

$$\hbar = \frac{h}{2\pi} = 1,053 \cdot 10^{-34} \text{ Дж} \cdot \text{с}$$

$$\frac{d\epsilon_{\lambda}(T)}{d\lambda} = \frac{4\pi^2 h c^2}{15} \left[ \frac{2\lambda^2 \exp(\frac{hc}{\lambda kT})}{(hc)^2} - 5 \exp(\frac{hc}{\lambda kT}) - 1 \right] = 0$$

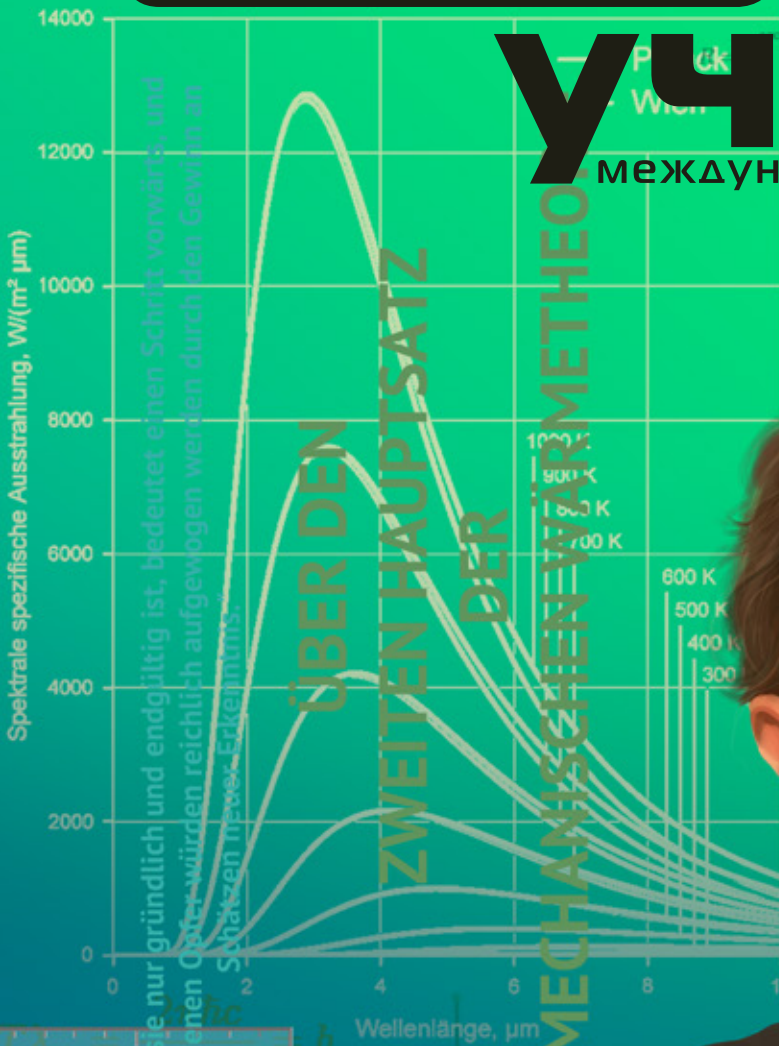
**МОЛОДОЙ**

$$E = h\nu$$

ISSN 2072-0297

# Учёный

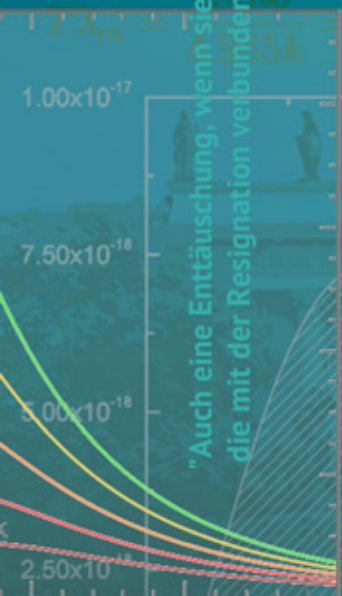
международный научный журнал



"Auch eine Enttäuschung, wenn sie nur gründlich und endgültig ist, bedeutet einen Schritt vorwärts, und die mit der Resignation verbundenen Opfer würden reichlich aufgewogen werden durch den Gewinn an Schätzen neuer Erkenntnisse."

**ÜBER DEN  
ZWEITEN HAUPTSATZ  
DER  
MECHANISCHEN WÄRMEMETHODE**

$$E = \frac{hc}{\lambda}$$



"Eine neue wissenschaftliche Wahrheit pflügt sich nicht in der Weise durchzusetzen, sondern vielmehr dadurch, daß ihre Gegner allmählich überzeugt werden und sich als belehrt erklären, aussterben und daß die heranwachsende Generation von vornherein mit der Wahrheit vertraut gemacht ist."

$$R = \frac{1}{4\pi^2} \left( \frac{mV}{h} \right)^2 \int_0^{2\pi} \frac{dx}{r^2 - x^2}$$

$$hv = A + \frac{mv^2}{2}$$

"Eine neue wissenschaftliche Wahrheit pflügt sich nicht in der Weise durchzusetzen, sondern vielmehr dadurch, daß ihre Gegner allmählich überzeugt werden und sich als belehrt erklären, aussterben und daß die heranwachsende Generation von vornherein mit der Wahrheit vertraut gemacht ist."



**10**  
2016  
Часть IX

16+

Max Planck

"Eine neue wissenschaftliche Wahrheit pflügt sich nicht in der Weise durchzusetzen, sondern vielmehr dadurch, daß ihre Gegner allmählich überzeugt werden und sich als belehrt erklären, aussterben und daß die heranwachsende Generation von vornherein mit der Wahrheit vertraut gemacht ist."

ISSN 2072-0297

# Молодой учёный

Международный научный журнал

Выходит два раза в месяц

№ 10 (114) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

**Главный редактор:** Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

**Члены редакционной коллегии:**

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Жураев Хуснидин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам

Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

На обложке изображен Макс Карл Эрнст Людвиг Планк (1858–1947) — немецкий физик-теоретик, основоположник квантовой физики. Лауреат Нобелевской премии по физике (1918).

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

**Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-38059 от 11 ноября 2009 г.**

Журнал входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе elibrary.ru.

Журнал включен в международный каталог периодических изданий «Ulrich's Periodicals Directory».

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

#### **Международный редакционный совет:**

Айрян Заруи Геворковна, *кандидат филологических наук, доцент (Армения)*

Арошидзе Паата Леонидович, *доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)*

Атаев Загир Вагитович, *кандидат географических наук, профессор (Россия)*

Ахмеденов Кажмурат Максutowич, *кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)*

Бидова Бэла Бертовна, *доктор юридических наук, доцент (Россия)*

Борисов Вячеслав Викторович, *доктор педагогических наук, профессор (Украина)*

Велковска Гена Цветкова, *доктор экономических наук, доцент (Болгария)*

Гайич Тамара, *доктор экономических наук (Сербия)*

Данатаров Агахан, *кандидат технических наук (Туркменистан)*

Данилов Александр Максимович, *доктор технических наук, профессор (Россия)*

Демидов Алексей Александрович, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

Досманбетова Зейнегуль Рамазановна, *доктор философии (PhD) по филологическим наукам (Казахстан)*

Ешиев Абдыракман Молдоалиевич, *доктор медицинских наук, доцент, зав. отделением (Кыргызстан)*

Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, *доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)*

Игисинов Нурбек Сагинбекович, *доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)*

Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, *кандидат педагогических наук, заместитель директора (Узбекистан)*

Кайгородов Иван Борисович, *кандидат физико-математических наук (Бразилия)*

Каленский Александр Васильевич, *доктор физико-математических наук, профессор (Россия)*

Козырева Ольга Анатольевна, *кандидат педагогических наук, доцент (Россия)*

Колпак Евгений Петрович, *доктор физико-математических наук, профессор (Россия)*

Куташов Вячеслав Анатольевич, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

Лю Цзюань, *доктор филологических наук, профессор (Китай)*

Малес Людмила Владимировна, *доктор социологических наук, доцент (Украина)*

Нагервадзе Марина Алиевна, *доктор биологических наук, профессор (Грузия)*

Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, *кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)*

Прокопьев Николай Яковлевич, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

Прокофьева Марина Анатольевна, *кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)*

Рахматуллин Рафаэль Юсупович, *доктор философских наук, профессор (Россия)*

Ребезов Максим Борисович, *доктор сельскохозяйственных наук, профессор (Россия)*

Сорока Юлия Георгиевна, *доктор социологических наук, доцент (Украина)*

Узаков Гулом Норбоевич, *доктор технических наук, доцент (Узбекистан)*

Хоналиев Назарали Хоналиевич, *доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)*

Хоссейни Амир, *доктор филологических наук (Иран)*

Шарипов Аскар Калиевич, *доктор экономических наук, доцент (Казахстан)*

**Руководитель редакционного отдела:** Кайнова Галина Анатольевна

**Ответственные редакторы:** Осянина Екатерина Игоревна, Вейса Людмила Николаевна

**Художник:** Шишков Евгений Анатольевич

**Верстка:** Бурьянов Павел Яковлевич, Голубцов Максим Владимирович, Майен Ольга Вячеславовна

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; http://www.moluch.ru/.

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 15.06.2016. Цена свободная.

Материалы публикуются в авторской редакции. Все права защищены.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

## СОДЕРЖАНИЕ

### ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

#### **Румянцева Ю. Е., Щербакова И. А.**

Проблемы финансирования малых инновационных предприятий в вузах..... 845

#### **Рыбин Д. А.**

Особенности международных контейнерных перевозок ..... 850

#### **Сайбель Н. Ю., Аракелян К. Р.**

Преимущества применения автоматизированных систем управления в гостиничном бизнесе .... 852

#### **Сайбель Н. Ю., Красюк Е. В.**

Интернет-страхование в России: современное состояние и перспективы ..... 855

#### **Сайбель Н. Ю., Пахиева А. А.**

Анализ современного состояния выездного туризма в России ..... 857

#### **Seko E. V., Diagilev G. S.**

Airport infrastructure cost-effectiveness in contemporary conditions ..... 860

#### **Сивакова Я. А.**

Проблемные аспекты внедрения системы управленческого учета затрат на предприятиях строительной отрасли..... 866

#### **Сиддиков А. М., Пулатова Н. Р.**

Применение компьютерных технологий в бухгалтерском учете предприятий малого бизнеса в Узбекистане..... 868

#### **Сидоренко Е. А., Власенко Р. Д.**

Особенности конкуренции на российском рынке услуг мобильной связи ..... 870

#### **Сирождидинов К. И., Ходжибаева И. В.**

Стимулирование и поддержка инновационного развития малого бизнеса в Узбекистане..... 873

#### **Скипин Д. Л., Помелова Т. В.**

Современные модели прогнозирования финансового результата ..... 875

#### **Смирнова Н. В.**

Налоговые преимущества лизинговой сделки для предприятий с общей системой налогообложения..... 878

#### **Старикова Г. В.**

Анализ внешнеэкономической деятельности Красноярского края: проблемы и перспективы развития..... 881

#### **Столярова О. А., Щербина Н. С.**

Особенности организации учета в гостиничном бизнесе ..... 884

#### **Столярова О. А., Щербина Н. С.**

Учет реализации услуг в гостиничном бизнесе ..... 887

#### **Суворова И. А., Мижит-Оол О. Р.**

Анализ основных технико-экономических показателей агрофирм России на основе ОАО «Агро-Союз ДВ»..... 889

#### **Суворова И. А., Мижит-Оол О. Р.**

Государственно-частное партнерство ..... 891

#### **Сулаймонов Б. А.**

Реструктуризация предприятий на современном этапе ..... 894

#### **Терновская А. Д., Мостовая В. С., Ларина А. А.**

Влияние эмоциональной составляющей бренда на лояльность покупателей..... 896

#### **Терновская А. Д., Мостовая В. С., Ларина А. А.**

Мотивация в менеджменте ..... 898

#### **Тетерук А. Д.**

Методы учета и управления затратами в условиях кризиса ..... 900

<b>Турсунова М. М.</b> Сущность и значение государственного долга в экономике ..... 902	<b>Хулукшинов Д. Е.</b> Источники финансирования инфраструктурных проектов на основе государственно-частного партнерства ..... 927
<b>Увальжанова Л. А.</b> Интеграция как инструмент обеспечения роста экономик стран-участниц Евразийского экономического союза..... 904	<b>Царев В. Е., Вершина Д. А., Семенова Н. К.</b> Мотивация персонала как основной фактор повышения производительности труда ..... 929
<b>Умаралиев О. Р.</b> Тенденции развития и внедрения ИКТ на малых предприятиях Узбекистана ..... 907	<b>Чабан А. Р., Снопов И. А.</b> Международная логистика Россия — Индия .. 932
<b>Уралова Д. Ж.</b> Проблемы системы управления рисками на предприятиях Казахстана и специфика их совершенствования..... 908	<b>Чуманская О. А.</b> Государственно-частное партнерство в России в условиях экономического спада ..... 934
<b>Уткина В. А., Емшанова Е. В.</b> Трудовые ресурсы: структура и состав ..... 911	<b>Шарапова М. А.</b> Рациональное использование бюджетных средств и условие повышения их эффективности..... 937
<b>Уткина В. А., Емшанова Е. В.</b> Проблемы развития сельского хозяйства Дальнего Востока России ..... 914	<b>Шодибоева М. К.</b> Инвестиционная привлекательность Узбекистана ..... 939
<b>Fakhridinov Z.</b> Harry Markowitz and his modern portfolio theory..... 916	<b>Эскиев М. А., Айсханов М. Р.</b> Социальное развитие персонала организации..... 941
<b>Харламова И. Ю., Сарычева Е. Н.</b> Основные методы оценки стоимости собственных торговых марок ..... 918	<b>Эскиев М. А.</b> Инновационный процесс как объект менеджмента..... 942
<b>Ховина Е. С.</b> Роль рейтинговых агентств и эффективность их деятельности в современных условиях..... 921	<b>Юсуфалиев О. А., Рахматов К. У.</b> Влияние информационных технологий на повышение качества и уровня жизни населения ..... 944
<b>Ховрина Д. Р.</b> О вопросах методики анализа основных средств предприятия ..... 924	<b>Юсуфалиев О. А.</b> Опыт управления качеством продукции на предприятиях Японии..... 945



## ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

### Проблемы финансирования малых инновационных предприятий в вузах

Румянцева Юлия Евгеньевна, магистрант;  
Щербакова Ираида Александровна, кандидат экономических наук, доцент ВАК  
Дальневосточный государственный университет путей сообщения

*Разработка инноваций тесно связана с научной деятельностью и встающими перед ней проблемами. Основными проводниками всех новшеств и технологий являются малые инновационные предприятия. В последнее время развивается тенденция создания малых инновационных предприятий при высших учебных заведениях. Университеты, таким образом, становятся связующим звеном между наукой, бизнесом и инновациями. Одна из основных проблем, с которыми сталкиваются малые инновационные предприятия — это получение финансирования, поиск инвесторов для осуществления инновационных проектов. В статье рассмотрены предпосылки возникновения малых инновационных предприятий в ВУЗах, а также основные источники их финансирования.*

**Ключевые слова:** инновации, малые инновационные предприятия

Первые попытки создания малых инновационных предприятий при вузах были предприняты еще в конце 90-х годов. Тогда в четырех петербургских вузах — Политехническом университете, Электротехническом университете (ЛЭТИ), Институте точной механики и оптики (Техническом университете ИТМО) и Лесотехнической академии — начали создаваться инновационно-технологические центры (или технопарки). Здесь решались проблемы переходного периода, в том числе и практической подготовки молодых специалистов.

