприятие средства.

Поэтому показатели рентабельности являются темы унифицированными показателями, позволяющими оценить и охарактеризовать работу предприятия с экономической точки зрения, рассмотреть их изменения в динамике. Таким образом, анализ и оценка показателей рентабельности в настоящее время является актуальной задачей для каждого предприятия.

Финансовый анализ представляет собой расчет, оценку комплекса экономических показателей, которые позволяют оценить деятельность каждого предприятия со стороны. Поэтому основная цель финансового анализа заключается в получении необходимого количества показателей и, тем самым, оценить картину положения предприятия с экономической точки зрения, то есть прибыли и убытки, полученные компанией, уровень дебиторской и кредиторской задолженности, изменения в структуре активов и пассивов.

Важную роль в системе экономических показателей организации в вопросе оценки финансовых результатов имеет прибыль и рентабельность. Результативность функционирования любого предприятия основана на оценке производственного процесса и объема произведенных товаров (работ, услуг), продаж продукции и полученных финансовых результатов, поэтому существенность его измерения базируется на применении абсолютных и относительных показателей.

Необходимо различать понятия экономический эффект и экономическая эффективность. Под экономическим эффектом понимаются абсолютные, объемные показатели, которые позволяют дать характеристику результатов деятельности, при этом они могут быть просуммированы в пространстве и времени. Для оценки экономического эффекта могут быть использованы следующие показатели: национальный доход, внутренний региональный продукт и пр.

Экономическая эффективность представляет собой относительные показатели, которые позволяют соизмерить понесенные расходы и использованные ресурсы, которые были использованы для получения определенного эффекта. Для выражения экономической эффективности деятельности применяются коэффициенты рентабельности.



С одной стороны, коэффициенты рентабельности представляют собой частный случай показателей эффективности, когда в качестве показателя эффекта в числителе дроби берется прибыль, а в знаменателе – величина использованных ресурсов и понесенные издержки. Однако с практической точки зрения, для выполнения анализа положения предприятия не всегда производится в строгом соответствии с канонами теории, поэтому рентабельность представляет собой более широкое понятие нежели эффективности.

При росте рентабельности можно судить о положительной финансовой работе предприятия, но они не способны учесть ряд особенностей, а именно:

- показатели рентабельности могут снижаться в связи с долгосрочными инвестициями;
- рискованные проекты могут повысить показатели рентабельности предприятия, но в итоге это может быть причиной потери финансовой стабильности;
- расчет рентабельности капитала базируется на учетных оценках стоимости активов и собственного капитала, поэтому это приводит к неточности полученных результатов.

Показатели рентабельности не имеют рекомендательных значение и считается, чем выше этот показатель, тем эффективнее работает предприятие, но при этом необходимо учитывать, что привело к этому росту.

Наиболее значимыми и часто применяемыми показателями рентабельности являются следующие:

1. Рентабельность продукции, которая исчисляется как соотношение прибыли от реализации продукции к полной ее себестоимости.

Использование данного показателя будет более рационально при проведении внутрихозяйственных аналитических расчетов, контроле прибыльности или убыточности отдельных видов продукции, внедрения в производство новых товаров или снятия с производства изделий низкокэффективных.

Данный показатель позволяет оценить реальный размер прибыли, которую приносит предприятию каждый рубль понесенных затрат по ее выпуску и реализации.

2. Рентабельность продаж можно отнести к одному из наиболее эффективных показателей, который позволяет оценить единство тактических и стратегических целей деятельности компании, который рассчитывается как соотношение прибыли от реализации к выручке.

Оценка данного показателя позволяет отразить какую долю занимает себестоимость в проданной продукции, а также он является связующим звеном между операционной деятельностью и стратегическими целями предприятия.

Данный показатель может быть подвержен различным факторам, которые способны повлиять на его величину, а именно:

- рост затрат на производство и продажу продукции. В этом случае необходимо провести тщательный анализ структуры затрат в себестоимости с целью выявления причин ее роста. После чего необходимо провести оценку и мониторинг возможностей снижения этих затрат без ущерба для производства;
- снижение объемов реализации. В этом случае внимание должно быть уделено маркетинговым факторам, а также качественным характеристикам продукции. В целом рентабельность продаж позволяет затронуть практически все аспекты деятельности предприятия: производство, маркетинговую деятельность и реализацию.

3. Рентабельность активов. Данный показатель в узком смысле позволяет оценить доход или отдачу, который приходится на рубль задействованных активов. Однако поскольку его можно назвать одним из важных показателей хозяйственной деятельности, то он может быть увязан с рядом существенных сторон работы предприятия.

Для оценки эффективности использования активов предприятия применяется также показатель их оборачиваемости, то при этом рентабельность активов позволяет оценить их способность приносить прибыль и приумножать ее, то есть, другими словами, сколько прибыли приходится на каждый рубль, который был вложен в имущество организации. Рентабельность активов можно назвать индикатором общей доходности и эффективности деятельности предприятия.

Полученные результаты позволяют провести дальнейший анализ факторов, которые оказывают непосредственное влияние на рентабельность активов.

Причинами ухудшения рентабельности активов могут быть как снижение рентабельности продаж, так и замедление их оборачиваемости. В том случае, если ухудшение показателя связано со снижением объема продаж, то необходимо большее внимание уделять маркетингу и ассортиментной политике, пересмотреть систему ценообразования.

Для увеличения скорости оборачиваемости можно уменьшить оборотные средства или постоянные активы. С этой целью можно предпринять ряд мероприятий:

- продать или списать неиспользуемое или неэффективное оборудование, уменьшить объемы непроизводственных активов;
- снизить запасы сырья и материалов, готовую продукцию и незавершенное производство;
- уменьшить дебиторскую задолженность.

4. Рентабельность капитала позволяет охарактеризовать деятельность предприятия с позиции его акционеров (собственников), дать оценку эффективности использования собственного капитала. Экономический смысл этого показателя заключается в оценке суммы прибыли, приходящейся на единицу собственного капитала предприятия.

Изменение данного показателя может быть обусловлено рядом факторов:

- рост или падение котировок акций предприятия на бирже, но с учетом того, что учетная цена акции не всегда может быть соотнесена с их рыночной ценой;
- изменением курсов валют.

Поэтому высокое значение данного показателя не всегда позволяет судить о высокой отдаче инвестируемого капитала в предприятие.

Не менее важным показателем является рентабельность инвестируемого капитала, которая позволяет оценить эффективность использования капитала, который был вложен в данное предприятие на длительный срок.

5. Рентабельность производственной деятельности – показатель, который рассчитывается как соотношение прибыли от реализации или чистой прибыли к сумме понесенных затрат по произведенной или реализованной продукции. Расчет данного показателя может вестись как в целом по предприятию, так и отдельно по видам продукции или сегментам деятельности организации. Он позволяет оценить сколько прибыли имеет предприятие с каждого вложенного в производство и реализацию рубля затрат.

Показатель рентабельности производственной деятельности в значительной степени дублирует коэффициент рентабельности продаж, т. е. снижение значения показателя также свидетельствует о росте затрат

на производство реализуемой продукции или о снижении цен на нее, с той лишь разницей, что рентабельность производственной деятельности более наглядно показывает влияние роста или снижения затрат на производство.

На основании вышеизложенного можно отметить, что показатели рентабельности занимают важную роль в системе экономических показателей организации, а также позволяют оценить эффективность хозяйственной деятельности каждой организации, определить доходность того или иного направления работы и окупаемость понесенных затрат. Необходимо понимать и верно оценивать прибыль и рентабельность предприятия, поскольку для одних предприятий полученных доход может быть огромным, а для других незначительным. Поэтому важным аспектом при расчете показателей рентабельности являются критерии ее оценки с учетом величины предприятия. Важно также брать для сравнения показатели рентабельности за последние три-пять отчетных периодов и вести сравнение по нескольким показателям одновременно. Именно это позволит эффективно, а главное более точно определить финансовый результат деятельности предприятия, дать оценку его в динамике и разработать пути для увеличения положения организации.

#### **Список литературы**

1. Бузырев В.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / В.В. Бузырев. – М.: Кнорус, 2010. – 332 с.
2. Колпина Л.Г. Финансы предприятий / Л.Г. Колпина, Т.Н. Кондратьева, А.А. Лапко. – 2-е изд., дораб. и доп. – М.: ВШ, 2012. – 336 с.
3. Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности / Л.И. Кравченко. – 8-е изд., испр. и доп. – М.: Новое знание, 2012. – 512 с.
4. Чуев И.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / И.Н. Чуев, Л.Н. Чуева. – М.: Дашков и К°, 2009. – 368 с.

**Рычкова Наталья Сергеевна**

канд. экон. наук, генеральный директор  
ООО «Судебная экспертиза и Аудит»  
г. Новосибирск, Новосибирская область

## **ИСПРАВЛЕНИЕ ОШИБОК В АУДИТЕ**

**Аннотация:** в статье определено понятие «аудиторская ошибка», обозначены виды аудиторских ошибок, сформулированы условия признания ошибок в аудите, предложены основные мероприятия по исправлению ошибок в аудите.

**Ключевые слова:** аудиторские ошибки, существенность, исправление аудиторских ошибок.

Вопрос исправления ошибок, допускаемых аудиторами в процессе своей профессиональной деятельности, не отражен ни в законодательстве, ни в теории аудита.

Ошибка как «неправильность в действиях, мыслях» [3, с. 478] имеет глубокую причинную природу, заложенную различиями в восприятии окружающего мира.

Аудит как *деятельность, фактически направленная на поиск истины*, формирует информационный базис для принятия управленческих решений. В условиях тотального субъективизма аудиторского мнения профес-

сиональное суждение выступает как одна из причин ошибок в аудиторской деятельности.

Под *ошибками в аудите (аудиторскими ошибками)* понимается количественно оцененные действия (бездействие) аудитора при выполнении аудиторского задания, не совпадающие с требованиями стандартов и законов аудита, а также общепринятой аудиторской практикой.

Аудиторская ошибка есть реализованный аудиторский риск. В нормативных актах определение понятия и элементов аудиторского риска представлены в [6]. Изучение связи между аудиторским риском и аудиторской ошибкой требует отдельного исследования и будет рассмотрено в последующих работах автора.

Целью статьи является формирование механизма исправления ошибок в аудиторской деятельности.

Для достижения цели поставлены следующие задачи: определить виды аудиторских ошибок; сформулировать условия признания ошибок в аудите; определить влияние аудиторских ошибок на убытки, которые могут возникнуть у пользователей аудиторского заключения; предложить и обосновать основные мероприятия по исправлению ошибок в аудите.

Представляется возможным деление аудиторских ошибок на следующие виды:

- по влиянию на возможность возникновения убытков у пользователей аудиторского заключения: существенные и несущественные ошибки. Существенные аудиторские ошибки способны влиять на производство выводов и принятие решений пользователями аудиторского заключения; несущественные ошибки, в свою очередь, влияние на мнение заинтересованных в результатах аудита лиц не оказывают. Очевидно, что существенность аудиторской ошибки должна основываться на количественной оценке определяемых в свете требований статьи 15 ГК РФ убытков пользователей аудиторского заключения;

- по частоте возникновения: единичные и повторяющиеся ошибки;

- логические ошибки. Согласно Новой философской энциклопедии логические ошибки – это ошибки, связанные с нарушением логической правильности рассуждений: утверждается истинность ложных суждений (либо ложность истинных суждений), или логически неправильные рассуждения рассматриваются как правильные (либо логически правильные рассуждения – как неправильные), или недоказанные суждения принимаются за доказанные (либо доказанные – за недоказанные) [2]. Логические аудиторские ошибки тесно связаны с профессиональным суждением аудитора;

- технические, технологические и методические ошибки. Указанные виды аудиторских ошибок обусловлены непроработанностью существующих методик аудита, отсутствием единых унифицированных форм рабочих документов аудитора;

- аудиторские ошибки вследствие введения в заблуждение аудируемым лицом либо третьими лицами.

Условиями признания действий (бездействия) аудитора в качестве аудиторской ошибки служат:

- а) наличие стандартов и законов аудита, внутренних правил работы аудиторских организаций, а также устойчивой аудиторской практики по вопросам, не обозначенным в законодательных и нормативных актах, регулирующих аудит;

- б) документальная фиксация действий (бездействия) аудитора в рамках одного аудиторского задания;

- в) возможность количественной оценки действий (бездействия) аудитора.

В 2013 году саморегулируемая организация аудиторов и аудиторских организаций некоммерческое партнерство «Московская аудиторская палата» (далее – СРО НП «МоАП») на своем сайте опубликовала типичные нарушения, выявленные в ходе внешнего контроля качества работы членов СРО НП «МоАП». В частности, при проверке соблюдения аудиторскими организациями (индивидуальными аудиторами) правил внутреннего контроля качества работы и эффективности организации внутреннего контроля качества работы внешними контролерами СРО НП «МоАП» выявлены следующие нарушения: в аудиторском заключении не указан период, за который составлена отчетность; аудиторское заключение в отношении бухгалтерской (финансовой) отчетности общественно значимого хозяйствующего субъекта подписано лицом, не имеющим единый аттестат аудитора; в аудиторском заключении дата аудиторского заключения указана ранее даты подписания бухгалтерской (финансовой) отчетности; мнение аудитора отражено в неустановленной (неправильной, неполной) формулировке; немодифицированное мнение выражено при одновременном указании на ограничение объема (неучастие в инвентаризации и т. п.); аудиторское заключение выдано по утратившему силу или не вступившему в силу стандарту и пр.

Анализ указанных нарушений показал, что аудиторы допускают как существенные, так и несущественные ошибки.

Наличие в работе аудиторских организаций существенных аудиторских ошибок свидетельствует о низкой квалификации сотрудников, а также об отсутствии социальной ответственности некоторых аудиторов перед пользователями аудиторского заключения, общества в целом.

При обнаружении существенных аудиторских ошибок, т.е. ошибок, которые могут нанести ущерб пользователям аудиторского заключения, до пользователей аудиторского заключения должна быть письменно доведена информация о наличии существенных аудиторских ошибок, которые повлияли на мнение аудитора о достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица. Кроме того, к аудиторам, должны быть применены меры дисциплинарного воздействия, предусмотренные СРО (например, штрафы, исключение из членов СРО).

*Несущественные аудиторские ошибки*, такие как неправильное наименование аудиторского заключения, наличие в аудиторском заключении дополнительной информации, не предусмотренной федеральными стандартами аудиторской деятельности (например, наличие лицензии ФСБ, указание ученой степени аудитора) *подлежат исправлению*.

Мероприятия по исправлению аудиторских ошибок зависят от того, на каком этапе выполнения аудиторского задания выявлены аудиторские ошибки.

В теории аудита [1, с. 161–243] определены такие этапы аудиторской проверки, как предварительный этап аудита, планирование аудита, проведение аудита, завершающий этап аудита.

Ключевым моментом в определении процедур по исправлению аудиторских ошибок является завершающий этап аудита, а именно дата представления аудиторского заключения пользователям.

В случае выявления аудиторской ошибки до даты представления аудиторского заключения адресату аудитор должен определить ее размер, характер, влияние на мнение о достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица, провести процедуры, позволяющие исключить влияние аудиторской ошибки на мнение аудитора, внести соответствующие исправления (корректировки) в рабочие документы.

В случае выявления аудиторской ошибки после выдачи аудиторского заключения аудитор должен также определить ее размер, характер, влияние на мнение о достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица, и сообщить пользователям аудиторского заключения

об аудиторских ошибках, содержащихся в аудиторском заключении, путем направления соответствующей информации (пояснений), например, в Центральный банк РФ, налоговый орган, орган статистики, СРО аудиторов и аудиторских организации и т. д., а также разместить информацию о допущении аудиторской ошибки в аудиторском заключении на сайте аудиторской организации, выдавшей данное заключение. Необходимость в дисциплинарных мерах в отношении аудиторов, совершивших существенную аудиторскую ошибку, отсутствует.

«Отзыв аудиторского заключения» [4] как способ исправления аудиторских ошибок недопустим, поскольку нарушает принципы аудита и само содержание аудиторской деятельности.

Закрепление в нормативных актах механизма исправления аудиторских ошибок позволит частично решить проблему унификации подхода к проведению аудита и формированию аудиторского мнения.

#### **Список литературы**

1. Аудит: Учеб. пособие / С.М. Бычкова, Е.Ю. Итыгилова; Под ред. Я.В. Соколова. – М.: Магистр, 2009. – 463 с.
2. Новая философская энциклопедия: в 4 т. / Ин-т философии РАН; Нац. обществ.-науч. фонд; Предс. научно-ред. совета В.С. Степин. – М.: Мысль, 2000–2001
3. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская А.Н.; российский фонд культуры; – 2-е изд., испр. и доп. – М.: АЗЪ, 1995. – 928 с.
4. Плешанова Ольга, Хвостик Евгений, Дементьева Светлана, Моисеев Игорь «Девять лет заключений. «ПрайсвотерхаусКуперс Аудит» отзывала аудиторские заключения по отчетности ЮКОСа за 1996–2004 годы» (<http://www.kommersant.ru/doc/777543> (дата обращения: 29.11.2015).
5. Гражданский кодекс РФ. – Часть 1.
6. Правило (стандарт) аудиторской деятельности №8 «Понимание деятельности аудируемого лица, среды, в которой она осуществляется, и оценка рисков существенного искажения аудируемой финансовой (бухгалтерской) отчетности»
7. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-auditchamber.ru/eqa/narusheniya/>

**Савинкова Татьяна Александровна**

канд. пед. наук, доцент  
ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный  
технический университет им. Г.И. Носова»  
г. Магнитогорск, Челябинская область

## **РАСЧЕТ ЕДИНОГО НАЛОГА НА СПЕЦИАЛЬНЫХ РЕЖИМАХ С УЧЕТОМ СТРАХОВЫХ ВЗНОСОВ**

**Аннотация:** в статье поднимается тема исчисления единого налога предпринимателями с возможностью уменьшения на суммы, уплаченные во внебюджетные фонды за себя и своих работников, что актуально для каждого индивидуального предпринимателя. В работе приведен пример организации учета таких затрат, если количество работников в течение года изменяется.

**Ключевые слова:** налогообложение, предприниматели, специальные режимы, взносы, внебюджетные фонды.

С 2013 г. у организаций и предпринимателей, находящихся на специальных режимах ЕНВД и УСН с объектом «доходы», появилась возмож-

ность уменьшать расчетную сумму налога на обязательные страховые взносы в ПФР, ФФОМС и ФСС. Для ИП возможность уменьшения налога на уплаченные взносы за себя напрямую привязаны к наличию или отсутствию работников. Несмотря на четкие правила, прописанные в Налоговом кодексе, на практике уменьшение налогов на страховые взносы вызывает затруднение, особенно если в течение года работники то были, то их не было.

Рассмотрим статьи налогового кодекса 346.21 и 346.32, отражающие эти аспекты.

Так, согласно ст. 346.21 п. 3.1. Налогоплательщики, выбравшие в качестве объекта налогообложения доходы, уменьшают сумму налога (авансовых платежей по налогу), исчисленную за налоговый (отчетный) период, на сумму:

1) страховых взносов, уплаченных (в пределах исчисленных сумм) в данном налоговом (отчетном) периоде в соответствии с законодательством Российской Федерации;

2) расходов по выплате в соответствии с законодательством Российской Федерации пособия по временной нетрудоспособности (за исключением несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний) за дни временной нетрудоспособности работника, которые оплачиваются за счет средств работодателя;

3) платежей (взносов) по договорам добровольного личного страхования (редко используемый вид расходов, поэтому мы его опустим в дальнейшем) [1].

Если рассматривать специальный режим ЕНВД, то в ст. 346.32 п. 2 Налогового кодекса отражено, что сумма единого налога, исчисленная за налоговый период, уменьшается на сумму:

1) страховых взносов, уплаченных (в пределах исчисленных сумм) в данном налоговом периоде при выплате налогоплательщиком вознаграждений работникам;

2) расходов по выплате в соответствии с законодательством Российской Федерации пособия по временной нетрудоспособности (за исключением несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний) за дни временной нетрудоспособности работника, которые оплачиваются за счет средств работодателя;

3) платежей (взносов) по договорам добровольного личного страхования [2].

Указанные в п. 2 настоящей статьи страховые платежи (взносы) и пособия уменьшают сумму единого налога, исчисленную за налоговый период, в случае их уплаты в пользу работников, занятых в тех сферах деятельности налогоплательщика, по которым уплачивается единый налог.

При этом сумма единого налога не может быть уменьшена на сумму указанных в настоящем пункте расходов более чем на 50 процентов.

Индивидуальные предприниматели, не производящие выплаты и иные вознаграждения физическим лицам, уменьшают сумму единого налога на уплаченные страховые взносы фиксированном размере.

При этом сумма налога (авансовых платежей по налогу) не может быть уменьшена на сумму указанных в настоящем пункте расходов более чем на 50 процентов.

Индивидуальные предприниматели, выбравшие в качестве объекта налогообложения доходы и не производящие выплаты и иные вознаграждения физическим лицам, уменьшают сумму налога (авансовых платежей по налогу) на уплаченные страховые взносы в фиксированном размере.

То есть, налоговый режим УСН с объектом «доходы» позволяет ИП уменьшить сумму рассчитанного единого налога или авансового платежа (6% от доходов) на начисленные и уплаченные страховые взносы:

– ИП с работниками – за себя и работников с ограничением 50% (включая пособия по нетрудоспособности за счет работодателя);

– ИП без работников – за себя без ограничений.

Налоговый режим ЕНВД позволяет ИП уменьшить сумму рассчитанного единого налога на начисленные и уплаченные страховые взносы:

– ИП с работниками – за работников с ограничением 50% (включая пособия по нетрудоспособности за счет работодателя);

– ИП без работников – за себя без ограничений.

Таким образом, наличие или отсутствие работников напрямую влияет на то, сколько налога необходимо заплатить. Но, нередко бывают ситуации, когда количество работников в течение года изменяется. Рассмотрим влияние таких изменений на сумму единого налога, уплачиваемого ИП.