В 90-е годы всего в вузах было создано более 80 малых предприятий, в которых были заняты более 2 тыс. студентов и молодых специалистов. Однако правовые основы этого бизнеса зачастую были сомнительными: приходилось «выкручиваться», чтобы заработать и дать возможность молодежи заниматься свободным техническим творчеством, не нарушая при этом закон.

Сейчас представляется достаточно очевидным, что повышение конкурентоспособности российской промышленности возможно только через развитие инновационной деятельности. Одним из главных направлений развития и стимулирования инновационной деятельности является создание инновационной инфраструктуры. В Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года построение инновационной инфраструктуры названо среди основных задач формирования национальной инновационной системы.

В связи с этим, пересмотреть запреты и ограничения на создание малых предприятий при вузах решил Дмитрий Медведев.

15 августа 2009 года вступил в силу федеральный закон № 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными, научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности», создающий правовую основу для инновационных предприятий, созданных при бюджетных научных учреждениях и государственных высших учебных заведениях [4].

Основной целью закона является обеспечение реального внедрения в производство результатов научно-технической деятельности. Права на эти результаты принадлежат учреждениям науки и образования, поскольку созданы за счет бюджетных средств. Закон предоставляет возможность для учреждений науки и образования быть участниками и учредителями хозяйственных обществ, занимающихся внедрением результатов интеллектуальной деятельности, права на которые принадлежат данным учреждениям.

Необходимость нововведений вызвана тем, что большинство результатов интеллектуальной деятельности в настоящее время создается за счет бюджетных средств государственными научными и образовательными организациями. Однако возможности самостоятельно внедрить в производство свои разработки у вузов и научных учреждений не было. Являясь бюджетными учреждениями, они не могли быть учредителями или участниками хозяйственных предприятий без разрешения собственника, что являлось серьезным препятствием.

В результате изменений, которые закон вносит в некоторые нормативно-правовые акты, закрепляется право научных и образовательных бюджетных учреждений создавать хозяйственные общества без согласия собственника имущества. Вносом в уставные капиталы будут права на использование результатов собственных научных и технических разработок.

Доходы от созданных хозяйственных обществ могут направляться только на правовую охрану результатов интеллектуальной деятельности, выплату вознаграждения их авторам и на осуществление основной деятельности учреждений — на образование и науку.

Предприятия при вузах и научных учреждениях смогут получить статус малых и средних предприятий, что позволит им воспользоваться льготами при налогообложении.

Среди основных проблем инновационной деятельности предприятий можно выделить низкую коммерческую эффективность научных разработок, непрофессиональное управление инновационными проектами и процессами, постоянный поиск финансовых ресурсов, слабое обоснование реализуемых проектов и т. д.

Существенным фактором, затрудняющим создание малых инновационных предприятий, является незаинте-

ресованность предпринимательского сектора экономики финансировать инновационные проекты.

В настоящее время существует большое количество финансовых инструментов, которые можно использовать в качестве источников финансирования малых инновационных предприятий. Рассмотрим эти источники.

Разновидность используемого источника зависит от стадии финансирования инновационного предприятия.

**Стартовое финансирование** является наиболее сложным этапом в финансировании малых и средних инновационных предприятий. Подавляющее большинство финансовых учреждений (как в Российской Федерации, так и за рубежом) вообще не предоставляет стартового финансирования. Стартовый же инновационный бизнес находится в максимально сложном положении, т. к. помимо стандартного набора рисков он обладает дополнительным комплексом рисков, связанных с инновациями.

Самое простое решение — на первом этапе обойтись собственными средствами учредителей. Однако в подавляющем большинстве случаев этих средств не хватает, поэтому параллельно приходится искать другие источники (таблица 1, [3]). Поэтому собственные средства следует инвестировать таким образом, чтобы повысить привлекательность предприятия для стороннего финансирования.

Таблица 1. Характеристика источников стартового финансирования

	Государственные	Частные
Основные требования источника финансирования	— Достижение результатов в ограниченные сроки — Коммерческая привлекательность разработки	— Максимальная доходность при контролируемом риске
Основные источники средств	— Федеральные бюджетные фонды	— Средства физических лиц
	— Федеральные внебюджетные фонды	— Средства частных банков и кредитных организаций
	— Соответствующие фонды на муниципальном и местном уровнях	— Средства инвестиционных компаний и фондов
	— Иностранные государственные фонды	— Средства прочих частных юридических лиц
Общие условия	— Детальная маркетинговая проработка создаваемого продукта	
	— Скорейшее прохождение начальных этапов разработки и создание опытных образцов	
	— Доведение разработки до этапа заключения предварительных контрактов на поставку продукции с заказчиками	
Условия для кредитования		— Приобретение таких активов, которые наряду с эффективным участием в деятельности компании могут служить предметом залога или возвратного лизинга — Наличие устойчивых доходов от прочих видов деятельности, которые могут обеспечить возврат полученных средств — Наличие гарантий и поручительств со стороны кредитоспособных лиц и организаций, заинтересованных в результатах деятельности инновационной компании



Для развития инновационного бизнеса могут быть привлечены следующие источники финансирования:

- государственное финансирование (субвенции, гранты, льготные кредиты);
- коммерческий кредит;

- целевые инвестиции, стратегическое партнерство;
- венчурные инвестиции.

Основные характеристики различных источников финансирования развития инновационного бизнеса представлены в таблице 2 [3].

Таблица 2. Характеристика различных источников финансирования развития инновационного бизнеса

Источники	Ограничения и требования	Преимущества	Недостатки
<b>Государственное финансирование</b> (субвенции, гранты, льготные кредиты)	— Социальная значимость; — соответствие определенным стандартам; — целевое назначение финансирования.	— Осуществление в случае, когда невозможно получить финансирование из коммерческих источников; — обычно требует выплаты меньшего объема средств в более продолжительный срок.	— Ограничения на использование (целевое назначение); — трудность в получении; — обычно небольшой объем финансирования.
<b>Коммерческий кредит</b>	— Наличие ликвидного залога; — хорошая кредитная история компании; — серьезные требования к прогнозному плану развития проекта.	— Гибкость в заимствовании и обслуживании займа; — отсутствие оперативного контроля над использованием средств.	— Риск неплатежеспособности; — высокие процентные ставки; — требования к ликвидному залого.
<b>Целевые инвестиции, стратегическое партнерство</b>	— Устойчивая позиция на рынке; — квалифицированный и опытный менеджмент.	— Использование опыта инвестора по данному виду деятельности.	— Контроль над процессом принятия решений со стороны инвестора; трудности выхода для инвестора.
<b>— Венчурные инвестиции</b>	Компания должна демонстрировать: — потенциальный рост; — уникальность идеи; — высокую квалификацию менеджеров.	— Осуществление в случае, когда нет никакого залога или гарантии; — использование опыта венчурного инвестора (всестороннее).	— Долгий и сложный процесс получения финансирования; — инвестор вправе контролировать текущий менеджмент; — трудности выхода для инвестора.

Статистические исследования показывают, что основным источником финансирования развития инновационных промышленных предприятий являются их собственные средства. Банковское кредитование остается недоступным для малых предприятий из-за высоких ставок и небольшого времени кредитования относительно времени внедрения инновационных разработок.

Доступность кредитов резко повышается при помощи гарантийных фондов. Это специализированные организации, финансовые ресурсы которых используются не для целей непосредственного кредитования малых и средних инновационных предприятий, а для выдачи финансовых гарантий банкам. В последнее время в ряде регионов создаются гарантийные структуры и фонды, которые должны решать проблемы обеспечения займов малых предприятий в банковской системе.

Следует отметить также зарождающуюся систему **финансирования инноваций бизнес-ангелами**. Бизнес-ангелы — это состоятельные люди, инвестирующие собственные средства в частные компании на начальных

стадиях развития, обладающие значительным потенциалом роста, как правило, без предоставления какого-либо залога.

В декабре 2006 года было создано Национальное содружество бизнес-ангелов. Это некоммерческое партнерство объединяет частных инвесторов, готовых вкладывать собственные средства (как правило, до миллиона долларов) в инновационные компании ранних стадий развития. Они не только инвестируют в рискованные проекты, но и активно участвуют в их управлении [5]. Цель вложений — рост стоимости проинвестированной компании, получение прибыли на «выходе» по истечению оговоренного срока, когда бизнес-ангел продает свою долю акций на фондовом рынке другому инвестору или самим основателям компании за стоимость, значительно превышающую первоначальную. Этот срок обычно составляет 3–7 лет.

Большинство бизнес-ангелов — успешные предприниматели, имеющие значительный опыт развития собственного бизнеса. Меньшая часть — высокооплачиваемые специалисты в крупных компаниях, такие как топ-менеджеры, консультанты, адвокаты и т. д.

Бизнес-ангельское инвестирование — принципиально новый механизм, его также называют «умные деньги». Он обеспечивает долгосрочные вложения в инновационные компании ранней стадии без залогов и гарантий при высокой степени риска за счет глубокого и системного изучения и активного участия инвестора в проекте. Правда, не бесплатно. Как правило, стоимость участия ангела в проекте — доля в компании.

Интересы бизнес-ангелов охватывают различные виды деятельности. Примерно треть инвестируемых проектов основана на новых технологиях. Бизнес-ангелы могут совершать инвестиции от своего имени или через свои компании, что может быть связано с налогообложением или по другим причинам.

**Венчурное инвестирование**, о котором в последнее время ведется много дискуссий, до сих пор остается экзотикой, и значимых успехов на этом направлении пока нет. По-видимому, это связано с тем, что наша промышленность пока не сформировала потребности в развитии венчурных подходов [3]. В отличие от развитых стран, где венчурный бизнес обслуживает потребность крупных предприятий в перспективных разработках, большинство российских предприятий предпочитают производить такие разработки самостоятельно. На западе эта функция все чаще выносится вовне, то есть предприятия предпочитают покупать разработку, а не проводить ее своими силами — именно это становится основой венчурных подходов.

Венчурные инвестиции осуществляются посредством специально созданного рыночного механизма — венчурного комплекса. Венчурный фонд не вкладывает собственные средства в предприятия. Он является посредником между коллективными инвесторами и предпринимателями. Это одна из самых принципиальных особенностей этого типа инвестирования.

Рассматривая перспективы появления в Российской Федерации венчурных структур, необходимо в первую очередь проанализировать предпосылки развития здесь венчурного инвестирования.

Основными *предпосылками возникновения и развития венчуров* являются [2]:

- наличие инновационных разработок с высоким коммерческим потенциалом;
- наличие профессиональных менеджеров, способных выступить связующим звеном между капиталом и конкретным объектом его приложения;
- наличие капитала, который мог бы быть инвестирован в высокорисковые вложения;
- наличие достаточно развитого рынка ценных бумаг, позволяющего реализовать финансовые технологии выхода из инвестиций;
- высокая емкость и платежеспособность потребительских рынков продукции компаний с венчурным капиталом.

Необходимыми и достаточными являются первые три условия. Без наличия хотя бы одного из них существование

венчурного бизнеса было бы невозможно. Все остальные факторы в значительной степени влияют на объем и динамику развития венчурного бизнеса, его технологию, но не на сам факт его существования.

Рассмотрим наличие первых трех основных условий применительно к Российской Федерации.

Итак, во-первых, необходимо наличие интересных бизнес-идей, технологических разработок. Российская Федерация обладает высоким научным и интеллектуальным потенциалом. Кроме того, во всех научных институтах российских регионов — и в академических, и в отраслевых — есть большой задел инновационных предложений. Есть они и у некоторых проектно-конструкторских организаций. Их результаты опубликованы, на многие получены патенты и авторские свидетельства, но применения пока не найдено.

Однако, для Российской Федерации очень актуальна проблема коммерциализации подобных разработок. Как правило, ученые создают продукт или технологию, но достаточно слабо представляют себе проблемы, связанные с запуском экономически эффективного производства. Кроме того, остро стоит вопрос с привлечением инвестиций. Даже те проекты, которые все-таки реализуются, не выходят на возможные и необходимые рабочие мощности.

Во-вторых, для формирования венчурного бизнеса в Российской Федерации необходимо наличие профессиональных менеджеров, которые были бы способны оценить перспективу развития того или иного направления и эффективно реализовать имеющуюся бизнес-идею. Достаточно сказать, что персонал большинства управляющих компаний зарубежных венчурных фондов, действующих на территории России, сформирован именно из наших специалистов, обладающих незаменимым российским опытом, знанием законодательства и традиций ведения бизнеса.

Наконец, в-третьих, нужен капитал, который мог бы быть инвестирован в высокорисковые проекты. Так как существует российский бизнес (в том числе и достаточно крупный), то, безусловно, существует и российский капитал.

Необходимо отметить, что эффективность венчурного инвестирования зависит от наличия доступного долговременного источника финансирования венчурного фонда. Традиционно источниками формирования фонда являются средства частных инвесторов (юридических и физических лиц), банков, страховых компаний, государственных и иностранных фондов и организаций.

На настоящий момент в РФ среди существующих примеров наиболее масштабным является ОАО «Российская Венчурная компания», государственная корпорация, институт развития Российской Федерации, созданный в 2007 году. Основные задачи этого государственного образованьем следующие [7]:

- Поддержка элементов инновационной экосистемы РФ;

— Формирование комфортных условий для ведения инновационного бизнеса;

— Обеспечение поддержки венчурного предпринимательства.

По своей структуре ОАО «РВК» является фондом фондов, в рамках которого осуществляется распределение средств в 12 фондов, созданных при поддержке «РВК», где принимают участие также и другие инвесторы. Помимо этого, осуществляется множество проектов по созданию необходимой инновационно-венчурной инфраструктуры в регионах РФ и улучшению инвестиционного климата в рамках страны.