Рассмотрим уменьшение единого налога и страховые взносы при УСН.

Например, ИП ведет свою деятельность на УСН с объектом «доходы». За 1 квартал выручка составила 230 000 руб. Наемных работников не было. Индивидуальный предприниматель заплатил за себя страховых взносов 8 200 руб. Авансовый платеж по единому налогу составит  $230\,000 \cdot 6\% = 13\,800$  руб.

Рассчитанную величину можно уменьшить на уплаченные взносы:

$13\,800 - 8\,200 = 5\,600$  руб. – авансовый платеж по налогу к уплате.

Предположим во втором квартале ИП нанял сотрудника. На выплаты сотруднику было начислено и уплачено 10 000 руб. страховых взносов. Пособия не выплачивались. Кроме того, ИП заплатил страховые взносы и за себя в размере 8 200 руб.

Выручка за 2 квартал составила 240 000 руб. Авансовый платеж по единому налогу за полугодие:  $(230\,000 + 240\,000) \cdot 6\% = 28\,200$  руб. Можно его уменьшить на начисленные и уплаченные взносы:  $8\,200 + 10\,000 + 8\,200 = 26\,400$  руб. но не более чем на 50%. Получается, что уменьшить мы можем не более чем на 14 100 руб. (50% от 28 200 руб.) В первом квартале ИП заплатил 5600 руб., поэтому нужно доплатить еще 8 500 руб. по итогам полугодия.

Пусть в третьем квартале сотрудника у ИП уже не было. За себя он еще заплатил взносов в сумме 8200 руб.

Выручка за 3 квартал составила 200 000 руб. Рассчитаем авансовый платеж за 9 месяцев:  $(230\,000 + 240\,000 + 200\,000) \cdot 6\% = 40\,200$  руб. Несмотря на то, что в третьем квартале работника уже не было, в отчетном периоде, то есть, за девять месяцев, работник у предпринимателя был, выплаты ему были.

Поэтому уменьшение авансового платежа возможно с ограничением 50%. Начислено и уплачено взносов за себя и работника:  $8\,200 + 10\,000 + 8\,200 + 8\,200 = 34\,600$  руб. Авансовый платеж можем уменьшить не более чем на 20 100 руб. (50% от 40 200 руб.) За прошлые отчетные периоды уже заплатили 14 100 руб. По итогам 9 месяцев нужно доплатить 6000 руб. Налог по итогам года считается аналогично.

На специальном режиме Единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности, в отличие от упрощенной системы налоговым периодом является квартал. Сумма налога к уплате считается не нарастающим итогом с начала года, а отдельно по каждому кварталу.

В этом случае расчет будет другим.

Например, у ИП в первом квартале был наемный сотрудник, а во втором квартале – не было. Пусть вмененный доход ИП составляет 85 000 руб. в квартал. За первый квартал ИП начислил и заплатил страховых взносов за себя 6 000 руб., за работника – 7 500 руб. Пособия за счет собственных средств работодателя не выплачивались.

Во втором квартале ИП заплатил только взносы за себя 6 000 руб. Единый налог за первый квартал составит:  $85\,000 \cdot 15\% = 12\,750$  руб. Налог можно уменьшить не более чем на 50% и только на взносы за работника.



Сумма налога к доплате составит 6 375 руб. Единый налог за второй квартал составит  $85\,000 \cdot 15\% = 12\,750$  руб. Работников в налоговом периоде уже не было, поэтому налог можно уменьшить без ограничений на взносы за себя, уплаченные во втором квартале:  $12\,750 - 6\,000 = 6\,700$  руб. к доплате.

Если рассматривать такой специальный режим, как патентная система налогообложения, то стоимость патента нельзя уменьшить на уплаченные страховые взносы в Пенсионный фонд Российской Федерации и Федеральный фонд обязательного медицинского страхования в размере, определяемом исходя из стоимости страхового года [3, с. 451].

#### **Список литературы**

1. Налоговый кодекс РФ (НК РФ) часть 2 от 05.08.2000 №117-ФЗ с изменениями и дополнениями: гл. 26.2. Упрощенная система налогообложения (ведена Федеральным законом от 24.07.2002 №104-ФЗ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
2. Налоговый кодекс РФ (НК РФ) часть 2 от 05.08.2000 №117-ФЗ с изменениями и дополнениями: гл. 26.3. Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности (введена Федеральным законом от 24.07.2002 №104-ФЗ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>
3. Савинкова Т.А. Особенности применения патентной системы налогообложения [Текст] / Т.А. Савинкова // Приоритетные направления развития науки и образования: Материалы V Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 12 июня 2015 г.) / Редкол.: О.Н. Шириков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. – С. 450–452.

**Шалободинская Вероника Николаевна**  
магистрант

**Бадмаева Дина Гамбоевна**  
канд. экон. наук, доцент, преподаватель  
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный  
аграрный университет»  
г. Санкт-Петербург

## **ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ И ЕЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

**Аннотация:** в статье анализируются основные подходы к определению финансовой устойчивости, основные ее характеристики на современном этапе, а также рассмотрены основные пути улучшения финансового состояния компании. Анализ финансовой устойчивости – это неотъемлемая часть анализа финансового состояния фирмы. От типа финансовой устойчивости зависит долгосрочная платежеспособность предприятия. Современные проблемы анализа финансовой устойчивости обуславливаются некоторыми особенностями бухгалтерской отчетности, различиями в подходах к понятию «капитал», противоречием в интересах менеджеров компаний, кредиторов и собственников, которые также оказывают существенное влияние на интерпретацию показателей.

**Ключевые слова:** финансовая устойчивость, собственные оборотные средства, классификация финансовой устойчивости, показатели финансовой устойчивости, типы финансовой устойчивости.

В рыночных условиях, характеризующихся возрастающей конкуренцией, залогом выживания и стабильного функционирования фирмы является ее финансовая устойчивость. Благодаря ей обеспечивается свободное маневрирование денежными средствами, а также бесперебойный процесс

производства и сбыта товаров. Это, можно сказать, такое состояние финансовых ресурсов фирмы, которое обеспечивает развитие, на основе роста капитала и прибыли, при сохранении кредитоспособности и платежеспособности, в условиях приемлемого уровня риска.

У понятия «финансовая устойчивость» есть множество различных толкований. Данный показатель в экономических словарях характеризуется как «стабильность финансового положения, которая выражается в сбалансированности финансов, достаточной ликвидности активов и наличии необходимых резервов». Несмотря на многообразие определений финансовой устойчивости, ее смысл везде практически один и тот же.

Преимущество финансовой устойчивости для организации состоит в том, что, у нее появляется весомое преимущество в получении кредитов, привлечении инвестиций и квалифицированных кадров, в выборе более привлекательных поставщиков. Кроме того, финансово устойчивая фирма не конфликтует с обществом и государственными органами, поскольку, как правило, своевременно платит налоги и взносы, заработную плату работникам, собственникам – дивиденды, а кредитным учреждениям – обеспечивает своевременный возврат ссуд. Стоит также подчеркнуть, что чем устойчивее фирма в финансовом плане, тем меньше она будет зависеть от неожиданных колебаний экономической конъюнктуры, что, в свою очередь, значительно уменьшает риск банкротства.

В целом же, финансовая устойчивость фирмы определяется самыми различными факторами, среди которых ключевыми могут являться: положение фирмы на рынке, спрос на ее продукцию, деловая репутация (гудвилл), степень зависимости компании от инвесторов и кредиторов, надежность поставщиков и покупателей, рентабельность текущей, финансовой и инвестиционной деятельности и т. д.

Для эффективного управления фирмой и контроля ее финансового состояния, следует периодически осуществлять финансовый анализ. Основной задачей анализа финансовой устойчивости, как неотъемлемого компонента анализа финансово-хозяйственной деятельности, является оценка степени независимости фирмы от заемных источников. Проводится этот анализ по данным бухгалтерского баланса, для того, чтобы получить ответы на следующие вопросы:

- является ли предприятие финансово независимым;
- какой характер степени финансовой независимости;
- соответствует ли состояние пассивов целям и задачам финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Для показателя финансовой устойчивости важное значение имеют состав и структура источников финансирования деятельности предприятия. Основные показатели финансовой устойчивости рассчитываются на основе пассива баланса, а точнее, на базе величины собственного капитала. Известно, что основным источником пополнения собственного капитала фирмы выступает ее чистая прибыль. Следовательно, прослеживается тесная связь между показателями устойчивости и показателями прибыли.

Финансовая устойчивость фирмы – следствие сбалансированности финансовых потоков. Она свидетельствует о наличии необходимых ресурсов для обеспечения полноценного и бесперебойного функционирования предприятия на протяжении определенного промежутка времени. Финансовую устойчивость можно также считать показателем платежеспособности в долгосрочном периоде.

Сделаем краткий обзор основных показателей финансовой устойчивости фирмы. Их традиционно делят на две группы: абсолютные и относительные.

Абсолютные показатели включают сумму собственных оборотных средств (СОС), чистого оборотного капитала (ЧОК), а также нормальных источников формирования запасов.

Собственные оборотные средства – это та часть оборотных активов, которая финансируется за счет долгосрочных и собственных источников.

Чистый оборотный капитал – это та часть собственного капитала и долгосрочных источников, которая направляется на финансирование текущей деятельности (вкладывается в оборотные активы). Арифметически, эти два показателя являются одной и той же величиной с двух точек зрения: актива и пассива баланса:

*СОС = Оборотные активы – Краткосрочные обязательства*

*ЧОК = Собственный капитал + Долгосрочные обязательства – Внеоборотные активы*

Рассматривая источники формирования запасов, менеджеры обычно исходят из того, что в первую очередь внеоборотные активы финансируются за счет долгосрочных и собственных источников. Например, будет с точки зрения финансовой устойчивости предприятия нецелесообразно посредством кредита сроком на 6 месяцев приобретать станок, который амортизируется целых 10 лет. Подобная не состыковка сроков возврата инвестированных средств и сроков выполнения обязательств служит в перспективе причиной утраты платежеспособности.

Оборотные активы также, в свою очередь необходимо классифицировать по степени ликвидности и оборачиваемости. Обычно низколиквидные оборотные активы (запасы) должны обеспечиваться собственными источниками финансирования (СОС).

Целесообразно иметь в наличии такой объем собственных оборотных средств, который по крайней мере, обеспечил бы финансирование незавершенного производства и текущих запасов. В данном случае можно обеспечить бесперебойный производственный процесс, не прибегая к внешней финансовой поддержке. Основные источники формирования запасов: СОС, краткосрочные заемные ресурсы, кредиторская задолженность поставщикам и т. д.

Можно выделить следующие 4 основных типа финансовой устойчивости:

– *абсолютная* – все запасы финансируются за счет собственных оборотных средств (*Запасы < СОС*);

– *нормальная* – в финансировании запасов задействованы краткосрочные заемные ресурсы, а также краткосрочная кредиторская задолженность поставщикам (*СОС < Запасы < Источники формирования запасов*);

– *неустойчивое положение*. В данном случае нормальных источников финансирования недостаточно для формирования запасов. Предприятию для финансирования запасов приходится прибегать к нарушению обязательств по оплате труда, отчислениям в бюджет, страховым взносам и т. д.);

– *кризисное положение* – когда факторы, описанные в предыдущем пункте, дополняются хронической убыточностью и просроченной задолженностью.

Таким образом, в современных условиях финансово устойчивым считается такое предприятие, в котором запасы и внеоборотные активы покрываются за счет собственного капитала, а также краткосрочных и долгосрочных заемных ресурсов. При этом наиболее ликвидных денежных средств хватает для погашения кредиторской задолженности.

Помимо абсолютных показателей финансовой устойчивости, есть также относительные, к которым следует отнести коэффициенты, харак-

теризующие финансовую структуру капитала фирмы. Ими в первую очередь, являются:

- коэффициент автономии, который характеризует долю СОС в общей структуре источников финансирования;
- коэффициент соотношения заемных и собственных средств (который еще именуют плечом финансового рычага). Он показывает величину заемного капитала в расчете на 1 рубль собственного капитала;
- коэффициент мобильности (маневренности) собственного капитала, который показывает долю собственного капитала, направленного на финансирование текущей деятельности фирмы:  $K_m = \text{СОС} / \text{СК}$ ;
- коэффициент обеспеченности СОС – показывает долю оборотных средств, финансируемых за счет долгосрочных и собственных источников:  $K_{\text{сос}} = \text{СОС} / \text{оборотные активы}$ .

Относительные показатели финансовой устойчивости (коэффициенты) можно рассматривать как инструменты поиска «проблемных зон» в балансе фирмы. Так, к примеру, высокая доля обязательств вызывает необходимость анализа структуры собственного и заемного капитала, анализа движения денежных потоков с точки зрения генерирования достаточных средств для погашения долгов и т. д.

Расчет типа финансовой устойчивости необходим для того, чтобы определить имеет ли место у фирмы недостаток собственных и привлеченных источников средств для формирования запасов. Если обнаружен этот недостаток, то предприятие будет отнесено к 4 типу финансовой устойчивости – «кризисное финансовое состояние».

Если доля участия собственного капитала при формировании активов низка, то, доля участия заемных средств будет высокой. Если же удельный вес заемных ресурсов в источниках превышает норматив, то это является негативной тенденцией, которая свидетельствует о значительной зависимости фирмы от заемных источников, а также об общем кризисном состоянии финансовой устойчивости фирмы.

Если констатируется снижение финансовых результатов фирмы в текущем периоде по сравнению с прошлым, то это, несомненно, негативная тенденция, которая свидетельствует о недостаточной эффективности финансово-хозяйственной деятельности данного предприятия.

Способствуют восстановлению финансовой устойчивости следующие мероприятия:

- обоснованное снижение затрат (отсечение нецелесообразных, достижение экономии и т. д.), а также суммы запасов;
- ускорение оборачиваемости капитала;
- предпочтение собственных источников пополнения оборотных средств по отношению к заемным и т. д.

Если возникает риск банкротства, то менеджменту фирмы необходимо постараться трансформировать низколиквидные активы в денежные средства или же погасить с их помощью краткосрочные обязательства. Полезно также исправно вести платежный календарь, реструктуризировать краткосрочную задолженность в долгосрочную, выпустить корпоративные облигации под приемлемые условия, повысить качество управления дебиторской задолженностью, повысить экономию затрат, уменьшить финансовые потребности и инвестиции и т. п.

Эффективное управление финансовой устойчивостью должно обеспечить:

- стабильную прибыль;
- эффективное управление денежными потоками, бесперебойное производство и реализацию продукции;

– приемлемый уровень риска при формировании структуры капитала. Стоит напоследок отметить, что не существует какого-либо универсального рецепта для всех фирм по укреплению и восстановлению финансовой устойчивости. Проблемы в основном состоят в противоречиях между целями предприятия, наличием и составом средств их достижения, объемом ресурсов. Основой успеха является наличие стратегических целей и владение методологией финансового анализа.

#### **Список литературы**

1. Лиференко Г.Н. Финансовый анализ предприятия: Учебное пособие. – М.: Экзамен, 2013. – 160 с.
2. Экономический анализ: теория и практика: Учебное пособие / М.Я. Погорелова. – М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 290 с.
3. Экономический анализ: учебник / Ю.Г. ИONOва, И.В. Косорукова, А.А. Кешокова [и др.]; под общ. ред. И.В. Косоруковой. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2012. – 432 с.
4. Библиотека управления [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru>

**Шорникова Светлана Сергеевна**

бухгалтер

Центр корпоративного учета  
и отчетности «Желдоручет» (филиал) ОАО «РЖД»  
г. Саранск, Республика Мордовия

## **УЧЁТ И КОНТРОЛЬ ЗАТРАТ РЕМОНТНЫХ ХОЗЯЙСТВ В УСЛОВИЯХ РЕСУРСОБЕРЕЖЕНИЯ**

**Аннотация:** *учёт и контроль затрат ремонтных хозяйств обретает особую значимость в условиях ресурсосбережения: рационализация и оптимизация затрат позволяет последовательно минимизировать все виды издержек и, следовательно, получить некоторое конкурентное рыночное преимущество.*

**Ключевые слова:** *контроль, МСФО, учёт затрат, ресурсосбережение.*

Учёт и контроль затрат отечественных ремонтных хозяйств в условиях ресурсосбережения может и должен быть налажен в контексте практики МСФО. МСФО – целостная система, которая позволяет объективно и комплексно осуществлять ведение статистик и в контексте бухгалтерской отчетности.

Вместе с тем, неизбежным – вызванным требованиями времени – представляется необходимость использования методологии МСФО в разрезе средних и мелких предприятий ремонтного хозяйства: данный сегмент характеризуется не только устойчивым спросом, но и трендами расширения объемов деятельности.

Укажем системы учета затрат, которые используются в МСФО: МСФО «Запасы», МСФО «Представление финансовой отчётности», МСФО «Основные средства», МСФО (IAS 19) «Вознаграждения работникам», МСФО (IAS 23) «Затраты по займам».

Обратимся к ниже следующей таблице.

Таблица 1

Дифференциация систем МСФО в контексте учета и контроля затрат ремонтных хозяйств в условиях ресурсосбережения

Название системы	Особенности	Преимущества	Недостатки	Сфера исполнения
МСФО «Запасы»	Постоянные накладные производственные расходы включаются в себестоимость продукции пропорционально прогнозируемому объему производства продукции при работе в нормальных условиях.	Имеет место четкая и однозначная логика включения затрат.	Не всегда легко дифференцировать категории затрат по срокам и прочим характеристикам.	Предприятия всех форм собственности и направлений деятельности.
МСФО «Представление финансовой отчетности».	Позволяет осуществить комплексное составление консолидированной отчетности, что особенно важно и эффективно в ситуации, когда данный субъект хозяйствования является составной частью некоторого холдинга, группы компаний.	Является наиболее целостной, комплексной.	Имеют место трудности изначальной трансформации данных.	Предприятия всех форм собственности и направлений деятельности.
МСФО «Основные средства»	Позволяет учитывать состав и динамику объектов основных средств.	Имеют место трудности дифференциации категорий объектов основных средств.	Имеют место трудности изначальной трансформации данных.	Предприятия всех форм собственности и направлений деятельности
МСФО (IAS 19) «Вознаграждения работникам»	Позволяет проследить динамику показателей затрат на оплату труда.	Не всегда возможна «прозрачная» дифференциация по категориям.	Имеют место трудности изначальной трансформации данных.	Предприятия всех форм собственности и направлений деятельности
МСФО (IAS 23) «Затраты по займам»	Способствует наиболее комплексной дифференциации затрат по займам.	Имеет место множественность признаков дифференциации.	Имеют место трудности изначальной трансформации данных.	Предприятия всех форм собственности и направлений деятельности

Какая из систем лучше и почему?

Думается, что таковой может быть названа наиболее общая категория «Представление финансовой отчётности». Наиболее востребованным – основанным на комплексном системном анализе всех категорий издержек ремонтного хозяйства – является метод «расходы – обнова продаж – прибыль», суть которого заключается в оптимизации прибыли и уровня затрат

Мотивация ее использования детерминирована тем, что, как считается, минимизируются возможности злоупотребления.

Обобщая, отметим, что процесс оптимизации структуры затрат ремонтного хозяйства основывается на комплексе методов оценок данной структуры как таковой.

Определяя специфику учёта и контроля затрат ремонтных хозяйств в условиях ресурсосбережения, отметим следующие принципиальной значимости – и применимые к субъекту хозяйствования любой формы собственности и вида деятельности – аспекты.

Во-первых, субъекту хозяйствования гораздо проще определить собственные издержки, нежели чем определить чувствительность потенциальных покупателей к цене.

Во-вторых, если все субъекты хозяйствования той или иной отрасли используют методы оценок издержек, что приводит к тому, что их ценовое предложение становится фактически равновеликим и одинаковым, что, в свою очередь, инспирирует снижение ценовой конкуренции, а, следовательно, становится фактором в конкурентной борьбе.

В-третьих, многие продавцы и покупатели придерживаются мнения, что использование методов установления цены на основе издержек обнаруживается методом максимально «справедливым» и не позволяет удовлетворять интересы одной стороны за счет другой.

Современная практика оптимизации затрат и управления расходами ремонтного хозяйства детерминирована процессом бюджетирования, который представляет собой комплексное использование управленческого

Подводя некоторый общий итог, отмечу следующее.

МСФО позволяет осуществить комплексное составление консолидированной отчетности, что особенно важно и эффективно в ситуации, когда данный субъект хозяйствования – то или иное ремонтное хозяйство – является составной частью некоторого холдинга, группы компаний.

#### *Список литературы*

1. Первое применение МСФО. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 448 с.
2. Колесник Н.Ф. Современные методы учета затрат на производство // Контентус.- 2014. – №9 (26). – С. 46–51.
3. Колесник Н.Ф. Контроль расходов ресурсов в системе нормативного учета затрат // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2013. – №1. – С. 263–268.

## МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ЭКОНОМИКЕ

*Бачерикова Мария Леонтьевна*  
магистрант

*Носкова Елена Викторовна*  
канд. экон. наук, доцент

ФГАОУ ВПО «Дальневосточный федеральный университет»  
г. Владивосток, Приморский край

### РАЗВИТИЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКОГО ПОДХОДА К ИСПОЛЬЗОВАНИЮ КЛАСТЕРНОГО АНАЛИЗА В СЕГМЕНТИРОВАНИИ ПОКУПАТЕЛЕЙ НА ТОВАРНОМ РЫНКЕ

***Аннотация:** в статье рассмотрен методологический подход к сегментированию рынка на основе использования кластерного анализа. Авторами представлен пример применения различных алгоритмов и метрик кластерного анализа, выявлены проблемы их использования и сделан вывод о необходимости развития подхода к оценке качества кластеризации.*

***Ключевые слова:** кластерный анализ, сегментирование рынка, сегментирование покупателей, кластеризация.*

Покупатели являются важнейшей движущей силой развития любого товарного рынка, поскольку их потребности формируют спрос на товары [12]. Неоднородность множества покупателей, порожденная их различиями в предпочтениях, мотивах и намерениях совершения покупок [2], вызвала необходимость появления такого важного инструмента исследования рынка, как рыночное сегментирование. Основной целью сегментирования рынка является разработка гибкой политики взаимодействия продавца с различными группами покупателей товаров. В настоящее время сформировалось множество подходов к сегментированию рынков, среди которых одним из наиболее интересных, с точки зрения автора, является кластерный анализ.