Что касается *ограничений* для развития в России венчурного бизнеса, то необходимо в первую очередь сказать о недостаточности нормативно-правовой базы, регламентирующей специфическую деятельность венчуров в Российской Федерации, а также неразвитости региональных рынков ценных бумаг. По причине несовершенства фондового рынка венчурным инвесторам недоступна стратегия выхода из профинансированных компаний через публичное размещение акций на фондовом рынке. При этом практически отсутствуют другие отработанные процедуры различных стратегий выхода венчурного капитала.

Как мы видим, набор возможных инструментов достаточно широк, однако статистические исследования показывают, что основным источником финансирования развития малых инновационных предприятий в вузах яв-

ляются их собственные средства. Банковский кредит пока остается слишком дорогим, а кредиты слишком короткими для развития инновационной деятельности.

Ресурсы госбюджета доступны в основном для крупных предприятий. Но даже для них масштаб обеспечения бюджетными финансовыми средствами составляет не более 5–10% от необходимых объемов.

Венчурное инвестирование, о котором в последнее время ведется много дискуссий, до сих пор остается труднодоступным источником. Хотя в России существует крупная государственная венчурная компания, региональных венчурных фондов, имеющих государственную поддержку, нет не только в Хабаровском крае, но и во всем Дальневосточном федеральном округе.

Следует отметить также зарождающуюся систему финансирования инноваций бизнес-ангелами. Хотя в настоящее время в России создано несколько объединений частных инвесторов, объемы финансирования малых инновационных предприятий по этой схеме невелики.

Таким образом, государство и рынок, вузы и НИИ должны содействовать расширению деятельности инновационного сектора экономики, обеспечить проведение эффективной национальной промышленной политики, стимулировать инновационную активность малых производственных предприятий, что, в свою очередь, будет способствовать инновационному прогрессу общества в целом.

#### Литература:

1. Агарков, С. А., Кузнецова, Е. С., Грязнова М. О. Инновационный менеджмент и государственная инновационная политика. — М.: «Академия Естествознания», 2011. — 196 с.
2. Гончарова, О. Ю. Венчурное финансирование малого инновационного предпринимательства в России: проблемы и перспективы // Креативная экономика. — 2009. — № 2 (26). — с. 103–107.
3. Гребенюк, И. И., Голубцов, Н. В. Анализ инновационной деятельности высших учебных заведений России. — М.: «Академия Естествознания», 2012. — 258 с.
4. Михейкина, Л. А. Исследование нормативной базы создания малых инновационных предприятий при высших учебных заведениях // Современные проблемы науки и образования. — 2013. — № 5.
5. Под крылом бизнес-ангела // Российская венчурная компания. URL: <http://www.rusventure.ru/ru/press-service/massmedia/detail.php?ID=62>
6. Финансы: учеб. — 2-е изд., перераб. и доп. / под ред. В. В. Ковалева. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. — 610 с.
7. РВК: краткая информация о компании [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rusventure.ru/ru/company/brief/>

## Особенности международных контейнерных перевозок

Рыбин Дмитрий Андреевич, студент  
Государственный университет управления

*В данной статье рассматривается процесс контейнеризации в международных транспортных перевозках грузов. Также в работе отмечены основные классификации контейнеров по использованию на различных видах транспорта, которые позволяют осуществлять более качественную и сохранную перевозку грузов. Вдобавок, в статье описаны причины проблемы плохого развития российского рынка контейнеров.*

**Ключевые слова:** контейнер, транспортировка, международные контейнерные перевозки, груз, контейнерный терминал.

Сегодня на внутренних рынках нашей страны и на международной арене успешно используются контейнерные перевозки товарных грузов. Данный способ транспортировки грузов стал столь популярным именно благодаря контейнерам. [4–7]. Контейнеризация — это процесс транспортировки товаров в специализированных жестких металлических боксах и мягких контейнерах разных типоразмеров и параметров для сыпучих материалов. В настоящее время контейнеризация — это один из самых перспективных направлений развития транспортировки материальных и вещественных товарных продуктов. При транспортировке грузов в контейнерах грузоотправитель может не заботиться о специальной транспортной упаковке для товарных продуктов. Кроме этого, стоимость перевозки груза в контейнерах значительно меньше, чем другими способами, т. к. в этом случае не нужно переупаковывать груз при мультимодальных (не менее, чем одним видом транспорта) перевозках.

Контейнерные перевозки получили широкое распространение в сетях [7,9]. Причем этот вид перевозки имеет положительную динамику роста, о чем свидетельствуют данные внешнеторговой статистики [8].

### Классификация назначения контейнеров

По классификации назначения выделяют:

- универсальные контейнеры;
- специализированные контейнеры.

В **универсальных контейнерах** можно транспортировать разные товары, при погрузке, транспортировке и выгрузке которых не нужны особые транспортировочные условия. Например, это могут быть единичные или даже жидкие товары, которые помещаются в контейнер любым способом. Таки образом, в контейнерах универсального назначения перевозят одежды, бумагу, мелкие товары, упакованные в отдельную упаковку. Это могут быть телефоны, лампочки, бытовая техника и т. д.

В большинстве случаев универсальные контейнеры являются собственностью транспортных организаций, и у них практически нет порожнего пробега (то есть практически все время в пути контейнеры этого типа загружены в прямом и обратном направлении).

**Специализированные контейнеры** предназначены для перевозки одного определенного вида груза, который зачастую требует определенных условий транспортировки:

температуры, давления, влажности, газовой среды и т. д. Для транспортировки специальных грузов и были созданы обогреваемые контейнеры, термосы, охлаждаемые контейнеры, и такие контейнеры, которые могут одновременно нагревать и охлаждать груз. Грузами, которые требуют специальные условия транспортировки, являются растения, скоропортящиеся продукты и самым сложным в перевозке является живой груз. Как правило, специализированные контейнеры являются собственностью компаний и предприятий, на которых этот самый груз производят, а в последующем и транспортируют в специализированных контейнерах [1].

У представленного вида контейнеров есть порожний пробег, который равен половине общего пробега. В качестве примера можно использовать следующее: предприятие производит охлажденное мясо. У него есть специальные контейнеры, в которых оно и транспортирует свой груз в пределах страны, между странами и т. д. Покупателю отправляют заполненные специализированные контейнеры, тогда как возвращаются к производителю эти контейнеры пустые. Причем и переправлять эти контейнеры обратно с другим видом груза нельзя, поэтому возникает большой порожний пробег.

### Классификация контейнеров по использованию на разных видах транспорта

Есть основные контейнеры, использовать которые можно на любом виде транспорта (железнодорожном, морском, или автодорожном), кроме воздушного транспорта. Причем, это позволяет развиваться мультимодальным перевозкам.

**Пример:** Немецкая фирма BMW пользуется такой схемой доставки автомобилей: на заводе в Штутгарте, где собирают большинство автомобилей, готовую продукцию загружают в специализированные контейнеры и отправляют на грузовых автомобилях до железнодорожной станции. Там, в свою очередь, контейнер перегружают на железнодорожный состав, откуда в последующем контейнеры с автомобилями перевозят до станции назначения. После чего, их вновь увозят на автомобилях до автосалонов, где новые автомобили приобретают конечные покупатели.

Существует отдельный вид контейнеров для транспортировки грузов с помощью воздушного транспорта. Ос-

новым отличием таких контейнеров является то, что они приспособлены для использования исключительно на воздушных судах. У самолетов особая конструкция, поэтому в круглы самолет никак невозможно поместить квадратный контейнер, чтобы при этом не оставалось много свободного места. В этом можно убедиться, если попробовать вписать в окружность квадрат, и мы увидим, что значительная часть полезного объема останется неиспользованной. Именно поэтому на воздушном транспорте используют контейнеры специальной формы. У них нет отличительных характеристик, за исключением формы [10–11].

**Герметичные контейнеры** — еще один важный вид контейнеров. Во-первых, в таком контейнере лучше сохраняются внутренние параметры и условия (давление, температура, влажность, газовая среда). Во-вторых, в таких контейнерах можно транспортировать опасные грузы, т. к. негерметичные контейнеры не позволяют веществу проникать в окружающую среду. В-третьих, даже если в таком контейнере повредиться внутренняя тара, то такой контейнер сможет спасти окружающую среду и людей от содержимого, которое загрязняет или отравляет [7].

Заполнение, хранение, разгрузка и обслуживание контейнеров — все это делают в контейнерном терминале. Контейнерный терминал — это отдельно расположенный специальный погрузочно-складской комплекс, принадлежащий предприятию. Также он может находиться отдельно от предприятия. Назначение контейнерного терминала заключается в выполнении логистических операций по преобразованию потоков груза. Главной задачей любого контейнерного терминала является преобразование контейнеропотоков. Это означает, что каждый контейнерный терминал должен передавать контейнеры с одного вида транспорта на другой. Данное действие необходимо для обеспечения наиболее эффективного и оптимального перемещения (транспортировку) контейнера и груза в нем. Чтобы эти функции выполнялись, в контейнерном терминале есть склады, которые оборудованы специальными устройствами для перегрузки и внутренней транспортировки контейнеров. Размещаются данные склады в аэропорту, в порту, на железнодорожных станциях и других производственных площадках. Также существуют открытые и закрытые склады [10].

В состав контейнерного терминала также входят подъездные пути, предназначенные для разного вида транспорта. Ведь главная задача терминала — перегрузка контейнеров с одного вида транспорта на другой. Также терминалы выполняют служебные и технические здания, здания администрации. Они оборудованы топливозаправочными пунктами, таможенным пунктом. Чтобы обеспечить безопасную работу терминала, он оборудован пожарным пунктом и системой охраны. Контейнерный терминал — это не просто склад или какая-то площадка для погрузки-разгрузки контейнеров. Контейнерный терминал представлен комплексом специализированных строений, который предназначен для полноценной работы [2].

К сожалению, российский рынок контейнеров достаточно слабо развит. Например, в Российской Федерации в контейнерных перевозках задействовано только 10% грузов, тогда как в более развитых странах, с помощью контейнеров перевозят до 50% грузов. Объяснением этого может быть плохое приспособление РФ к достаточно новому для нас рынку контейнерных перевозок. Больше 70% контейнерных терминалов расположены в европейской части РФ. Это связано со слабым и медленным приспособлением к изменениям РФ, а вследствие этого, становление контейнерного рынка в нашей стране будет проходить еще длительное время.

На территории Российской Федерации, специальные контейнеры, а также универсальные контейнеры имеют порожний пробег, который зачастую достигает 1/3 от пройденного расстояния. (Согласно отчетам российских фирм, которые занимаются перевозкой контейнеров) [3]. Вроде и нет в этом ничего страшного, ведь только 1/3 расстояния не приносит прибыли, но остальные 2/3 (67% расстояния), все же приносят доход. Конечно, его хватает и владельцу фирмы, и для развития грузоперевозок, усовершенствования технологий и т. д. Но, на самом же деле, 1/3 = 33% недополученной прибыли. Кроме этого, фирмы несут еще и расходы на обслуживание, поэтому в целом потери получаются значительными.

Безусловно, изучать причины порожних пробегов в нашей стране и в международных контейнерных перевозках является необходимым. Поскольку это не только прибыль одной компании, а десятков и даже сотен компаний, каждая из которых оплачивает налоги, зарплаты и т. д. Поэтому данные проблемы необходимо устранять, проводить комплексные анализы в организациях, осуществлять логистический консалтинг [10–11] и выяснять, почему так происходит, и что надо улучшить, чтобы не было потерь 40% прибыли.

На мой взгляд, важными причинами такого порожнего пробега в нашей стране и за границе может быть неразвитая логистика, ее структурных элементов и системы. Кроме этого, у сотрудников в этой сфере должна быть достаточная профессиональная квалификация, они должны обладать специальными знаниями в данной области. Отсутствие этого приводит к тому, что компания недополучает прибыль — и все это не считая малой экономической и финансовой грамотности штатного персонала, который работает на данных предприятиях [5,11]. Конечно, существует и перспектива международных контейнерных перевозок, в которой будет участвовать и Российская федерация, но она длительная и требует серьезных материальных вложений. Это также поможет создать современную контейнерную инфраструктуру и в нашей стране. Плюс ко всему у нас плохо организована и не оптимизирована работа компаний, которые занимаются международными контейнерными перевозками. А значит все это необходимо устранять, и тогда мы сможем достичь хорошего уровня в данной сфере.

Литература:

1. Интервью с генеральным директором CityExpress. Рынок логистики в условия экономического кризиса // «Умный логист». — 16.01.2015. — № № 11/1. — С. стр. 2
2. Кузнецова, А.В. «Контейнерные грузоперевозки. Современно, удобно, надежно» // Молодой ученый\_. — 2015. — № 8 (88). — с. 592–595.
3. Дональд Уотерс. «Логистика. Управление цепью поставок». —: Юнити, 2003. — 503 с.
4. Исследование РБК «Грузоперевозки уходят в минус» от 14 ноября 2014 года. Изд-во «Открытые системы», 2014 год, стр. 23
5. Аникин, Б. А.; Родкина Т. А.; Волочиенко В. А.; Заичкин Н. И.; Межевов А. Д.; Федоров Л. С.; Вайн В. М.; Воронов В. И.; Водянова В. В.; Гапонова М. А.; Ермаков И. А.; Ефимова В. В.; Кравченко М. В.; Серова С. Ю.; Серышев Р. В.; Филиппов Е. Е.; Пузанова И. А.; Учирова М. Ю.; Рудая И. Л.. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основы логистики.. — М.: Проспект, 2014. — 344 с.
6. Логистика: тренинг и практикум. Аникин Б. А., Вайн В. М., Водянова В. В., Воронов В. И., Гапонова М. А., Ермаков И. А., Ефимова В. В., Заичкин Н. И., Кравченко М. В., Пузанова И. А., Родкина Т. А., Серова С. Ю., Серышев Р. В., Федоров Л. С. Учебное пособие / Москва, 2014.
7. В. И. Воронов, А. В. Воронов, В. А. Лазарев, В. Г. Степанов. Международные аспекты логистики: Учебное пособие. / Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2002. — 168 с.
8. Воронов, В. И., Воронов А. В. Международные товаропроводящие сети. Маркетинг. 2013. № 6 (133). с. 20–28.
9. Воронов, В. И., Воронов А. В., Ермаков А. А. Внешнеторговая статистика в развитии международного маркетинга и логистики. Маркетинг. 2014. № 1 (134). с. 90–96.
10. Мацинина, С. С. Анализ объектов управления контейнерными перевозчиками в логистических цепях поставок продукции. РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2011. № 3. с. 82–85.
11. Мацинина, С. С. Организация управления интермодальными контейнерными перевозками в логистических цепях поставок продукции. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Государственный университет управления. Москва. 2011. № 3.
12. Воронов, В. И., Пичейкина А. С. Основные аспекты логистического консалтинга. Вестник университета (Государственный университет управления). 2007. Т. 1. № 19. С 151–159.