Сегмент рынка представляет собой совокупность покупателей, характеризующихся схожей реакцией на предлагаемые товары и прочие элементы комплекса маркетинга [13]. Сегментирование рынка является формализованной процедурой, основанной на использовании методов многомерного статистического анализа в отношении результатов рыночных исследований. При сегментировании рынка используются как объективные (социально-экономические, демографические, географические), так и субъективные переменные сегментирования (психографические, поведенческие, личностные) [11]. В качестве источников информации для сбора характеристик потребителей могут использоваться данные опросов, в том числе опросов, проводимых в социальных сетях [10], а также данные панельных исследований.

В экономической литературе традиционно выделяют следующие подходы к рыночному сегментированию: априорный и апостериорный [4].



При использовании априорного подхода принято считать, что исследователю уже известны признаки сегментирования, количество сегментов и их емкость, их ключевые характеристики. При использовании апостериорного подхода предполагается неопределенность признаков сегментирования и характеристик самих сегментов. Применение данного подхода требует предварительного определения признаков сегментирования с последующим их отбором, классификацией и описанием сегментов [5].

Известно множество методов рыночного сегментирования, среди которых наиболее мощным инструментом являются методы многомерной классификации данных [6]. Применение метода многомерной классификации называют кластерным анализом. Главное отличие кластеризации от классификации состоит в том, что перечень групп четко не задан и определяется в процессе работы алгоритма [7].

Задача кластерного анализа заключается в разбиении выборки на непересекающиеся подмножества, называемые кластерами, так, чтобы каждый кластер состоял из «похожих» объектов, а объекты разных кластеров имели существенные отличия друг от друга. Таким образом, в результате кластерного анализа данных, полученных в результате опроса потребителей, можно выделить несколько групп потребителей, сформированных по какому-либо важному для данного исследования признакам.

Алгоритм кластеризации состоит из следующих шагов:

- 1) осуществляется формирование выборки для кластеризации;
- 2) определяется множество переменных, по которым будут оцениваться объекты в выборке;
- 3) рассчитываются значения меры сходства между объектами;
- 4) в результате работы алгоритма кластеризации формируются группы сходных объектов (кластеры).

Для оценки сходства между объектами для каждого объекта составляется вектор характеристик. К примеру, потребителя могут характеризовать пол, возраст, уровень дохода, частота покупок, самостоятельность покупок, приверженность к продукту [1]. Характеристики потребителей должны быть выражены числовыми значениями, необходимо разработать четкий алгоритм перевода качественных показателей в количественные [8].

После составления вектора характеристик в случае необходимости может быть проведена нормализация данных, то есть приведение значений к некоторому диапазону, – это делается для того, чтобы каждый объект имел одинаковый вклад при расчете расстояния между ними.

Далее для каждой пары объектов необходимо рассчитать «расстояние» между ними, то есть степень их «сходства». Для расчета расстояния существуют различные метрики, основными из них являются:







- евклидово расстояние;
- квадрат евклидова расстояния;
- расстояние городских кварталов;
- расстояние Чебышева;
- степенное расстояние [9].

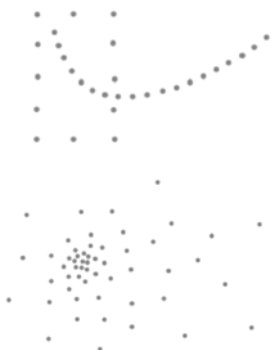
Подход к решению задачи выбора метрики является субъективным и зависит от исследователя. При использовании различных метрик результаты кластеризации могут иметь существенные отличия.

Безусловно, выбор метрики должен зависеть от характера выборки и предполагаемых кластеров. В практических задачах по сегментированию потребителей исследователь может столкнуться с различными типами кластерных структур, которые рассматриваются, в частности, в работах К.В. Воронцова (таблица 1).

Таблица 1

Характеристика типов кластерных структур [9]

Наименование	Вид	Характеристика
Сгущения		Внутрикластерные расстояния, как правило, меньше межкластерных
Ленты		Для любого объекта найдётся близкий к нему объект того же кластера, в то же время существуют объекты одного кластера, которые не являются близкими
Кластеры с центром		В каждом кластере найдётся объект, такой, что почти все объекты кластера лежат внутри шара с центром в этом объекте
Кластеры с перемычками		Кластеры могут соединяться перемычками, что затрудняет работу многих алгоритмов кластеризации
Кластеры с разреженным фоном		Кластеры могут накладываться на разреженный фон из редких нетипичных объектов
Перекрывающиеся кластеры		Кластеры могут перекрываться, т.е. пересекать друг друга

Иные типы кластерных структур		Кластеры могут образовываться не по принципу сходства, а по какому-либо иному, заранее неизвестным, свойствам объектов. Кластеры могут вообще отсутствовать. В этом случае необходимо применять не кластеризацию, а иные методы анализа данных
-------------------------------	---	--

Так, например, для кластерных структур с разреженным фоном целесообразно будет использовать степенное расстояние, позволяющее увеличить или уменьшить вес, относящийся к размерности, для которой соответствующие объекты сильно отличаются, а для кластеров ленточного типа удобнее использовать расстояние Чебышева, которое дает возможность определить два объекта как «различные», если они различаются по какой-либо одной координате.

В зависимости от типа кластерных структур, целесообразно использовать различные алгоритмы кластеризации. Можно выделить следующие классификации алгоритмов кластеризации: иерархические и плоские, четкие и нечеткие, простые и сложные алгоритмы.

Иерархические алгоритмы, или алгоритмы таксономии, осуществляют систему вложенных разбиений выборки на кластеры, которые не пересекаются между собой. Результатом работы иерархических алгоритмов является дерево кластеров, корнем которого является вся выборка, а листьями – наиболее мелкие кластеры. Плоские алгоритмы осуществляют одно разбиение выборки на кластеры.

Четкие (или непересекающиеся) алгоритмы каждому объекту выборки ставят в соответствие номер кластера, т.е. каждый объект принадлежит только одному кластеру. Нечеткие (или пересекающиеся) алгоритмы каждому объекту ставят в соответствие набор вещественных значений, показывающих степень отношения объекта к кластерам, то есть относят каждый объект к каждому кластеру с определенной вероятностью.

Простые алгоритмы, как правило, узко специализированы и дают адекватные результаты только в одной-двух ситуациях из таблицы 1. К простым алгоритмам относятся алгоритм выделения связанных компонент, алгоритм кратчайшего незамкнутого пути, метод  $k$ -средних и др. Более сложные алгоритмы, такие как FOREL или агломеративная процедура Ланса-Вильямса, справляются с несколькими типами ситуаций [9]. Однако создание алгоритма, успешно работающего во всех ситуациях без исключения, представляется очень сложной и практически невыполнимой задачей.

Далее рассмотрим практический пример использования различных алгоритмов кластеризации в сегментировании покупателей на рынке мороженого г. Владивостока. Для проведения сегментирования была осуществлена выборка для кластеризации численностью 405 респондентов и определены следующие переменные сегментирования: возрастная

группа, уровень привязанности к торговой марке, частота покупок летом и зимой.

Используя метод k-средних для кластеризации объектов и квадрат евклидова расстояния в качестве метрики, мы получили два кластера покупателей, имеющие следующие характеристики (таблица 2).

Таблица 2

Характеристика кластеров покупателей мороженого, полученных с помощью метода k-средних

Переменные	Кластер №1		Кластер №2	
	Начало кластера	Конец кластера	Начало кластера	Конец кластера
Возрастная группа	4	3	2	2
	От 23 лет и старше		От 18 до 22 лет	
Уровень привязанности к торговой марке	5	3	2	3
	Различные торговые марки		Нестле	
Частота покупок летом	7	4	0	2
	Через неделю и реже		Каждую неделю и чаще	
Частота покупок зимой	7	6	0	3
	1 раз в месяц и реже		Каждую неделю и чаще	
Итого, чел.	139		236	

Таким образом, метод k-средних позволил выделить два кластера покупателей численностью 139 и 236 чел. В первый кластер вошли покупатели от 23 лет, не привязанные к конкретной марке мороженого и редко приобретающие его как летом, так и зимой. Основу второго кластера составили молодые люди 18–22 лет, приобретающие мороженое не реже раза в неделю и приверженные к марке Нестле. Далее был проведен иерархический кластерный анализ с использованием метода Варда и метрики евклидова расстояния. Были получены кластеры численностью 153 и 252 чел., имеющие схожие характеристики с кластерами 1 и 2 из таблицы 2. Полученные расхождения объясняются тем, что не все объекты могут быть однозначно отнесены к конкретному кластеру.

При получении столь различных данных у исследователя, несомненно, возникнет вопрос о качестве полученных кластеризаций и критериях его оценки. Подход к определению критерия качества кластеризации получил развитие в работе Marina Meilă [3], где автор предлагает использовать для оценки качества кластеризации критерий variation of information (VI), который позволяет оценить количество информации, потерянное и приобретенное при переходе от одной кластеризации к другой при использовании одного и того же набора данных. С нашей точки зрения, данный метод оценки качества кластеризации требует дальнейшего развития с целью практического использования при оценке результатов сегментирования покупателей.

Подводя итоги данной работы, необходимо еще раз выделить ключевые проблемы сегментирования рынка с использованием методов кластерного анализа. Решение задачи кластеризации потребителей при сегментировании рынков является неоднозначным в силу ряда причин, первой из которых является то, что количество кластеров, как правило, заранее неизвестно и устанавливается исследователем в большинстве случаев

самостоятельно в соответствии с определенным им критерием. Второй причиной выступает высокая зависимость результатов кластеризации от метрики, выбор которой в большинстве случаев также является субъективным. Третий причиной является слабая проработка в научной литературе критериев качества кластеризации и фактическое отсутствие описания их применения в практике рыночного сегментирования.

*Список литературы*

1. Diego-Mas J.A. Single users' affective responses models for product form design / J.A. Diego-Mas, J. Alcaide-Marzal // *International Journal of Industrial Ergonomics*. – 2015. – №53. – P. 102–114.
2. Fotiadis A.K. Modifying and applying time and cost blocks: The case of E-Da theme park, Kaohsiung, Taiwan / A.K. Fotiadis // *Tourism Management*. – 2015. – №54. – P. 34–42.
3. Meilă M. Comparing clusterings – an information based distance / M. Meilă // *Journal of Multivariate Analysis*. – 2007. – №98. – P. 873–895.
4. O'Hagan A. Clustering with the multivariate normal inverse Gaussian distribution / A. O'Hagan, T.B. Murphy, I.C. Gormley, P.D. McNicholas, D. Karlis // *Computational Statistics and Data Analysis*. – 2015. – №93. – P. 18–30.
5. Qi J.-Y. The impact of users' characteristics on customer lifetime value raising: evidence from mobile data service in China / J.-Y. Qi, Q.-X. Qu, Y.-P. Zhou, L. Li // *Information Technology and Management*. – 2015. – №. 16 (4). – P. 273–290.
6. Wang C. Toward an integrated model of tourist expectation formation and gender difference / C. Wang, H. Qu, M.K. Hsu // *Tourism Management*. – 2015. – №54. – P. 58–71.
7. Xu M. Cross-correlation analysis of stock markets using EMD and EEMD / M. Xu, P. Shang, A. Lin // *Physica A: Statistical Mechanics and its Applications*. – 2015. – №442. – P. 82–90.
8. Бачерикова М.Л. Понятие конъюнктуры товарного рынка / М.Л. Бачерикова, Е.В. Носкова // Новое слово в науке: перспективы развития: Материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 29 мая 2015 г.) / Редкол.: О.Н. Широков [и др.]. – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2015. – С. 314–316.
9. Воронцов К.В. Вычислительные методы обучения по прецедентам (теория обучения машин) / К.В. Воронцов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://machinelearning.ru>
10. Кметь Е.Б. Выделение поведенческих категорий пользователей социальных сетей как основа разработки контентной стратегии / Е.Б. Кметь // *Практический маркетинг: журнал ВАК*. – М., 2015. – №7 (221). – С. 9–15.
11. Напалкова А.А. Методика исследования спроса на рынке услуг бизнес-образования / А.А. Напалкова, И.А. Овчинникова, К. Шевелева // *Практический маркетинг* – №8. – 2014. – С. 3–14
12. Носкова Е.В. Современные подходы к пониманию конъюнктуры рынка / И.В. Моисеенко, Е. В. Носкова // *Маркетинг в России и за рубежом*. – 2013. – №2 (94). – С. 3–11.
13. Романова И.М. Сегментирование рынка легковых автомобилей г. Владивостока на основе анализа потребительских предпочтений / И.М. Романова, А.Н. Троценко // *Практический маркетинг*. – 2012. – №05. – С. 31–39.

**Бородулин Алексей Николаевич**  
канд. техн. наук, доцент  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный  
технический университет»  
г. Тверь, Тверская область

## **ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА БИЗНЕС-АНАЛИТИКИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

***Аннотация:** в статье рассматриваются основные тенденции развития программных средств аналитической обработки информации в рамках современных корпоративных информационных систем. Выявлены и обоснованы перспективные направления использования средств информационно-аналитической обработки данных в системе управления предприятием.*

***Ключевые слова:** управление предприятием, бизнес-анализ, информационные системы.*

Особое место в структуре программного обеспечения современных корпоративных информационных систем занимает средства аналитической обработки информации. Возникнув в 70-е годы XX века в рамках концепции планирования производственными ресурсами предприятий MRP II (Manufacturing Resource Planning) в виде систем поддержки принятия решений руководителей, в настоящее время данный класс информационных систем трансформировался в целый сегмент средств бизнес-аналитики на рынке корпоративного программного обеспечения. Традиционно ассоциируемые с терминами «бизнес-аналитика» и «Business Intelligence», системы подобного типа ориентированы в первую очередь на доступ и манипулирование большими базами структурированных данных в составе современных ERP-систем (от англ. Enterprise Resource Planning) [1].

Структура функциональных задач самой бизнес-аналитики в настоящее время крайне динамична, так как многие технологические инновации на рынке информационных технологий, прежде всего, в области средств хранения и обработки больших объемов данных, мобильных и «облачных» приложений непосредственно затрагивают «сферу интересов» современных аналитических систем. Но, тем не менее, в научной и специальной литературе утвердился определенный минимальный состав типовых задач бизнес-аналитики, когда ее функционал рассматривается в рамках информационных управляющих систем уровня предприятия.

К настоящему времени сложился высоко конкурентный и постоянно растущий рынок, на котором большое количество разработчиков предлагают ERP-системы со сходными потребительскими свойствами. Ежегодный объем продаж ERP-продуктов по итогам 2015 года в мире может превысить 50 млрд. долларов США. Лидерами мирового рынка в этом классе программных продуктов, прежде всего, считаются SAP SE, Oracle Corporation, Microsoft Corporation, которые вместе охватывают более половины его объема и по количеству внедрений и по стоимости поставляемых систем [2].

Среди других ERP-систем, достаточно широко представленных как мировом, так и на отечественном рынке программного обеспечения можно назвать следующие зарубежные разработки: «Infor ERP» (поставщик – компания Infor), «IFS Applications» (IFS AB), «Epicor ERP» (Epicor Software), «QAD Enterprise Applications» (QAD Inc.), «Sage ERP X3» (Sage

Group PLC), а также программное обеспечение российских производителей: «1С:Предприятие 8» (разработчик – «Фирма 1С», г. Москва), «ПАРУС» (Корпорация «ПАРУС», г. Москва), ERP-система «Компас» (Компас, г. Санкт-Петербург), ERP Монолит (Монолит-Инфо, г. Санкт-Петербург) и др.

Отраслевая принадлежность российских компаний, использующих в своей деятельности ERP-системы, соответствует исходной ориентации этого класса программного обеспечения на комплексное обслуживание производственного цикла промышленных предприятий. Однако развитие крупных российских торговых сетей, телекоммуникационных компаний, а также финансово-кредитных учреждений способствует широкому проникновению информационно-управляющих систем в соответствующие отрасли экономики. Причем общая отраслевая структура российского ERP-рынка соответствует и данным по отдельным разработкам, например, «1С:ERP».

Проведение детального сравнительного анализа функциональности различных ERP-систем затруднительно в силу сложности их структуры и очень высокой динамики обновления включаемого в них программного обеспечения. Однако, например, из обзора [5] можно сделать вывод, что в целом наибольшей функциональностью обладают зарубежные ERP-платформы, прежде всего, разработанные SAP и Oracle. Остальные из приведенных платформ, конечно, также удовлетворяют всем рассмотренным ранее «классическим» требованиям методологии ERP, но отстают от лидеров главным образом из-за слабой поддержки сложных технологических решений для организации взаимодействия самих ERP-систем с другими типами приложений.

Это обстоятельство характеризует и особенности реализации функций бизнес-аналитики в программных продуктах ERP-уровня у различных разработчиков. Так создание ими комплексных функционально независимых от основного ERP-решения средств Business Intelligence, позволяет классифицировать этот вид программного обеспечения и как развитые наборы аналитических инструментов (Enterprise BI Suites – EBIS), так и как средства для создания самостоятельных BI-приложений в рамках действующих ERP-систем. Последнее обстоятельство позволяет отнести их к полноценным BI-платформам, которые могут поддерживать все этапы разработки, внедрения и сопровождения информационно-аналитических систем.

Собственно еще в середине 2000-х годов EBIS и BI-платформы рассматривались как отдельные виды инструментального программного обеспечения. В настоящее же время, особенно на рынке корпоративных информационных систем, ведущие производители программного обеспечения предоставляют полный комплект «классических» BI-инструментов.

Все приведенные выше ERP-платформы основаны на концепции единого корпоративного хранилища данных, поддержка которого обеспечивается развитым инструментарием очистки и загрузки информации из внутренних и внешних источников. Организация такого хранилища поддерживает как минимум одну из типовых схем OLAP (многомерную, реляционную или гибридную) и адаптирована для использования встроенных средств Data Mining. Применение графических инструментов формирования отчетов и информационных панелей на базе многообразных элементов-индикаторов также является стандартом «де-факто» при разработке средств пользовательского интерфейса современного корпоративного программного обеспечения.

Одним из главных преимуществ в развитии как ERP-технологий, так и BI-систем компаний-лидеров мирового рынка является то обстоятельство, что производимые ими системы базируются на системах управления

база данных собственной разработки. Так производители, находящиеся на первых местах в мире по объемам продаж программного обеспечения для баз данных, одновременно занимают ведущие позиции и среди разработчиков ERP-систем и BI-платформ: Oracle с СУБД Oracle Database, IBM с IBM DB2, SAP с SAP Sybase IQ, Microsoft с Microsoft SQL Server.

Многолетнее их соперничество с отечественными разработками этого же класса (1С, Галактика, Парус) к настоящему времени привело к некоторому равновесию и в значительной степени сегментному распространению отдельных системных решений. При этом те или иные программные продукты сосредоточены главным образом в определенных отраслях или регионах, что обусловлено как трудностями их внедрения и дальнейшего сопровождения, так и необходимостью соблюдения в процессе автоматизации институциональных или корпоративных требований.

Особенностью развития рынка программных средств информационно-аналитических систем в последние несколько лет стало формирование нового подхода к технологиям Business Intelligence, основанного на создании более недорогих при внедрении и простых в использовании конечными пользователями инструментов Data Discovery. Главными отличительными чертами этого вида программного обеспечения от классических BI-платформ является использование вычислений и обработки данных в оперативной памяти на базе технологий in-memory, а также развитые средства визуализации на основе интерактивных объектов графического интерфейса.

Перспективы применения средств Data Discovery в аналитической деятельности сотрудников малых и средних предприятий определяются, прежде всего, возможностью использования развитых BI-решений без увеличения штата специалистов IT-служб и значительного роста бюджетов на внедрение информационно-аналитических систем. При этом быстрая обработка данных в оперативной памяти без необходимости формирования сложных запросов и отчетов, а также широкий спектр средств визуального представления на основе Dashboards новых приложений привлекает к работе с ними все большее количество пользователей, особенно в среде молодых специалистов, активно использующих интерактивные возможности современных информационных технологий.

В настоящее время поддержка технологий Data Discovery положена в основу маркетинговых стратегий многих разработчиков недорогих инструментов бизнес-аналитики. Из числа зарубежных производителей программного обеспечения наибольшие доли рынка занимают компании Qlik (с платформой QlikTech), Tibco Software (Tibco Spotfire) и Tableau Software (Tableau Desktop) [4].

Ведущим отечественным производителем систем этого класса является пермская компания «Прогноз», уже вошедшая благодаря своему комплексному аналитическому решению Prognoz Platform в число лидеров не только российского, но и мирового рынка BI-технологий. Комплекс Prognoz Platform объединяет технологии хранилищ данных на основе OLAP-технологии, средства эконометрического и имитационного моделирования, а также веб-инструменты для организации удаленного доступа к аналитическим данным. Особое место в продуктах фирмы «Прогноз» занимает информационный сервис «Prognoz Data Portal», представляющий онлайн-инструмент анализа социально-экономической информации на основе базы данных, собираемой и регулярно обновляемой из сведений нескольких сотен авторитетных международных и российских источников [3].

В результате в настоящее время область применения и типовая структура программных средств информационно-аналитического обеспечения



управления предприятиями ставятся все более размытыми. Одновременно с этим по мере роста функциональности данного вида программного обеспечения и увеличения количества специализированных и отраслевых решений на рынке происходит переход к использованию универсальных аналитических инструментов. Однако глубина их проработки, особенно в плане использования эффективного математического аппарата и привлечения современных средств интеллектуальной обработки данных, для большинства реализаций остается еще перспективной задачей.