## Преимущества применения автоматизированных систем управления в гостиничном бизнесе

Сайбель Наталья Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент;  
Аракелян Кристине Романовна, студент  
Кубанский государственный университет

*В связи с увеличением количества гостиниц в мире, возрастает и конкуренция среди них. Автоматизация процессов функционирования гостиницы — это обязательное условие успешной работы предприятия, а эффективное использование собранных данных является ключевым фактором его конкурентоспособности. В статье раскрыты возможности использования автоматизированных систем в гостиничном бизнесе.*

**Ключевые слова:** автоматизированные системы управления, информационные технологии, гостиничный бизнес.

Всё более важное место в работе гостиничных предприятий занимает внедрение и использование новых информационных технологий, основными задачами которых является получение достоверной управленческой информации о работе всей гостиницы, оптимизация бизнес-процессов, переход к «безбумажным» технологиям, повышение качества обслуживания гостей, а также выполнение статистических и аналитических функций. За последние де-

сятилетие ничто так не повысило профессионализм и производительность предприятий и организаций индустрии гостеприимства, как внедрение новых компьютерных технологий, которые в корне изменили способ ведения гостиничного бизнеса, позволили владельцам предприятий разрешить ряд проблем и создали массу удобств клиентам [1].

Информационные и компьютерные технологии являются основой процесса глобализации. Внедрение в го-

стиничный бизнес новых информационных технологий способствует улучшению качества обслуживания при одновременном сокращении персонала.

Родоначальником автоматизированных систем управления в мире являются американцы. В 1960-х гг. три крупнейшие гостиничные сети (Hilton, Inter Continental, Sherata) совместно с корпорацией АВМ профинансировали создание первой системы управления гостиницей и назвали её HIS (Hotel Information System) [8].

До настоящего момента времени во многих гостиницах Америки функционирует данный продукт. Зарегистрированное название носит товарный знак HIS. В настоящее время в большинстве развитых стран большая часть занятого населения в той или иной мере связана с процессами подготовки, хранения, обработки и передачи информации, поэтому вынуждена осваивать и практически использовать информационные технологии.

Следует отметить, что гостиница — это сложное, многофункциональное предприятие, которое оказывает целый комплекс услуг: размещение, питание, бытовое обслуживание. Основными источниками заработка являются: номерной фонд, бизнес центр, общественное питание.

Современные гостиничные хозяйства — это динамично развивающаяся отрасль. Тенденции её развития связаны с ростом и расширением спроса и предложения. Использование новейших информационных технологий и интеграция систем жизнеобеспечения позволяет оптимизировать функцию всех служб и сервисов гостиничного комплекса [7].

Как известно, автоматизированная система управления (АСУ) — это специализированный пакет программ, обеспечивающий работу персонала на своих рабочих местах и оперативное принятие решений от резервирования мест до получения отчёта по деятельности.

АСУ имеет интерфейс с программами автоматизирующих смежные департаменты или со смежными программами (АСУ ресторана, телефонным тарификатором, системой контроля доступа и, конечно, системой удалённого бронирования). Эти системы или подразделения работают не изолированно друг от друга, а обмениваясь информацией между собой [4]. Информация может быть в виде документа на бумаге или в электронном виде. Таким образом, можно сделать вывод, что АСУ это:

— способ накопления и источник получения полной и своевременной информации о госте и текущем состоянии гостиницы, поступающей из смежных систем в удобной форме, а, следовательно, основа информационной системы отеля;

— инструмент и средство управления и быстрого реагирования на постоянно меняющиеся ситуации в гостинице и на рынке;

— способ повышения уровня сервиса гостей и качества работы персонала;

— система автоматизации всех этапов работы с гостем от приёмки заявки до окончательного расчёта;

— возможность эффективного использования номерного фонда и других элементов гостиницы, а, следовательно, и увеличения её доходов;

— инструмент для кадровой политики, позволяющий четко разграничивать права персонала в системе и контролировать действия отдельных сотрудников;

— новые возможности выполнения всех этапов в сфере накопления. Базы данных «истории гостя» позволяют поощрять постоянных клиентов, точно изучать целевой рынок гостиницы, прогнозировать спрос на услуги, проводить эффективную маркетинговую и кредитную политику. Автоматизация процессов функционирования гостиницы — это обязательное условие успешной работы предприятия, а эффективное использование собранных данных является ключевым фактором его конкурентоспособности [2].

Существуют три основных критерия оценки целесообразности инвестиций в автоматизированные системы управления гостиницами:

1. Достижение конкурентного преимущества.
2. Повышение производительности работы.
3. Максимальное использование имеющихся ресурсов гостиницы [6].

Известные гостиничные корпорации вслед за авиакомпаниями стали в своё время пионерами использования компьютерных гостиничных систем, как для внутреннего управления, так и создания собственных транснациональных компьютерных систем бронирования и резервирования мест. Компьютерные технологии позволяют решать многие задачи современного менеджмента и маркетинга более совершенными средствами. Трудно уже представить без компьютерного обеспечения процессов управления не только средний отель, но и даже малые отели, с числом номеров менее 100.

Значение и роль автоматизированных систем управления в успешности ведения бизнеса гостеприимства в настоящее время многими явно недооцениваются. В профессиональных стандартах, предложенных Федерацией рестораторов и отельеров, устанавливается, что «иметь представление» о них должны лишь менеджеры четвертого уровня, занимающиеся стратегией развития предприятия. Однако реальная практика работы показывает, что даже современные горничная, официант, бармен должны не только «иметь представление», но и работать с соответствующими средствами, конечно, на своем уровне. И автоматизация настолько прочно вошла в повседневную жизнь современного предприятия гостеприимства, что POS-терминал на стойке сегодня уже воспринимается скорее как неотъемлемая часть интерьера, нежели как рабочий инструмент контактного персонала и автоматизации бизнес-процессов. Тем не менее, соответствующие средства всё ещё воспринимаются многими акционерами и управленцами бизнеса как некая дань моде. А исходить нужно из следующего, — это инструмент получения, упорядочивания, накопления и анализа информации [5].

Следует выделить возможности системы управления гостиничным предприятием:

1. Оперативный контроль и управление деятельностью предприятия в реальном масштабе времени. В полнофункциональных системах такая возможность предоставляется с любой точки земного шара при наличии доступа в Интернет. Она реализуется через предоставление удаленного доступа к информационным ресурсам сервера на предприятии или через автоматизированное рабочее место на портативном компьютере пользователя. При этом обеспечивается и возможность подключения к системе видеонаблюдения, если такая на предприятии установлена.

2. Обеспечение существенного долговременного и стабильного повышения выручки при снижении переменных затрат. Достигается за счет перекрытия большинства каналов, используемых персоналом для злоупотреблений, повышения скорости оборота управленческой информации, оптимизации бизнес-процессов и практически без дополнительных затрат.

3. Снижение постоянных затрат. Данный эффект обусловлен тем, что отпадает необходимость в найме сотрудников на некоторые управленческие должности на предприятии, уменьшается количество контактного персонала. Имеются и некоторые другие возможности снижения постоянных затрат, например, благодаря применению подсистемы обеспечения и поддержки лояльности гостей.

4. Получение, обработка и анализ любых данных о состоянии и результатах деятельности предприятия в реальном масштабе времени. При этом обеспечивается многообразие и удобство форм представления информации — тексты, таблицы, графики, видео и др.

5. Увеличение объема оборотных средств и повышение скорости их оборота. Это достигается, в частности, за счет оптимизации складских запасов. Система обычно позволяет автоматически определять минимально необходимые складские запасы по группам и номенклатурам расходных материалов, продуктов, товаров и в последующем строго контролировать их остатки. В результате по-

является возможность минимизировать «замороженные» в складских запасах средства и быстрее реагировать на изменения конъюнктуры рынка.

6. Ведение полноценного управленческого учета и анализа. Автоматизированная система управления позволяет реально наблюдать, где, сколько, на что, кто и с какой эффективностью тратит финансовые средства, выработать и реализовывать меры по минимизации затрат. Управление расходами — краеугольный камень управленческого учета и основа повышения прибыльности предприятия. Постатейное структурирование переменных и постоянных расходов, автоматически учитываемых в системе, позволит цивилизованно на современном уровне управлять ими. Затраты при ведении бизнеса неизбежны, но они не должны быть больше, чем необходимо [3].

Следует отметить, что индустрия гостеприимства — важная составляющая экономики многих стран мира. Современную индустрию гостеприимства характеризуют быстрая сменяемость экономических условий, повышение качества услуг, непрерывное поступление на рынок новых участников, в том числе иностранных. Эти изменения оказывают сильное влияние на финансовое положение российских предприятий индустрии гостеприимства. Конкурентное преимущество предприятий индустрии гостеприимства зависит от нововведений в области информационных технологий, таких как: во-первых, комплексных систем автоматизированного управления, а во-вторых, систем, связанных с хранением и интеллектуальной обработкой данных.

Таким образом, внедрение информационных технологий в гостиничный бизнес позволяют систематизировать информацию, которой располагает гостиница, а также контролировать все рабочие процессы. Такие системы оказывают влияние на качество обслуживания туриста, на конкуренцию. Автоматизированные системы должны использоваться во всех гостиничных предприятиях, так как это способствует долгосрочному успеху, а также установлению барьеров на пути проникновения в отрасль новых конкурентов.

#### Литература:

1. Алексеев, В.И. Информационные технологии в туризме и гостиничном менеджменте / В.И. Алексеев. — М.: Д.А.Р.К., 2008.
2. Бочарников, В.Н. Информационные технологии в туризме / В.Н. Бочарников, Е.Г. Лаврушина, Я.Ю. Блиновская. — М.: Флинта, МПСИ, 2008.
3. Лаврушина, Е.Г. Информационные технологии в туризме / Е.Г. Лаврушина, В.Н. Бочарников — М.: ЮНИТИ, 2002
4. Плотникова, Н.И. Комплексная автоматизация туристского бизнеса / Н.И. Плотникова. — М.: Советский спорт, 2001.
5. Саак, А.Э. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны) / А.Э. Саак М.В. Якименко. — СПб.: Питер, 2012.
6. Сайбель, Я.В., Мезер С.Д. Анализ современных методов оптимизации бизнес-процессов // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сборник научных трудов / под ред. В.А. Сидорова. Выпуск 19. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2015. с. 149–154.



7. Сирый, В.К. Об автоматизации управления предприятием гостеприимства / В.К. Сирый, С.В. Ярков. URL: <http://www.econcept.ru> (дата обращения: 28.04.2016).
8. Чудновский, А.Д. Информационные технологии управления в туризме / А.Д. Чудновский, М.А. Жукова. — М.: ЮНИТИ, 2012.

## Интернет-страхование в России: современное состояние и перспективы

Сайбель Наталья Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент;  
Красюк Елена Владимировна, студент  
Кубанский государственный университет

*Статья посвящена современному состоянию и перспективам развития интернет-страхования в современной России. Кратко изложена история возникновения и проблемы, с которыми пришлось столкнуться на пути к стабильному функционированию онлайн-страхования.*

**Ключевые слова:** интернет-страхование, онлайн-страхование, традиционное страхование, ЭЦП.

17 мая 1991 года был определен стандарт WWW, с этого момента сеть Интернет прочно вошла в нашу жизнь. Первыми осваивать новую сферу приложения интересов стали банки, затем к ним подключились и другие финансовые институты, в том числе и страховые компании.

Прежде, чем говорить о современном состоянии интернет-страхования, вспомним, что же такое традиционное страхование, и как оно трансформировалось в сферу онлайн услуг. Страхование — это процесс установления и поддержания неких договорных отношений между Страхователем (покупателем страховых услуг) и Страховщиком (организацией, предоставляющей такие услуги). Страховщик разрабатывает и определяет программу страхования, предлагает ее клиенту, и, в случае согласия последнего, стороны заключают договор, в результате которого клиент осуществляет единовременный или регулятивные платежи, а Страховщик обязуется, в случае наступления страхового случая, выплатить Страхователю денежную компенсацию, определяемую условиями данного договора. При совершении сделки формируется документ, называемый страховым полисом. Полис служит для Страхователя и для страховой компании юридическим документом, в котором оговариваются существенные моменты страхования: указывается объект страхования (имущество, человек, ответственность), страховой случай, от наступления которого заключается договор, начало и конец срока страхования, страховая сумма, страховая премия. Документ подписывается обеими сторонами и в обязательном порядке должен храниться у Страхователя. Таким образом, интернет-страхование (в полном смысле этого слова) — это все вышеперечисленные элементы взаимодействия между страховой компанией и клиентом, возникающие при продаже страхового продукта и его обслуживании, но производимые с помощью сети Интернет [1].

В отличие от классической формы, страховка онлайн имеет ряд преимуществ, касающихся безопасности и удобства. Именно поэтому предпочтение прямому стра-

хованию отдают многие люди по всему миру. Например, по данным статистики, свыше 70% британцев покупают страховку посредством телефона или сети Интернет, во Франции этот показатель приблизился к 50% от общего числа местных жителей.

Одна из главных положительных сторон данного вида страхования, объясняющее такую тенденцию, заключается в отсутствии каких-либо посредников при совершении покупки: это означает налаживание прямого контакта между страховщиком и клиентом, без участия, например, брокеров или агентов. Что, в свою очередь, существенно снижает стоимость страховки. Положительные стороны присутствуют и у страхователей. Предлагая страховку онлайн, страховщики значительно экономят свои средства (как время, так и деньги) на подбор и обучение сотрудников, аренду офисных помещений и организацию рабочего процесса. «Сэкономленное» на прямом страховании тратится на массированные рекламные кампании, которые необходимы по причине отсутствия специалистов, которые могли бы «дойти» до каждого клиента. Еще одной причиной является искусственное занижение цен малоизвестными компаниями. Они могут предлагать ошибочные тарифы на продукты, продаваемые по прямым каналам (через Интернет). Это относится, прежде всего, к страховщикам, не имеющим своей статистики и истории на российском рынке [3]. Если же говорить о российском онлайн-страховании, то 30 ноября 1999 г. группой «Ренессанс-страхование» через Интернет был продан первый в России страховой полис — полис страхования гражданской ответственности [2]. С этих пор рынок предоставления страховых услуг через глобальную сеть стал динамично развиваться. На сегодняшний день на рынке интернет-страхования представлены почти все крупные страховые компании. Они предлагают купить онлайн полис в несколько кликов, но далеко не все виды услуг доступны через интернет. Основные виды услуг, предоставляемые через Интернет:

- поездки;
- дом или квартира;
- авто;
- несчастные случаи;
- ипотека.