#### *Список литературы*

1. Бородулин А.Н. Аналитический инструментарий внутрифирменного управления [Текст] / А.Н. Бородулин. – М.: Экономика, 2012. – 367 с.
2. Гореткина Е. Какими будут ИТ-расходы в 2015-м в мире и в России / Е. Гореткина [Текст] // PC Week/RE. – №1 (878). – 2015. – С. 1–6.
3. Тумакова А. Российский рынок BI-систем – кто, сколько и почему [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://spbit.ru/news/n96564/>
4. BI-системы в России 2014. Обзор TAdviser [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php/BI>
5. ERP-системы в России 2014. Обзор TAdviser [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tadviser.ru/index.php/ERP>

**Левченко Виктория Павловна**  
магистрант

**Положай Инна Александровна**  
магистрант

**Игрунова Светлана Васильевна**  
канд. социол. наук, доцент

**Путиццева Наталья Павловна**  
канд. техн. наук, доцент

ФГАОУ ВПО «Белгородский государственный университет»  
г. Белгород, Белгородская область

## **О ГРУППОВОМ МНОГОКРИТЕРИАЛЬНОМ ОЦЕНИВАНИИ И ВЫБОРЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ**

**Аннотация:** *проведены анализ и исследование существующих методов и моделей поддержки принятия решений при отборе инвестиционных проектов. Наиболее целесообразным признано использование группового многокритериального оценивания инвестиционных проектов для выбора наиболее привлекательного для инвесторов проекта с привлечением высококвалифицированных специалистов в области инвестирования. В статье приведено описание этапов процедуры группового многокритериального выбора инвестиционных проектов.*

**Ключевые слова:** *инвестиционный проект, поддержка принятия решений, многокритериальная оценка, выбор инвестиционных проектов, количественные показатели.*

При отборе инвестиционных проектов (ИП) используется ряд различных подходов. Существующие методы либо основаны на сравнении количественных характеристик проектов, например, путем решения оптимиза-

ционных задач выбора инвестиционных проектов по экстремальному значению одного критерия, либо основаны на применении аппарата экспертного оценивания, либо используют результаты анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий, в реализацию проектов которых предполагается инвестировать. Каждый из существующих методов имеет свои преимущества и недостатки.

В процессе решения проблемы выбора одного ведущего критерия, многие исследователи приводят к пониманию того, что во многих практических задачах было бы сильным упрощением оценивать инвестиционные решения каким-то одним критерием. Ряд авторов отмечает, что при отборе проектов должна осуществляться многокритериальная оценка проектов и учитываться неодинаковая важность используемых критериев оценивания при выборе проектов. Так, В.А. Калугин в своей монографии отмечает: «ИП изначально описываются совокупностью критериев... Поэтому задача принятия инвестиционных решений является многокритериальной по сути и, следовательно, решать ее надо методами, разработанными в рамках такого направления исследований как многокритериального принятия решений».

Типичный инвестиционный проект может быть адекватным образом описан только некоторым набором критериев. Многие солидные фирмы, такие как IBM, GE, «RoyalDutchPetroleum», рассчитывают и анализируют все критерии, поскольку каждый из них дает какую-то дополнительную релевантную информацию [3, с. 231]. Так, дисконтированный срок окупаемости дает информацию о риске и ликвидности проекта, NPV показывает прирост благосостояния акционеров компании, IRR оценивает доходность инвестиции и содержит информацию о «резерве безопасности проекта», PI также дает информацию о «резерве предела безопасности» [4].

В связи с вышесказанным представляется наиболее целесообразным использование экспертных процедур для отбора проектов с привлечением высококвалифицированных специалистов в области инвестирования. Для большей достоверности результатов предполагается реализация группового оценивания, что предполагает разработку процедуры, состоящей из следующих этапов: предварительный отбор экспертов, оценка компетентности и качества экспертов, выбор критериев для сравнения и отбора инвестиционных проектов, отбор наиболее компетентных экспертов, организация и проведение экспертизы.

Для того чтобы сравнивать инвестиционные проекты, необходимо выбрать те показатели, которые будут выступать в качестве критериев, и спрогнозировать ожидаемые денежные поступления от реализации предлагаемых инвестиционных проектов, с тем, чтобы суметь вычислить значения требуемых показателей для каждого из сравниваемых инвестиционных проектов. В качестве наиболее целесообразных количественных показателей для выбора инвестиционных проектов в результате опроса экспертов было решено использовать следующие:

- чистый дисконтированный доход (ЧДД,  $NPV$ );
- реальная чистая будущая стоимость проекта  $RNFV$
- индекс доходности (ИД,  $PI$ );
- внутренняя норма доходности (ВНД,  $IRR$ );
- модифицированная внутренняя норма доходности ( $MIRR$ );
- дисконтированный срок окупаемости ( $DPP$ ).

Показатель реальной чистой будущей стоимости проекта  $RNFV$  в лучшей степени, чем «классический»  $NPV$  отражает результаты проекта для инвестора, особенно в тех случаях, когда возможности вложения в ценные бумаги прибыли от проекта в той или иной степени ограничены

[6] Для того, чтобы проект был эффективен, необходимо и достаточно, чтобы выполнялось неравенство:

$$RNFV^i(M) = -K \prod_{m=0}^{M-1} (1 + \hat{E}(m)) + FV^i(m) \geq 0 \quad (1)$$

$\hat{E}(m)$  – максимальная годовая доходность,  $FV^i(m)$  – сумма средств, накопившаяся к концу шага  $M-1$ .

Показатель  $RNFV^i$  важен, потому что эффект от осуществления проекта на самом деле зависит от того, как будут использованы получаемые от него средства. Кроме того, в условиях нынешней российской экономики может оказаться принципиально невозможным вложить деньги под ставку, равную норме дисконта, принятой для аналогичных проектов на западе.

*Модифицированная внутренняя норма доходности MIRR* имеет значительное преимущество перед IRR, поскольку MIRR более точно характеризует прибыльность проекта. Тем не менее, для показателя MIRR также характерно присутствие риска реинвестирования. MIRR вычисляется по следующей формуле:

$$\sum_{t=0}^N \frac{COF_t}{(1+k)^t} = \frac{\sum_{t=0}^N CIF_t * (1+k)^{N-t}}{(1+MIRR)^N} \quad (2)$$

MIRR – модифицированная внутренняя норма доходности с реинвестицией по цене капитала,  $CIF_t$  – приток денежных средств в периоде  $t = 1, 2, \dots, n$ ;  $COF_t$  – отток денежных средств в периоде  $t = 0, 1, 2, \dots, n$  (по абсолютной величине);  $k$  – барьерная ставка (ставка дисконтирования);  $n$  – число периодов.

*Недостатки MIRR*: рассчитывается только когда приток денежных средств превышает их отток, не показывает скорость возврата инвестиции, не показывает результат инвестиции в абсолютном значении.

Критерий приемлемости:  $MIRR > R$  бар еf (чем больше, тем лучше)

Формула MIRR имеет смысл, если терминальная стоимость притоков превышает сумму дисконтированных оттоков денежных средств. Критерий MIRR всегда имеет единственное значение и может применяться вместо показателя IRR для оценки проектов с неординарными денежными потоками.

*Показатель NPV* – текущая стоимость денежных потоков за вычетом текущей стоимости денежных оттоков. Это обобщенный конечный результат инвестиционной деятельности в абсолютном измерении. При разовой инвестиции расчет чистого приведенного дохода можно представить следующим выражением:

$$NPV = \sum_{k=1}^n \left[ \frac{R_k}{(1+i)^k} \right] - IC \quad (3)$$

где  $R_k$  – годовые денежные поступления в течение  $n$  лет,  $k = 1, 2, \dots, n$ ;  $IC$  – стартовые инвестиции;  $i$  – ставка дисконтирования.

При  $NPV > 0$  проект следует принять; при  $NPV < 0$  проект не принимается, при  $NPV = 0$  проект не имеет ни прибыли, ни убытков.

*Индекс доходности PI* вычисляется по следующей формуле:

$$ИД = PI = \sum_{k=1}^n \left[ \frac{R_k}{(1+i)^k} \right] / IC \quad (4)$$

Индекс доходности тесно связан с NPV. Он строится из тех же элементов, и его значение связано со значением NPV: если NPV положителен, то  $PI > 1$ , и наоборот. Если  $PI > 1$ , проект эффективен, если  $PI < 1$  – неэффективен.

*Внутренняя норма доходности ВНД (IRR)* представляет собой ту норму дисконта, при которой вложения окупаются, но не приносят прибыль. Применение данного метода сводится к последовательной итерации нахождения

ния дисконтирующего множителя, пока не будет обеспечено равенство  $NPV = 0$ . Реализуется это следующим образом: выбираются два значения коэффициента дисконтирования, при которых функция  $NPV$  меняет свой знак, и используют формулу:

$$IRR = i_1 + \frac{NPV(i_1)}{NPV(i_1) - NPV(i_2)} \times (i_2 - i_1) \quad (5)$$

Инвестор сравнивает полученное значение  $IRR$  со ставкой привлеченных финансовых ресурсов ( $CC$  – Cost of Capital): если  $IRR > CC$ , то проект можно принять; если  $IRR < CC$ , проект отвергается;  $IRR = CC$  – проект имеет нулевую прибыль. По разнице между  $IRR$  и нормой дисконта можно делать самые первые, приближенные суждения о чувствительности проекта к изменению внешних условий. Но в качестве меры фактической доходности инвестиционного проекта  $IRR$  не годится, потому что для проекта чаще всего не выполняется основное условие адекватности  $IRR$ : равенство доходности и ставки приведения.

*Дисконтированный срок окупаемости (payback period method)* – это сумма лет, необходимых для возмещения стартовых инвестиций. Период окупаемости можно определить как ожидаемое число лет по упрощенной формуле:

$n_{ок}$  = Число лет до года окупаемости + (Не возмещенная стоимость на начало года окупаемости / Приток наличности в течение года окупаемости)

Данный показатель определяет срок, в течение которого инвестиции будут «заморожены», поскольку реальный доход от инвестиционного проекта начнет поступать только по истечении периода окупаемости.

В качестве пятого показателя было решено выбрать коэффициент – относительный показатель, характеризующий отношение реальной (внутренней) стоимости предприятия к рыночной. Реальная стоимость – объективная оценка стоимости предприятия, которая оценивает потенциал предприятия. Рыночная стоимость – стоимость, сложившаяся на сегодняшний момент на рынке. Коэффициент инвестиционной привлекательности можно рассчитать по формуле:

$$КФТ_{привл} = \left[ \frac{\text{Ст.Им.} - (КЗ + \text{Проц.прив.}) + СК \cdot R_{СК} \cdot K}{\text{Рын.ст.}(\text{Уст.ст})} \right] \quad (6)$$

Как было показано выше, рациональная оценка и выбор инвестиционного проекта могут быть осуществлены только по нескольким критериям эффективности. При этом, во-первых, имеет место проблема измерения степени «важности» каждого из рассматриваемых критериев для выбора инвестиционного проекта, и, во-вторых, имеет место проблема теоретического обоснования возможности совместного использования указанных критериев в удобной для лица, принимающего решение, форме.

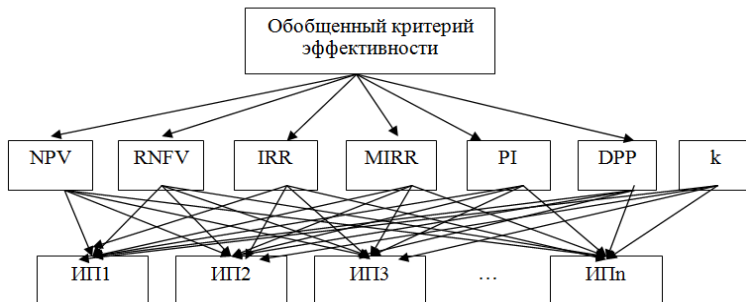


Рис. 1. Иерархия для выбора инвестиционного проекта

Исходя из всего вышесказанного, наиболее целесообразным является использование многокритериальной оценки инвестиционных проектов для получения вектора их весомости и выбора наиболее привлекательного для инвесторов проекта с привлечением высококвалифицированных специалистов в области инвестирования, способных сравнить сформулированные критерии оценки инвестиционных проектов по степени их важности для выбора инвестиционного проекта, а также сравнить инвестиционные проекты по каждому из критериев для получения вектора локальных весомостей инвестиционных проектов. Иерархия для отбора инвестиционных проектов имеет вид, представленный на рисунке.

Вначале вычисляются количественные характеристики каждого инвестиционного проекта. После расчета показателей всех проектов предлагается рассчитывать весомости инвестиционных проектов на основе Метода анализа иерархий, и выбрать наиболее подходящий проект с наибольшим значением весомости.

#### **Список литературы**

1. Калугин В.А. Многокритериальные методы принятия инвестиционных решений: Монография / В.А. Калугин. – СПб: Химиздат, 2004. – 211 с.
2. Саати Т.Л. Принятие решений. Метод анализа иерархий. – М.: Радио и связь, 1989. – 316 с.
3. Честноков А.С. Инвестиционная стратегия, опционы и фьючерсы. – М.: ПАИМС, 1995. – 112 с.
4. Бригхем Ю. Финансовый менеджмент: Полный курс: В 2-х т. – СПб: Экономическая школа, 1997. – Т. 1. – 497 с.; Т. 2. – 669 с.
5. Инвестиционный анализ // Инструменты финансового и инвестиционного анализа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://investment-analysis.ru/investment-analysis.html>
6. Оценка эффективности инвестиционных проектов с учетом реальных характеристик экономической среды / П.Л. Виленский, В.Н. Лившиц // Аудит и финансовый анализ №3/2000 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.cfin.ru/press/afa/2000-3/44\\_liv.shtml](http://www.cfin.ru/press/afa/2000-3/44_liv.shtml)

**Повитухин Сергей Алексеевич**

канд. техн. наук, доцент

ФГБОУ ВПО Магнитогорский государственный  
технический университет им. Г.И. Носова  
г. Магнитогорск, Челябинская область

## **ИМИТАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ КОНКУРЕНЦИИ НА РЫНКЕ ОКАЗАНИЯ УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ**

**Аннотация:** система «хищник – жертва» – сложная система, реализующая долговременные отношения между 2-мя видами: «хищником» и «жертвой». Проблемой аналитического решения является то, что оно определяет, сколько будет хищников и жертв в определённый момент времени, но ничего не говорит о том, как они будут распределены по ареалу. Основываясь на технологии клеточных автоматов и сопоставив «жертве» и «хищнику» некоторый алгоритм поведения возможно создание имитационных моделей, избавленных от указанного недостатка. В статье приводятся результаты, полученные при разработке имитационной модели конкуренции на основе клеточных автоматов.

**Ключевые слова:** модель «хищник – жертва», имитационные модели, клеточные автоматы, модель конкуренции.

Модель «хищник – жертва» является иллюстрацией нейтрального равновесия и успешно применяется для описания: роста народонаселения,

численности воюющих армий, изменение экологической обстановки, развития вирусных эпидемий и прочее [1–4]. Разработанное средствами Delphi ПС «Хищник – жертва» позволяет исследовать поведение популяций, задавая начальные параметры: период цикла, средняя продолжительность жизни особей в периодах, период голодания, период размножения и т. п. Анализ результатов, показал, что разработанный клеточный автомат ведет себя вполне адекватно.

Фирма, размещаясь на территории, оказывает услуги населению этой территории. Спрос на оказываемые услуги, является «ресурсом» фирмы. Предположим, что крупные организации (например, относящиеся к муниципальной или государственной собственности) – «хищники». Фирмы, принадлежащие частным предпринимателям – «жертвы». Учитывая, что частные предприниматели имеют значительно меньшие ресурсы (финансовые, кредитные, материальные и т. п.), предположение вполне обоснованно. Например, известен факт, что размещение на некоторой территории крупного торгового центра приводит к значительному сокращению небольших частных магазинов в округе.

Для описания поведения конкурирующих фирм на рынке оказания услуг населению модифицируем алгоритм поведения «особей» (фирм):

1. «Жертвы» и «хищники» удерживают занятую территорию, т.е. другая фирма того же вида не может занять ту же территорию.

2. Со временем спрос на услуги снижается (услуги оказали всем желающим), поэтому, и «жертвы», и «хищники» начинают терпеть убытки, вплоть до банкротства.

3. «Жертвы» находятся на одной клетке пока на ней достаточно «ресурсов». Если «ресурсов» становится недостаточно, то «жертва» случайным образом переходит на соседнюю свободную «территорию». Если рядом нет свободных территорий, то «жертва» остается на месте и терпит убытки.

4. «Хищники» неподвижно расположены на «территории». «Хищник» видит на расстояние одной клетки и если рядом есть «жертвы», то случайным образом поглощает одну из них. Захватив «ресурс» «жертвы», «хищник» полностью или частично восстанавливает свое финансовое положение.

5. «Хищники» и «жертвы» регулярно создают свои филиалы и дочерние предприятия при условии, что с предыдущего создания прошёл определённый срок и тот, кто создает – имеет достаточно «ресурсов».

6. «Хищники» и «жертвы» не создают филиалов, если все соседние территории в регионе заняты.

Для вышеописанного алгоритма поведения фирм были использованы следующие значения параметров запуска и выполнены расчеты:

1. Размер одного периода – 12 месяцев.

2. «Жертвы» в среднем существуют 3 периода (года). «Жертва» может просуществовать без «ресурса» не более 3 месяцев. Если заказы не появляются, фирма закрывается. Каждые 8 месяцев «жертва» растёт, создавая свой клон на соседней ячейке.

3. «Хищник» существует в среднем 20 лет и каждые 6 лет создает дочернее предприятие. Без «ресурса» «хищник» может просуществовать не более 18 месяцев, после наступает банкротство.

Расчеты проводились не менее чем для 3000 периодов. После начального этапа расчетов данные о количестве фирм стабилизировались и приобретали волновой характер. Результаты выгружались в MS Excel, где были получены средние значения величин, приведенные таблице 1.

Таблица 1

## Средние значения результатов расчетов

Жертва						Хищник				
За-кон-чился срок	Нет за-казов	По-гло-щено	Всего за-кры-лось	Со-здано но-вых	Всего рабо-тает	За-кон-чился срок	Нет за-казов	Всего за-кры-лось	Со-здано но-вых	Всего рабо-тает
3677	275	857	4809	4811	5728	49	8	58	58	521

Сведения о средних значениях позволяют вычислить информацию:

1. Доля «хищников» от «жертв» составляет около  $521 : 5728 \approx 9\%$ .
2. Доля «жертв», закрывшихся из-за недостатка заказов, от общего количества закрывшихся фирм составляет  $(275 + 857) : 4809 \approx 24\%$ .
3. Доля «хищников», закрывшихся из-за недостатка заказов, от общего количества таких фирм составляет  $8 : 58 \approx 14\%$ .

Адекватность результатов полученной модели хорошо согласуется с данными, взятыми с сайта «Федеральной службой государственной статистики» [5; 6] и данными, приводимыми мэрией Москвы [7]. В источниках приведены следующие сведения:

1. Распределение числа организаций по видам экономической деятельности: с государственной и муниципальной формой собственности – 382,8 тыс., с частной формой собственности – 4128,1, т. е. доля «хищников» от количества «жертв» равна примерно 9% [5].

2. Удельный вес убыточных организаций по видам экономической деятельности (в процентах от общего числа организаций) – 25.5% (2007), 28.3% (2008), 30.1% (2009), т. е. около 27% [6].

3. По данным мэрии Москвы выручка более чем 2,7 тысячи государственных унитарных предприятий (ГУП) не покрывает затрат на изготовление продукции, из них 474 предприятия терпят убытки свыше трех лет, что составляет около 18% [7].

Приведенные данные позволяют говорить о достаточно хорошем соответствии между статистическими данными и результатами, полученными с помощью разработанной модели, что говорит об её адекватности.

#### **Список литературы**

1. Гусева Е.Н. Экономико-математическое моделирование: Учеб. пособ. / Е.Н. Гусева. – М.: МПСИ, 2011. – 216 с.
2. Гусева Е.Н. Имитационное моделирование социально-экономических процессов. – Магнитогорск: изд-во Магнитогорск. гос. техн. ун-та им. Г.И. Носова, 2015. – 25 с.
3. Трубецков Д.И. Феномен математической модели Лотки-Вольтерры и сходных с ней // Изв. вузов. Прикладная нелинейная динамика. – 2011. – Т. 19. – №2. – С. 69–88.
4. Чусавитина Г.Н. Основы финансовой математики: Учеб. пособие / Г.Н. Чусавитина. – М.: Флинта: МПСИ, 2008. – 176 с.
5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b10\\_11/IssWWW.exe/Stg/d2/13–01.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b10_11/IssWWW.exe/Stg/d2/13–01.htm)
6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b10\\_11/IssWWW.exe/Stg/d2/23–17.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b10_11/IssWWW.exe/Stg/d2/23–17.htm)
7. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://art.thelibrary.ru/business/real/bn/meriya\\_stolici\\_namerena\\_likvidirovat\\_bolee\\_200\\_nerentabelnih\\_predpriyatij.html#ixzz1p2oOOSdc](http://art.thelibrary.ru/business/real/bn/meriya_stolici_namerena_likvidirovat_bolee_200_nerentabelnih_predpriyatij.html#ixzz1p2oOOSdc)

*Научное издание*

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА СЕГОДНЯ:  
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА:**

Сборник материалов  
III Международной научно-практической конференции  
Чебоксары, 26 декабря 2015 г.

Редактор *Т.В. Яковлева*  
Компьютерная верстка и правка *С.Ю. Семенова*

Подписано в печать 18.01.2016 г. Формат 60×84/16  
Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура Times.  
Усл. печ. л. 17,205. Заказ К-66. Тираж 500 экз.

Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс»  
428005, Чебоксары, Гражданская, 75

8 800 775 09 02  
[info@interactive-plus.ru](mailto:info@interactive-plus.ru)  
[www.interactive-plus.ru](http://www.interactive-plus.ru)

Отпечатано в Студии печати «Максимум»  
428005, Чебоксары, Гражданская, 75  
+7 (8352) 655-047  
[info@maksimum21.ru](mailto:info@maksimum21.ru)  
[www.maksimum21.ru](http://www.maksimum21.ru)