Некоторые случаи страхования требуют оценки эксперта или личного присутствия страхователя, поэтому заключить договор через интернет становится затруднительно, к таким видам в первую очередь относят:

- накопительные программы;
- ДМС;
- ДСАГО;
- имущество (кроме страхования квартир, домов и гражданской ответственности);
- страхование жизни;
- страхование трудовых мигрантов;
- инвестиции;
- добровольное и обязательное страхование.

В перечисленных случаях, как правило, страховые компании предлагают отправить онлайн-заявку, после обра-

ботки которой клиенту перезвонят. Чтобы покупать через интернет нужно быть осведомленным обо всех деталях покупки, процесс страхования через интернет рассчитан на осведомленного пользователя. От этого и исходят страховые компании, чтобы оформить некоторые виды страховки, лучше обратиться лично в офис, и получить полноценную консультацию.

Стоит отметить, что различные страховые компании предоставляют различные страховые услуги через интернет. К наиболее распространенным страховым компаниям в России относят: Росгострах, Согаз, Ресо — гарантия, Ингострах, АльфаСтрахование (рейтинг страховых компаний представлен в таблице 1). Каждая из них имеет стабильно функционирующий сайт в интернете, где можно прочитать о ней информацию и посмотреть перечень услуг. Сразу стоит обратить внимание, что онлайн оформление сделок до сих пор даже страховщиками позиционируется как нечто новое и необычное, чем можно привлечь клиентов и повысить свою конкурентоспособность.

Таблица 1. Рейтинг страховых компаний за 2015 год

Название	% от всего рынка
1. Росгострах	14,54
2. Согаз	12,04
3. Ресо-гарантия	7,61
4. Ингострах	7,19
5. АльфаСтрахование	5,28
6. ВСК	4,70
7. ВТБ Страхование	4,64
8. Сбербанк страхование жизни	4,30
9. Согласие	3,00
10. Росгострах — Жизнь	2,33
11. Группа Ренессанс — страхование	2,03
12. АльфаСтрахование — Жизнь	1,31
13. Жасо	1,27
14. Ренессанс — Жизнь	1,27
15. Уралсиб	1,25
16. Альянс	1,19
17. Энергогарант	1,03
18. МАКС	1,02
19. Капитал Страхование	0,78
20. Страховая группа МСК	0,73

Из вышесказанного можно сделать вывод, что система оказания услуг онлайн еще не до конца сформирована. Но уже сделано многое, когда страхование через Интернет только начинало свою работу, основную проблему составляло нормативно правовое обеспечение, в первую очередь то, что, по закону в нашей стране нельзя было покупать полис без заключения договора. Как результат — заявки через интернет не принимались. Тем не менее, выход был найден — для заключения договора курьер со всеми необходимыми документами выезжал на дом к клиенту, такая

система никак не противоречит закону, так как место заключения никак не регламентируются.

Стоит отметить, что такая ситуация складывалась вплоть до 2015 года, пока в законодательство не были внесены соответствующие изменения, касающиеся использования ЭЦП. Если рассматривать ситуацию на западе, то уже в 2000 году в закон были внесены поправки, для благополучного использования ЭЦП при онлайн-страховании. Существует еще один вариант: при оплате на телефон приходит смс с кодом — таким образом система

проверяет достоверность личности пользователя. После всех процедур оформления вы можете без труда получить полис на почту.

Несмотря на все новшества и преобразования в сфере онлайн-страхования на сегодняшний момент присутствует ряд особенностей, над которыми приходится работать:

1. Социальное страхование — это одно из немногих направлений страховой сферы, которая требует наличие реальных документов и обращения в точку выдачи и оформить этот вид страховки в интернете невозможно.

2. Возмещение по страховке онлайн получить нельзя.

3. До сих пор многие предпочитают оформлять страховку «по — старинке», обращаясь в офисы. Такая ситуация в первую очередь говорит о неосведомленности населения и недостаточной пропаганде коммерческой сферы страхования в интернете.

4. Некоторые сайты еще не совсем приспособлены к работе с клиентами: не имеется удобного интерфейса.

С другой стороны, онлайн-страхование за свою уже более чем десятилетнюю историю развития сделало большой шаг вперед, имеются успехи и перспективы.

На данный момент распространению услуг страхования через сеть способствуют страховые брокеры и агенты. Это очень удобный вид посредничества, но недостаточно распространенный в нашей стране. Основную

его проблему составляет то, что они не имеют право заключать электронные договоры (согласно ФЗ 287, ст. 6, п. 5). Также, существуют распространенные страховые порталы к ним можно отнести: Страхование сегодня, Независимый портал о страховании, Страховой гуру, Страховой портал. РУ.

На сегодняшний момент компании достаточно интенсивно используют глобальную сеть для реализации полисов. Начав свое формирование в 1991 году, они уже сделали большой шаг вперед. Интернет позволяет страховым компаниям значительно сократить издержки за счет использования новых каналов дистрибуции. В полной мере эту экономию можно будет ощутить лишь через 3–5 лет. На первом же этапе более уместно говорить о появлении удобного информационного канала, улучшении имиджа компании и расходах, связанных с внедрением новой технологии. Уже сложилась необходимая развитая инфраструктура для онлайн продажи полисов, сайты переориентировались на интернет — потребителя [5, с. 407–408].

Подводя итог, хотелось бы сказать, что интернет-страхование — перспективное направление коммерческой деятельности, которое имеет уже более двадцатилетнюю историю формирования. Сейчас у нас уже есть стабильно функционирующая система, осталось только приобщить к ней потребителей.

#### Литература:

1. Понятие Интернет-страхования и Интернет-представительства страховой компании. URL: [http://boriska.narod.ru/WIS/Inter\\_ins.htm](http://boriska.narod.ru/WIS/Inter_ins.htm) (дата обращения: 9.05.2016).
2. Приобретение страховых полисов в сети // Интернет страхование. URL: <http://www.uic.unn.ru/~chep/html/fnapc3.htm> (дата обращения: 9.05.2016).
3. Росгострах // Прямое страхование. URL: <http://www.rgs.ru/about/online/index.wbp> (дата обращения: 9.05.2016).
4. Свездюк, Л.А., Багаева А.П. Интернет-страхование // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. — 2012. — № 8. — с. 407–408.

## Анализ современного состояния выездного туризма в России

Сайбель Наталья Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент;

Пахиева Асият Арсеновна, студент  
Кубанский государственный университет

*В статье раскрыты основные проблемы развития выездного туризма; показана динамика развития туристского рынка в России; проведен анализ современного состояния выездного туризма и представлены перспективы его дальнейшего развития.*

**Ключевые слова:** рынок туристских услуг, выездной туризм, туристические потоки, глобализация мировой туристской индустрии.

Как показывают исследования, прошлое столетие означало феноменальным продвижением международного туризма. Это проявилось не только в повсеместном распространении и глобализации мировой туристской ин-

дустрии, но и включением России в международные туристические потоки. Современному туристскому рынку чуть более 20 лет, но за этот небольшой период практически полностью оформлена нормативно-правовая база отече-

ственного туризма, сформировались крупные туристские операторы и агентские сети, расширены формы поставщиков туристских услуг.

Особенно стремительно развивался рынок выездного туризма, что определялось, прежде всего, колоссальным отложенным спросом на иностранный туристский продукт. В настоящее время размер выездного туристского потока (около 20 млн. чел. в год) почти в четыре раза превосходит аналогичный показатель въездного туризма [7]. Несмотря на это, в выездном туризме существует ряд важных проблем, которые в последние годы заметно усложнились.

Вместе с тем для туристской отрасли, завершившиеся 2014–2015 годы, выдались еще более сложными, чем кризисные 2008–2009 гг. Падение спроса, рост курса валют, банкротство туроператоров, переориентация на внутренний туризм с выездного, поправки в законодательство — все эти события определяют дальнейшее развитие отрасли [1].

Снижения спроса на туры за границу начались еще в конце зимы 2014 г. и продолжают до сих пор, спровоцировано это было сразу несколькими причинами. Первые причины начались у туроператоров, после того, как в апреле появился негласный запрет на выезд за рубеж для сотрудников силовых ведомств. У многих турфирм на клиентов, работающих в этих сферах, приходилась значительная часть продаж. Напряженные отношения с Турцией, временный запрет въезда в Египет также способствовали замедлению темпов роста выездного туризма. Так как эти две страны входят в десятку стран — лидеров по посещаемости российских граждан. И наконец, самый серьезный удар выездному туризму нанесло падение курса рубля — к декабрю 2014 г. рубль обесценился по отношению к доллару и евро почти на 50 %, что привело к двукратному росту цен на туры за рубеж для россиян.

Для сравнения нами был проведен анализ показателей выездного туризма, рассмотрена его динамика за последние десять лет, начиная с 2005 г., дабы показать, как заметно снизилось количество российских граждан, выезжающих за рубеж.

За 2005 г. любителей попутешествовать незначительно повысилось, сравнивая этот год с предыдущим. Число туристов, выехавших из Российской Федерации с целью туризма, составило 6 млн. 785 тыс. чел. По сравнению с прошлым годом отдыхающих увеличилось всего лишь на 228 тыс. чел. В этом году туристы охотно ехали в Европу: Испанию, Францию, Италию, Австрию, Хорватию, Венгрию. По всем этим направлениям зафиксирован рост. Как объясняют туроператоры, это связано, прежде всего, высоким транспортным предложением, невысокими ценами, а также стабильным интересом к Европе со стороны самих россиян [6].

По сравнению с 2005 г., 2006 г. показал неплохие результаты. Число туристов повысилось на 968 тыс. Безусловно, повышение числа туристов, выезжающих за пределы Российской Федерации, с каждым годом радует, но по сравнению с предыдущими годами скачек совсем не-

большой. Так, например, с целью туризма за 2006 г. выехало 7753 тыс. российских туристов, получается всего на 12 % больше, чем за 2005 г.

А вот число туристов за 2007 г. заметно увеличилось по сравнению с предыдущими годами. За рубежом в этом году побывало 9369 тыс. российских граждан, что на 1616 тыс. больше, чем в 2006 г.

Рекордсмены 2007 г. по динамике роста, в основном, экзотические страны: Израиль (91 %), Мальдивы (79 %), Вьетнам (69,5 %), Таиланд (60 %). Из европейских стран, в лидерах Австрия (44 %), Литва (43 %), Нидерланды (37 %), Хорватия (36 %), Кипр (33 %) [2].

2008 г. выдался для туроператоров неплохим, он дал хороший результат в сфере выездного туризма. В 2008 г. россияне совершили 11,3 млн. поездок за границу. Сравнимая этот год с предыдущим, следует отметить, что на 17,7 % число поездок увеличилось. Что касается популярных туристических направлений среди наших соотечественников, то можно отметить высокий спрос на Турцию, Китай, Египет и Финляндию [3].

Не успели порадоваться хорошему результату за 2008 г., как наглядно видно изменение в худшую сторону за 2009 г. в численности российских граждан, выехавших за границу. В этом году в целях туризма отдыхающих составило 9542 тыс., а это значит, что число туристов снизилось на 15,7 %.

Лишь треть из 30 популярных направлений в 2009 г. показали положительную динамику. Лидирует в этой десятке Израиль (+36,5 %). На втором месте неожиданно расположилась Доминиканская Республика (+29 %). Третий лидер — США (+28,6 %). В течение года низкий курс доллара к евро, специальные предложения гостиниц и авиакомпаний также приблизили стоимость туров в США к европейским [6]. Параллельно этому американское консульство немного упростила процедуру получения визы, которая сейчас оформляется без проблем. Так же стоит отметить, что повышения спроса в США, как ни странно, произошло из-за закрытия игорных заведений в России — наши соотечественники стали больше интересоваться поездками в азартный Лас-Вегас.

Швейцария (+28,2 %), несмотря на кризис, весь прошедший год туристов не теряла, а только привлекала. Объясняется это тем, что в данной стране активная кампания по летнему отдыху, относительно недорогие цены и отличное качество сервиса.

Черногория (+27,2 %) показала высокий рост по сравнению с Хорватией (–36,8 %). Причиной того стало повышение цен в хорватских отелях в тяжелые кризисные месяцы.

Поездки в Египет по-прежнему продолжают расти (+13 %), что нельзя сказать о Турции, в 2009 году число поездок в эту страну сократилось на 11 %. Ситуация подобна хорватской.

С каждым годом, как мы видим, показатели меняются, то в лучшую, то в худшую сторону. 2010 г. так же не стал исключением, не смотря на предыдущий год, показал не-

плохой результат. Исходя из данных, взятых с сайта Федерального агентства по туризму, в этом году российские туристы совершили 39323 тыс. поездок за границу — на 50046 тыс. больше, чем в 2009 г. В тройку стран — лидеров по популярным туристическим направлениям за 2010 г. попадают: Турция, Египет, Китай. Всего за этот год число граждан в целях туризма составило 12 млн. 605 тыс. чел., больше на 32%, чем в 2009 г.

Что касается 2011 г., то количество поездок за границу увеличились на 15% больше, чем в предыдущем. Результат положительный, но динамика роста заметно снизилась, по сравнению с 2010 г. Всего за этот год число туристов, покинувших страну в целях туризма, составило 13 млн. 239 тыс. чел., что на 1 млн. 836 тыс. больше, чем за 2010 г. И соответственно изменилась численность российских граждан на 16%.

2012 г. по сравнению с предыдущими годами также дает положительные результаты. Всего наших соотечественников за рубеж по разным направлениям выехало 47 млн. 812 тыс. — это на 9% больше, чем в 2011 г. Первое место по количеству выехавших граждан за границу заняла Финляндия. Всего эту страну за 2012 г. поехало 5 млн. 118 тыс. чел. Серебро в этом году получила Турция. Число российских туристов посетивших эту страну составило 3 млн. 334 тыс. На третьем месте Египет. За 2012 г. страну посетили по разным направлениям 2 млн. 246 тыс. чел.

По данным Росстата, в 2013 г. россияне совершили за рубеж 54 млн. 69 тыс. поездок, это на 13% больше, чем в 2012 г. С целью туризма количество наших сограждан выехавших за пределы РФ составило 18 млн. 292 тыс., по сравнению с предыдущим годом динамика увеличилась на 19,3% [4]. И этот показатель значительно выше среднего за 5 лет, который составляет 11%. В 2013 г. произошли небольшие изменения. Финляндия и Турция по-прежнему на своих местах, но Египет вытеснила Эстония. За этот год в Эстонии побывало 2 млн. 252 тыс. наших граждан.

А вот 2014 г. для туроператоров выдался не из легких, в значительной степени снизилось количество выездов за рубеж. В общем количестве за этот год туристов составило 45 млн. 888 тыс., это значит, что число граждан по сравнению с предыдущим годом сократилось на 15%. С целью туризма выехало 17 млн. 611 тыс. чел., падение численности граждан понизилось на 4%. Лидирующие места по-прежнему занимают Финляндия, Турция, Египет также в 2014 г. вошел в тройку лидеров.

#### Литература:

1. Александрова, А. Ю. Международный туризм / А. Ю. Александрова. — М.: Аспект-пресс, 2014. — 82 с.
2. Федеральное Агентство по туризму: официальный сайт Федерального Агентства по туризму [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru> (дата обращения 10.05.2016).
3. Ушаков, Д. С. Технологии выездного туризма: учеб. пособие / Д. С. Ушаков. — Ростов на Дону: Феникс, 2010. — 444 с.
4. Сайбель, Н. Ю., Сайбель Я. В. Финансовая поддержка малого и среднего бизнеса в России // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сборник научных трудов / под ред. В. А. Сидорова. Выпуск 18. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2015. с. 75–83.

На этом трудности для туроператоров не закончились, 2015 г. не оправдал ожидаемых результатов, а наоборот еще больше снизилось количество выездных туристов. К сожалению, за весь период 2015 г., Федеральное агентство по туризму не предоставило данных, но имеется статистика за 9 месяцев, ссылаясь на них и сравнивая 2014 и 2015 гг. за этот период, можно наглядно увидеть сокращение выезда российских граждан на 25%.

На основании анализа рядов динамики туристских отбываний из РФ за рубеж, по данным Федерального Агентства по туризму РФ были рассчитаны прогнозные значения туристских отбываний за рубеж за период 2016–2019 гг.

Так, согласно данным, полученным с помощью корреляционно-регрессионного анализа, в 2016 г. ожидаемый объем туристских отбываний за рубеж составит 55 млн. 600 тыс. чел., в 2017 г. — 57 млн. 960 тыс. чел., в 2018 г. — 60 млн. 320 тыс., а в 2019 г. — 62 млн. 680 тыс. чел.

Несмотря на то, что 2014–2015 гг. года выдалась не из легких, число туристов сократилось во много раз по сравнению с предыдущими годами. Однако согласно полученным данным можно сказать, что в перспективе, с 2016 г. по 2019 г. туристский поток российских граждан увеличивается с каждым годом. Но это всего лишь предполагаемые прогнозы, стоит не забывать, что положение в стране также влияет на туристский поток [5].

Хотелось бы отметить, что по-прежнему одной из перспектив остается приход в страну крупных иностранных туристских компаний, волнующих российский туристский бизнес, т. к. Россия привлекательная страна для иностранных инвесторов и партнеров в первую очередь своими фактически неограниченными возможностями для привлечения большого потока клиентов и продвижение компаний внутри страны.

Таким образом, несмотря на временные проблемы, выездной туризм сегодня является одной из наиболее успешно развивающихся отраслей мирового хозяйства. В России туристский бизнес вырабатывается преимущественно с ориентацией на выезд. Подавляющее большинство действующих турфирм предпочитают заниматься направлением соотечественников за рубеж. Но как показывает статистика, за последние годы, к сожалению, идет падение рынка выездного туризма. Можно только надеяться на то, чтобы экономическое и политическое положение в стране улучшилось, курс валют стабилизировался, и, как результат, поток выездных туристов увеличился.

5. Сайбель, Н. Ю., Емтыль Ф. К. Проблемы и перспективы инновационного развития экономики России // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сборник научных трудов / под ред. В. А. Сидорова. Выпуск 15. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2013. с. 63–72.
6. Спирина, С. Г., Калайдин Е. Н. Проблемы финансовой устойчивости в туристическом бизнесе // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сборник научных трудов / под ред. В. А. Сидорова. Выпуск 17. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2014. с. 174–181.
7. Спирина, С. Г., Меликсян Л. А. Туристско-рекреационный комплекс Краснодарского края как фактор финансовой устойчивости региона // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сборник научных трудов / под ред. В. А. Сидорова. Выпуск 17. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2014. с. 95–102.

## Airport infrastructure cost-effectiveness in contemporary conditions

Seko Evgeniy Valerevich, Candidate of Economic Science, Docent, Professor;

Diagilev Georgii Sergeevich, Student

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

*This article briefly describes contemporary conditions of airport infrastructure across Russia. Demand in new modern facilities for passengers and cargo services is highly significant because of rapidly growing civil aviation tendency around the world. It is obvious that airports cannot catch fast development of passenger aircrafts. Investment in airport construction and infrastructure improvements are seems to be more attractive than few years ago. However, if financial model of airlines is clear, for airports there are too many factors and markets to have strong vision from business point of view. Another headache for airport managers and investors is forecasting the airports» demand for infrastructure. It is usually very complicated to determine cost-efficiency of specific building or structure, which does not take part in direct operations. However, it has to be built for safe and smooth airport activity.*

**Key words:** airport infrastructure; economic efficiency; investment; airport; airfield

It is well known that most passenger flow is concentrated only at the biggest hubs [1]. In 2015 there were 254 airports in Russia. Figures across the country showed total passenger flow in Russia as of 159.3 million passengers per annum, see Figure 1 [2]. It is incredible that this figure slightly exceeds figures of average world hub. For example, passenger flow at Atlanta airport (ATL) had volume of 101.5 MPPA, at Beijing International (PEK) — 90.2 MPPA, at Dubai International (DXB) — 78.0 MPPA [3]. Five airports of total 254 in Russia keep 60.3% of passenger market. Moreover 48.7% goes to Moscow aviation hub (SVO, DME and VKO). According to the world tendency it shows low level of regional and local air travels.

Progress in development of air travel in Russia is stopped by poor infrastructure of Russian regional airports. This mean necessity in significant volume of investment. Original customer for airports reconstruction and development is federal (regional) government. Unfortunately, efficiency of their planning process does not have enough up to date codes. Airport structures estimate cost system [4] was introduced in Russia in 2011. However, this system helps to calculate costs only for airfield structures and estimate methods were correctly criticized for their unfeasibility.

It is also fault to use analogue projects for the estimation purposes. Results will be insufficient because of individual features of each airport.

That is why modernization challenge of estimation algorithms for airport development is very important in the early stages of design [5]. Limits in federal budget really stimulates financing from the private sector [6,7]. But this is not fast process as it should be for appearance of positive dynamic in airport infrastructure improvements. In the purpose to attract private investments there have to be good reasoning for economic efficiency of such investments [8–12]. However, methodology for airport investment estimation and its economic efficiency is not known nowadays.

There are several reasons for that. One of them is lack of codes or official statements where it is list of obligatory buildings and structures at the airport except [13]. Another reason is absence of methodology for airport investment estimation. Today the investor can only use general or outdated methodologies [14–26]. But they only have common rules of estimation without any airport infrastructure features included [27].

### Economic efficiency of airport infrastructure

According [28], airport infrastructure is aerodromes, airport buildings and structures, objects of united aircraft traffic control system, data centers, places of aircraft storage, centers and equipment for pilots training and studies, another structures and machinery used for aviation purpose.

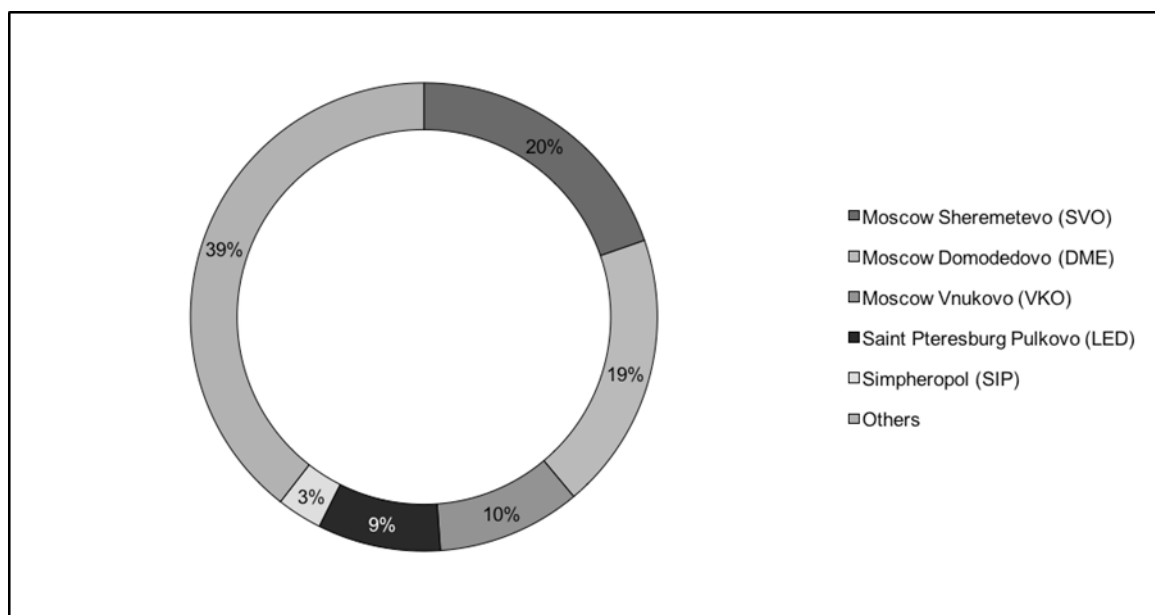


Fig. 1. Passenger flow distribution at Russian airports (2015) [2]

Question about economic efficiency of airports is very important for involved managers of aerospace industry and government. This happens because airports as part of national transport system play key role in international, domestic, regional and local communication processes [29]. Today it is obvious that limits in infrastructure can cause huge delays for long-term economic growth [30,31].

Overall level of airport infrastructure can be stated as sufficient [32]. Most of Russian airports have outdated buildings, structures and safety systems [33–36]. This fact forces the government to finance airports development. Government spent 41.5 billion rubles for improvement hub airports in Moscow and Saint Petersburg and 15.9 more for regional airports by the end of 2015 [37].

Several federal programs were introduced: Development of transport system in Russia (2010–2015); Civil aviation; Concept for civil airport network development in Russian Federation until 2020 [38–40].

Moreover, realization of such a significant capital investment could not be real without various national codes in this field [41–46]. Basic element in aviation code system is classification of airports and aerodromes. Annual passenger flow is the main indicator for airports all over the world. There are also several codes that classify airports for their purpose,

length of the runway, surface bearing capacity for maximum aircraft take-off weight [47–50]. International classification of airports is stated in ICAO (International Civil Aviation Organization) documents [51–55].

There are also some schemes for state and private joint investments. One of the most well-known is Public-Private Partnership (PPP) [56–58]. In the table below there is an example of common scheme.

Information given above tell us that many elements for successful realization of federal programs are already exist. On the other hand, there are not enough elements and some constraining factors exist [59–63].

International factor is the case that the federal programs attract low financing around the world. Average outcome for capital investments is lower than average capital value, which in Russia in 2015 was 18.8% [64].

Additional services at the airport usually give more profitability than airport charges [66,67]. For example, ground handling, maintenance, repair, and overhaul (MRO) and catering give profit of 10.8%, cargo services — 14.8%. Investment in the airports infrastructure in average is only 4.6% (See Figure 2).

Term efficiency means something that makes the effect and leads to the result. This means that efficiency is an ability

Table 1. Investment types

Name	Investment source
Runways, taxiways and apron pavements	Federal fund, PPP
Passenger terminal construction	Local fund, Private investments, PPP
Development of structures and energy infrastructure	Local fund, Airport fund, PPP
Cargo terminal construction	Private investments
Fuel farm construction	Private investments, PPP

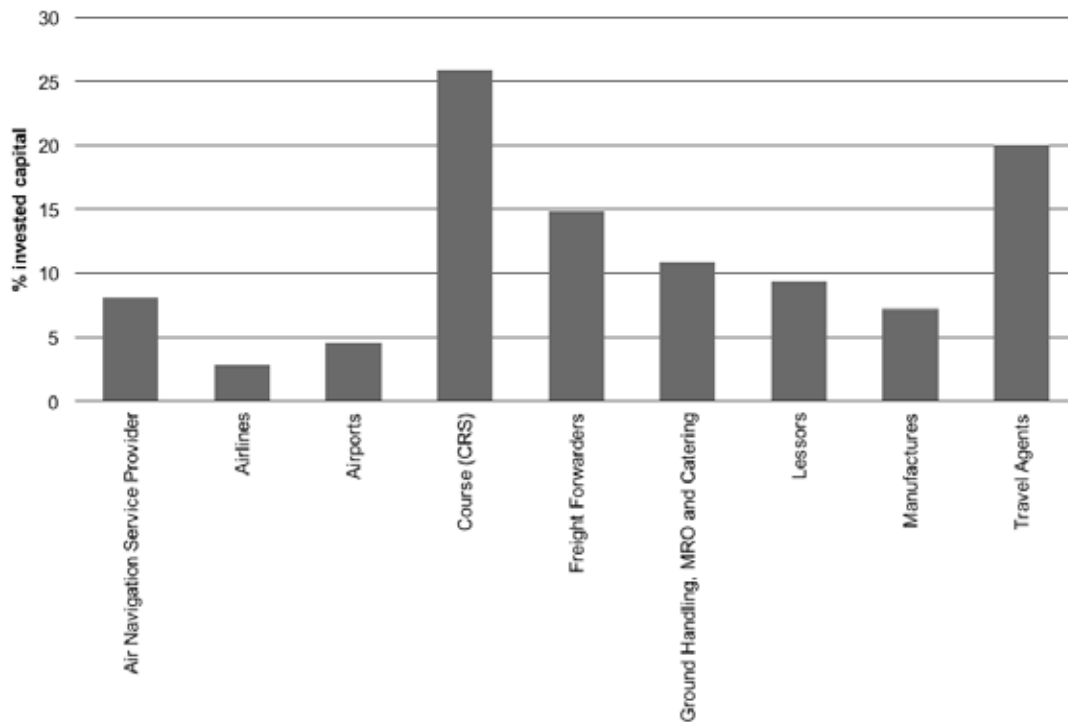


Fig. 2. Excess returns are earned in parts of the supply chain (2011) [65]

to provide a result. And this is not a secret that human usually tries to reach the result with minimum consumption of the resources.

Consequently, while trying to determine the economic efficiency it is important to understand how much resources are going to be spend. Resources can be simply described with money value and well know methods [68].

On the other hand, there is no evidence in the determination of the effect. Effect can be found like a return rate. However, there are several projects that do not give profit: medical service buildings, water supply objects and some specific structure and buildings at the airport. Effect can be described with several figures. These figures cannot be measured by quantity, only with quality. This means that it is complicated to define the effect with just only costs. But it is ordinary in estimation of airport construction economic efficiency.

There are number of methods which can help to fight theoretical complexity of this question. When speaking about comparison of two quantities, expressed in numbers, there are two questions. How bigger (smaller) does one of them by a factor? How many more (less) does one of them?

There are three main possible ways to evaluate the effect and costs:

- 1) Differential;
- 2) Relative;
- 3) Combined.

Except these three methods of evaluation it is also known the fourth one which is named as discount balance.

All above mentioned methods are usually used in two main concepts of cost-efficient evaluation.

In the first half of 20<sup>th</sup> century method of cost-efficient construction based on analysis of engineering solutions and their costs was discovered. This method is interesting because it does not need evaluation of the effect. In many cases it was the only one to determine economic efficiency of engineering design which does not give profit.

Essence of this method means that in the first step is evaluation of the construction project according the aim of construction. This is the project statement. Second step is evaluation of the construction project according resources consumption. This means development of financial calculations and their competition in term of the resource using. It is important to put all types to the same effect to compare costs correctly. Method called analysis of compared or relative efficiency and method where all types have to be in the same effect value were introduced in famous Russian economic monograph of V.V. Novozhilov [69].

In the same conditions applying the comparison method for choosing best design solutions for the same problem is better than the earnings estimation use. This is because profit forecast cannot be really reliable. Designer has to introduce the effect with minimum costs [70]. And he has to the have methodology for this.

Second concept for the cost-effective investment estimation is a concept based on confrontation of costs and earnings forecasts.

Its first axiom is an unequal from economic point of view materials and financial resources, consumed in the same ca-



capacity but during different period of time. This means that they are not equal in quality.

Second axiom is a rule which says that the effects and resources taken and given in the late point of time have less value than the same capacity in earlier period.

Third axiom is an assumption that there is method that provides an opportunity to forecast cash flow precisely for the next ten years (although it is doubtful).

Nevertheless, second concept dominates in most of codes and guidance documents. Reasoning for this can be good argumentation for the investors in the term of market although forecasts are usually very rough [71]. Moreover, explanation of calculating different factors to the same effect will be inefficient.

This mean that concept based on confrontation of costs and earnings forecasts is more preferable in case of airport construction.

## Conclusion

Research confirmed that there is no good guidance for airport construction estimate in Russia. Existing methods can be hardly applied to such type of transport infrastructure. This leads to the problem with investments in airport development. Money can be hardly got from private or public investors. It is complicated to make right passenger forecast and develop based on this forecast plan for construction and refurbishment of airport facilities.

It was found that main reason for this lag is the fact that code system for the airport development lost its value. First of all, national airport standards have to be updated to the world most recent tendency in air transportation. Special methodology should be introduced to get balance between passenger flow and infrastructure volumes at the airport.

## References:

1. ACI Europe. ACI economic report 2014. Retrieved from <https://www.aci-europe.org>
2. Federal Agency for Air Transport. Retrieved from <http://www.favt.ru/public/materials//6/b/3/e/b/6b3eb522d2c18e8ff9cba1be6adf8c9f.pdf>
3. Retrieved from [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_the\\_world%27s\\_busiest\\_airports\\_by\\_passenger\\_traffic](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_the_world%27s_busiest_airports_by_passenger_traffic)
4. Otrasleyve ukрупnennyye smetnye normativy (Vozdushnyy transport) NTsS 80-02-00-2011 Normativ tseny stroitel'stva. Sbornik № 00 Ob'ekty aerodromnoy infrastruktury [Branch estimate norms (Air transport) NTsS 80-02-00-2011 Construction price norm. Book No. 00 Airfield structures]. Moscow: 2011. 32 p. (rus)
5. Volina, N.A. Sovershenstvovanie metodov upravleniya stoimost'yu stroitel'stva i rekonstruktsii unikal'nykh ob'ektov nedvizhimosti na predproektnoy stadii [Upgrade of preliminary unique construction projects cost management methods]. St. Petersburg: Abstract, Saint Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering, 2012. 21 p. (rus)
6. A. George Assaf, David Gillen, Efthymios G. Tsionas. Understanding relative efficiency among airports: A general dynamic model for distinguishing technical and allocative efficiency. *Transportation Research Part B*. 2014. No. 70. Pp. 18–34.
7. Ahmad Baghdadi, Mohammed Kishk. Saudi Arabian aviation construction projects: Identification of risks and their consequences. *Procedia Engineering*. 2015. No. 123. Pp. 32–40.
8. ICAO Doc 9562 dated 2006 «Airport economy manual».
9. Mzhel'skaya, I. V., Mzhel'skaya N. M. Bulletin of Khabarovsk State University of Economics and Law. 2015. No. 4–5 (78-79). Pp. 100–106. (rus)
10. Ministry of Construction. Public enterprise TsENTRINVESTproekt. Puliko V.I., Pavlov N.N., Everlov S.S., Teren't'yeva A.V. Prakticheskoe posobie po obosnovaniyu investitsiy v stroitel'stvo predpriyatiy, zdaniy i sooruzheniy [Guideline for investment substantiation of buildings and structures construction]. Moscow: 2002. 154 p.
11. Order of Ministry of Construction No. 18–63, dated 30 Jun. 1995. SP 11-101-95 «Procedure of development, coordination, approval and composition of feasibility studies for constructor of enterprises, buildings and structures». 12 p.
12. Yibin Xiao, Xiaowen Fu, Anming Zhang. Demand uncertainty and airport capacity choice. *Transportation Research Part B*. 2013. No. 57. Pp. 91–104.
13. Russian Federation Government Resolution No. 599, dated 22 Jul. 2009 (edition 31 Jan. 2012), «About access to monopoly services at airports».
14. Avseenko, A.A., Kikava N.P. Metodicheskie Ukazaniya po opredeleniyu velichiny i effektivnosti investitsiy v stroitel'stvo aeroporta [Methodology guideline for cost-efficiency evaluation of airport construction]. Moscow: Moscow Automobile and Road Construction State Technical University, 2011. 46 p. (rus)
15. Order of Ministry of Regional Development No. 117, dated 31 Jul. 2008, «Methodology guideline for factors calculation and cost-efficiency application for regional investment projects».
16. Zhechkov, A. I., Amerika L. D., Kuznetsova O. B. Metodicheskie rekomendatsii po kompleksnoy otsenke effektivnosti meropriyatiy, napravlennykh na uskorenie nauchno-tekhnicheskogo progressa [Methodology guideline for complex efficiency estimation of acts that have to accelerate scientific and technical progress]. Moscow: 1988. (rus)

17. Government of Russian Federation. Finance University. Metodicheskie rekomendatsii po otsenke rynochnoy stoimosti ob»ektov federal»nogo aerodromnogo imushchestva i velichiny arendnoy platy za ikh ispol»zovanie [Methodology guideline for market costs of federal airports and their rent rate amount]. Moscow: 2010. 105 p. (rus)
18. Order of Ministry of Economic Development and Ministry of Finance No. 7–12/47, dated 31 Mar. 1994, «Methodology guideline for cost-efficient estimate of investment projects and their selection for financing». 65 p.
19. Okuneva, A. A. Metody otsenki investitsionnoy privlekatel»nosti aeroportovyykh predpriyatiy [Estimation methods of airport investment attractiveness]. St. Petersburg: Saint Petersburg State University of Civil Aviation, 2015. 200 p. (rus)
20. Abdugarimov, I. T., Ten N. V. Social and economic events and processes. 2006. No. 1–2 (001-002). Pp. 82–93. (rus)
21. Kasatkina, E. V. The assessment of the investment projects effectiveness: the methodological problems and the ways of their solution. Proceedings of Herzen State Pedagogical University. 2010. No. 126. Pp. 42–51. (rus)
22. Ekaterina Kuznetsova, Irina Vinnikova. Efficiency assessment of investment projects of industrial enterprises. Concept. 2015. No. 07. Pp. 1–6. (rus)
23. Teplova, T. V. Audit and financial analysis. 2006. No. 3. Pp. 84–91. (rus)
24. Po-Lin Lai, Andrew Potter, Malcolm Beynon, Anthony Beresford. Evaluating the efficiency performance of airports using an integrated AHP/DEA-AR technique. Transport Policy. 2015. No. 42. Pp. 75–85.
25. Kossov, V. V., Livshiz V. N., Shahnazarov A. G. Metodicheskie rekomendatsii po ozenke effektivnosti investitsionnix proektov (vtoraya redatsia) [Methodological recommendations for cost-efficiency estimation of investment projects (2nd edition)]. Moscow: Economics, 2000. 421 p. (rus)
26. Yanin, A. G. Modeli i metody organizatsii investitsionnoy deyatel»nosti v stroitel»nom komplekse v forme kapital»nykh vlozheniy [Models and methods of capital investment management]. Voronezh: Thesis, Voronezh State University of Architecture and Civil Engineering, 2015. 134 p. (rus)
27. Kalugin, V. A. Bulletin of Orenburg State University. 2004. No. 4. Pp. 61–64. (rus)
28. Federal Law 10-FZ, dated 08 Jan. 1998 (edition 23 Jul. 2010), «About government regulations in airspace development».
29. Kramin, M. V., Leonov V. A. Assessment of the influence of the large regional investment projects on the social and economic development of the region by the example of the project «Universiade-2013». Bulletin of Astrakhan State Technic University. 2014. No. 2. Pp. 101–109. (rus)
30. Catharina Horn. Airports and territory: emergence of a new strategic actor in the air transport system. Geography. Universite Paris-Est; Technische Universitat (Dresde, Allemagne), Thesis 2010. English.
31. Martine Smith, Marnix Koopman, Jasper Faber. Aviation Policy Development Framework. The economics of airport expansion. Delft, 2013. 55 p.
32. Akbulatov, T. E., Zhuravlev U. A. Siberian State Aerospace University Bulletin. 2009. No. 1–1 (22). Pp. 135–140. (rus)
33. Galimullin, G. Kh. Aeroporty kak osobyy segment infrastruktornogo kompleksa [Airports as a special field of infrastructure]. Moscow: Abstract, The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, 2006. 169 p. (rus)
34. Kuznetsov, N. G. Obosnovanie neobkhodimosti investitsiy v rekonstruktsiyu aerodroma aeroporta «Rostov-na-Donu» na primere OAO «Aeroport Rostov-na-Donu» [Investment substantiation in reconstruction of the Rostov on Don airport, Airport Rostov on Don PJSC]. Rostov on Don: Abstract, Rostov State University of Economics, 2005. 156 p. (rus)
35. Maksimov, V. V. Airports International. 2013. No. 6. Pp. 17–18. (rus)
36. Borzova, A. S., Zheleznaya I. P. Science bulletin of The Moscow State Technical University of Civil Aviation. 2013. No. 197. Pp. 107–110. (rus)
37. Manzhurova, O. D. Povyshenie konkurentosposobnosti aeroportovyykh kompleksov na mezhdunarodnom rynke aviatransportnykh uslug [Airport competitiveness upgrade at international air transport market]. Moscow: Abstract, State Management University, 2008. 184 p. (rus)
38. Order of Ministry of Transport No. 5, dated 10 Jan. 2007, «About new concept of federal airport management and top-priority actions on it».
39. Russian Federation Government Resolution No. 303, dated 15 Apr. 2014, «About aerospace industry development in 2013–2025».
40. Leningrad region Administration. Airports (airfields) located in Leningrad region development and management concept until 2013 and further until 2025.
41. Ministry of Civil Aviation. VNTP 3–81. Guidelines for airport terminal design. Moscow: 1982. (rus)
42. Ministry of Civil Aviation. Guidelines for regional airport design. Moscow: 1985. (rus)
43. Ministry of Civil Aviation. Main technical requirements for airport firefighting base design. Moscow: 1983. (rus)

44. Ministry of Construction. MDS 32–1.2000 «Terminal design recommendations». Moscow: 1997. (rus)
45. Ministry of Civil Aviation. VNTP II-85. Guidelines for airport ground handling base design. Moscow: 1986. (rus)
46. Ministry of Civil Aviation. VNTP 5–85. Guidelines for airport cargo terminal design. Moscow: 1986. (rus)
47. Civil aerodromes standard for operation purposes 92. Novosibirsk: 2000. (rus)
48. Moscow Automobile and Road Construction State Technical University. Guidelines for aerodrome pavements design. Moscow: 1992. (rus)
49. Ministry of Regional Development. SP 121.13330.2012 Aerodromes
50. Order of Ministry of Transport No. 69, dated 04 Mar. 2011, «Requirements for landing pads (ground and water)».
51. ICAO Doc 9157 AN/901 dated 2006 «Aerodrome design manual. Part 1 runways».
52. ICAO Doc 9184-AN 902 dated 1987 «Airport planning manual. Part 1 master planning».
53. ICAO Doc 9157 AN/901 dated 1983 «Aerodrome design manual. Part 3 pavements».
54. ICAO Doc AN 14–1, dated 2009 «Aerodromes. Annex 14 to the Convention on International Civil Aviation. Volume I aerodrome design and operations».
55. ICAO Doc AN 14–2, dated 2009 «Aerodromes. Annex 14 to the Convention on International Civil Aviation. Volume II heliports».
56. Ellis Juan, Doug Andrew. Air Transport Infrastructure. The Roles of the Public and Private Sectors. World Bank, IEF, 2005. 36 p.
57. Yastrebov, O.A. Organizatsionno-ekonomicheskiy mekhanizm realizatsii investitsionno-stroitelnykh proektov na osnove gosudarstvenno-chastnogo partnerstva [Economic and management mechanism for PPP investment projects realization]. St. Petersburg: Abstract, Saint Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering, 2011. 37 p. (rus)
58. Achim, I. Czerny. Public versus private airport behavior when concession revenues exist. Economics of Transportation. 2013. No. 2. Pp. 38–46.
59. Andrew Sentance. What is the «new normal» for aviation? PWC The «new normal» for airport investment. 2012. No. 1. Pp. 3–5.
60. Constantinos Orphanides, Romil Radia. Has the trend line shifted? The impact on airport valuations. PWC The «new normal» for airport investment. 2012. No. 1. Pp. 6–11.
61. Anna Sargeant. The European airline landscape is changing: Can airports keep up? PWC The «new normal» for airport investment. 2012. No. 1. Pp. 12–19.
62. Hayley Morphet. Propensity to fly in emerging economies: Implications for infrastructure investment. PWC The «new normal» for airport investment. 2012. No. 1. Pp. 20–26.
63. Bernard Chow and Colin Smith. Airport transactions: Taking off around the globe. PWC The «new normal» for airport investment. 2012. No. 1. Pp. 27–31.
64. Retrieved from <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=8192084>
65. Brian Pearce. Profitability and the air transport value chain. IATA Economics Briefing. 2013. No. 10. Pp. 19–21.
66. Manzhurova, O.D., Dunaev O.N., Skuratov K.S. Sovremennyye ekonomicheskie sistemy: metodologiya issledovaniya i praktika funktsionirovaniya. Sbornik nauchnykh trudov [Modern economic systems: research methodology and functions. Treatise book]. Ekaterinburg: Ural State University, 2003. (rus)
67. ACI Europe. ACI economic report 2014. Retrieved from <https://www.aci-europe.org>
68. Bozhuya-Volya, R.N., Petrushina M.V. Journal of corporate finance research. 2014. No. 1 (29). Pp. 84–97. (rus)
69. Michael, W. Trethway, Kate Markhvida. Airports in the aviation value chain: financing, returns, risks and investment. Discussion Paper. 2013. No. 2013–15. 31 p.
70. Benedikt Mandel. Contemporary Airport Demand Forecasting. Discussion Paper. 2014. No. 2014–07. 37 p.
71. Stefan Schulte. Financing Airport Infrastructure — the Fraport Perspective. Frankfurt am Main, 2009. 11 p.

## Проблемные аспекты внедрения системы управленческого учета затрат на предприятиях строительной отрасли

Сивакова Яна Андреевна, магистрант

Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Одним из самых актуальных решением проблем повышения эффективности управления строительным предприятием в условиях нестабильности экономической среды является регулирование, оптимизация и минимизация затрат. Затраты являясь центральным объектом планирования, учета, анализа и контроля, рассматриваются как важнейший фактор, оказывающий влияние на прибыль предприятия, уровень воздействия которого возможно значительно регулировать, принимая верные управленческие решения.

По мнению профессора Л.Г. Багиева, к основным функциям системы управления затратами можно отнести прогнозирование и планирование, учет, контроль (мониторинг), координацию и регулирование, а также анализ затрат. (рис. 1)

Планирование затрат предполагается как текущее, так и долгосрочное (перспективное).

Координация, взаимозаменяемость и регулирование затрат подразумевает:

1. Нормативный метод управления затратами,
2. Сравнение фактических и запланированных затрат,
3. Определение отклонений и принятие оперативных мер по ликвидации выявленных расхождений.

Управление затратами на предприятии решает многочисленные задачи: расчет норм, упорядочение нормативной базы, организация учета изменений норм, разработка калькуляций, учет затрат по центрам возникновения, распределение затрат по центрам ответственности. Управление затратами является многоцелевой системой, которая предполагает участие и взаимодействие всех производственных звеньев и служб строительной организации.

Эффективное управление затратами означает в первую очередь обеспечение функции эффективного контроля — своевременного выявления фактических данных и их отклонения от запланированных, определение причин такого отклонения, т. е. требуется объективная оценка возникающих отклонений. Полный и своевременный контроль над отклонениями затрат способствует оперативному принятию управленческих решений. Анализ затрат — основополагающий элемент функции контроля в системе управления затратами, который предшествует управленческим решениям, позволяет обосновать и подготовить их, оценить эффективность использования всех ресурсов организации, выявить резервы снижения затрат на производство, подготовить материалы для принятия рациональных управленческих решений. [1, с. 102].

Активизация и стимулирование предполагает воздействие на участников производства, которое побуждает их соблюдать установленные планом затраты и находить возможности их снижения. К подобным мотивирующим методам относят как материальные, так и моральные стимулы.

Таким образом, управление затратами — это динамичный процесс, который включает управленческие действия как прямой так и обратной связи, целью которых является достижение высокого экономического результата деятельности предприятия.

Соблюдение вышеперечисленных принципов (рис. 2) создает базу для повышения экономической конкурентоспособности предприятия строительной отрасли в условиях рыночной экономики и повышенной конкуренции.

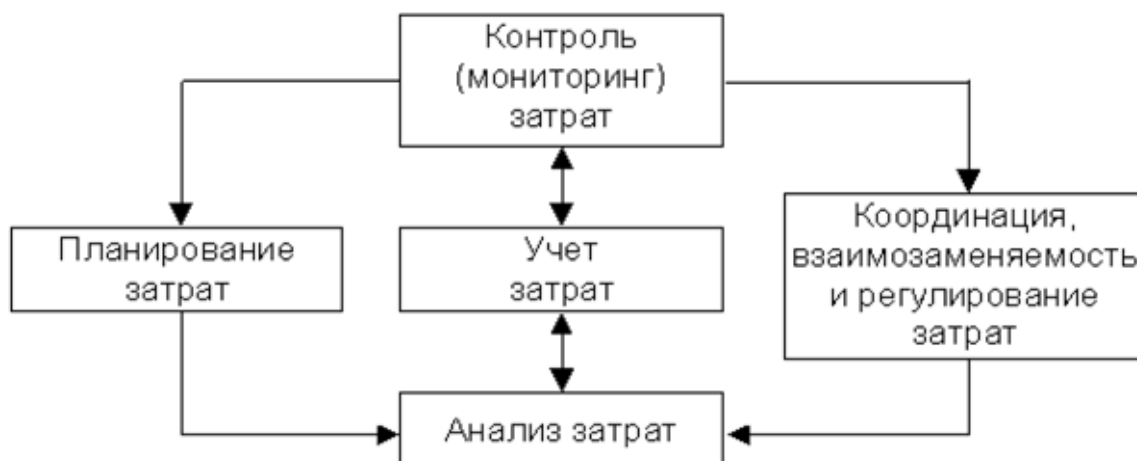


Рис. 1. Функции управления затратами предпринимательской деятельности [1, с. 103]

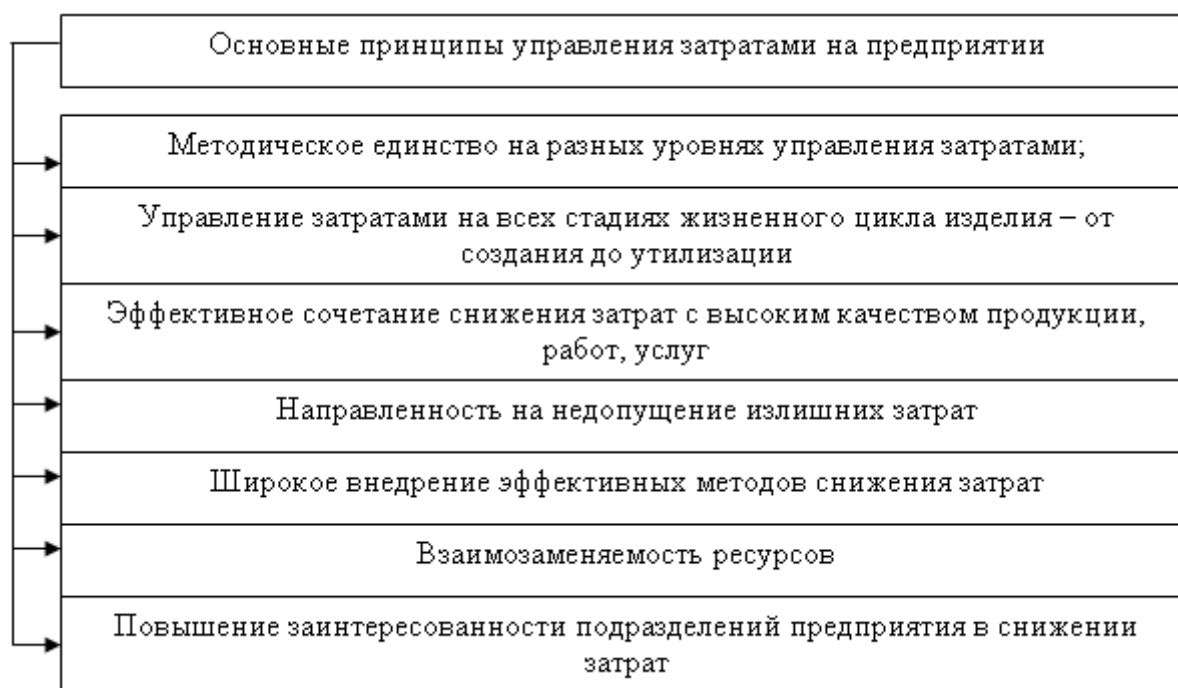


Рис. 2. Основные принципы управления затратами на предприятии [3, с. 22]

Органы управления и их функции (линейные и нелинейные) выражают организационную структуру управления затратами строительного предприятия.

Для создания эффективной системы управления затратами на предприятии, необходимо обеспечить:

- управляющий персонал предприятия информацией, необходимой для принятия деловых решений;
- составление сметы затрат на производство;
- формирование учетной информации, составление отчетов, оценку соответствия фактических резервов с плановыми данными;
- выявление результатов и долю каждого подразделения в общем итоге работы, что позволит поставить стимулирование в зависимости от итогов работы.

В современных условиях руководству строительных предприятий, при всей необходимости построения эффективной системы управления затратами, в том числе управленческого учета затрат, приходится сталкиваться с большим количеством трудностей.

Так специфика управленческого учета затрат в строительных организациях во многом объясняется особенностями отрасли, среди которых можно выделить следующие, оказывающие непосредственное влияние на систему управления затратами:

- Высокий уровень государственного регулирования отрасли. Получение разрешений на строительство может занять несколько лет, а расходы на получение данного разрешения предсказать очень сложно.
- Высокая продолжительность инвестиционного цикла. От момента начала строительства до сдачи объекта может пройти около 5 лет.

— Уникальность строительных проектов. Каждый из проектов разрабатывается с учетом различных индивидуальных, а также геофизических особенностей.

— Обязательность составления проектно-сметной документации для каждого строительного проекта. От данной документации во многом зависит финансовый результат проекта.

— Особенность организационной структуры. Крупнейшие российские строительные предприятия представляют собой горизонтально либо вертикально интегрированные структуры, которые состоят из инвестиционной компании, генерального подрядчика, проектного института и некоторых производств, к примеру, бетонного. Функции управления предприятием, такие как планирование, координация, анализ, внутренний контроль, в основном возлагаются на управляющую компанию, которая играет роль инвестора.

— Низкая квалификация кадров. Попытки внедрить новые управленческие технологии, например, бюджетирование, могут не принести нужного результата, поскольку у руководства отсутствует понимание назначения и сути бюджетирования, поэтому использовать составленный бюджет для принятия эффективных управленческих решений становится невозможным. [4]

Вышеперечисленные отраслевые особенности строительных предприятий повышают риски при реализации строительных проектов, которые ведут за собой рост затрат и уменьшение прибыли.

Еще одним значимым аспектом построения системы управления затратами является выбор объекта учета и метода калькулирования, который зависит не только от от-

раслевого фактора, но и от организационных допущений, формирующиеся в пределах каждой конкретной организации и оказывающие первоочередное влияние на систему организации управления затратами. [2]

Из всего многообразия методов учета затрат и способов калькулирования себестоимости можно выделить две большие группы, на формирование которых непосредственное влияние оказывают организационные допущения:

1. Метод учета затрат на производство и калькулирования себестоимости готовой продукции в процессе производства;

2. Методы учета прошлых затрат на производство.

Предприятия строительной отрасли приоритет отдают методам первой группы. Приоритет в применении отдается методам первой классификационной группы. Последовательный и оперативный контроль способствует повышению уровня эффективности учета затрат, а также позволяет незамедлительно получать информацию и продуктивно реагировать на возникающие отклонения.

Выбор метода калькулирования себестоимости также зависит от условий возможности изменения расходных нормативов в течение отчетного периода, а также от того,

какая себестоимость на предприятии принимается в качестве основы для исчисления фактической себестоимости — нормативная либо плановая.

Важным аспектом эффективного регулирования затрат на строительном предприятии является своевременный мониторинг факторов, которые негативно влияют на эффективность функционирования строительного предприятия.

Если выявленные факторы являются внутренними, то проблема может быть непосредственно отрегулирована администрацией строительного предприятия. Внешние факторы необходимо учитывать менеджерам строительного предприятия в процессе принятия управленческих решений.

Таким образом, можно отметить, что внедрение системы управления затратами на предприятии строительной отрасли требует серьезного подхода к организации ее внедрения. Предотвратив возникновение специфических для отрасли проблем на начальной стадии внедрения системы, гарантируется большая вероятность успеха в дальнейшем. Систему управления должна дополнять система управленческого учета затрат и на этом следует основываться при принятии управленческих решений всеми менеджерами высшего звена предприятия.

Литература:

1. Багиев, Г. Л., А. Н. Асаул Организация предпринимательской деятельности [Текст] / Учебное пособие // Под общей ред. проф. Г. Л. Багиева. — СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. — 231 с.
2. Долгова, А. В. Выбор метода учета затрат в строительстве [Электронный ресурс] / Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 2. — Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12883>
3. Краюхина, Г. Управление затратами на предприятии [Текст] / Учебник для вузов. — СПб.: Питер, 2012. — 592 с.
4. Ларионова, В. Особенности управленческого учета и бюджетирования в строительной компании [Электронный ресурс] / Журнал «Финансовый директор», № 9 за 2005 год. — Режим доступа: [http://www.cfn.ru/ias/manacc/builder\\_management.shtml](http://www.cfn.ru/ias/manacc/builder_management.shtml)

## Применение компьютерных технологий в бухгалтерском учете предприятий малого бизнеса в Узбекистане

Сиддиков Анварбек Мамасолиевич, старший преподаватель;  
Пулатова Нозима Равшановна, магистрант, ассистент, преподаватель  
Наманганский инженерно-педагогический институт (Узбекистан)

*В статье изложены вопросы применения компьютерных технологий в ведении бухгалтерского учета в малом бизнесе. Дан анализ используемого в Узбекистане программного продукта Электронная Поддержка Бухгалтера.*

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет, автоматизация бухгалтерского учета, национальные стандарты бухгалтерского учета, малые предприятия.

Для успешного ведения дела в сфере бизнес необходимы знания основных правил бухгалтерского учета и отчетности. Кроме того, знание по бухгалтерскому учету составляет основу умения в принятии правильных управленческих решений.

Бухгалтерский учет играет важную роль в функционировании экономики.

Правильная организация бухгалтерского учета имеет важное значение и для повышения эффективности производства. Поэтому разрабатываются и вводятся наци-

ональные стандарты бухгалтерского учета, которые в своей основе опираются на международные стандарты и учитывают особенности системы учета нашей республики.

Сегодня нельзя не заметить тенденцию к автоматизации и модернизации систем. Коснулось это и бухгалтерского учета — практически все организации нуждаются в автоматизации этого процесса. Огромные тома гроссбухов

и бесконечные счета и накладные, которые постоянно терялись, теперь ушли в прошлое.

Важным условием развития страны является продуманность, обоснованность и подготовки кадров. Переход к многоуровневому высшему образованию должен повысить качество подготовки специалистов. В конкретике сегодняшних задач республики особую роль играет подготовка кадров для реального сектора экономики.

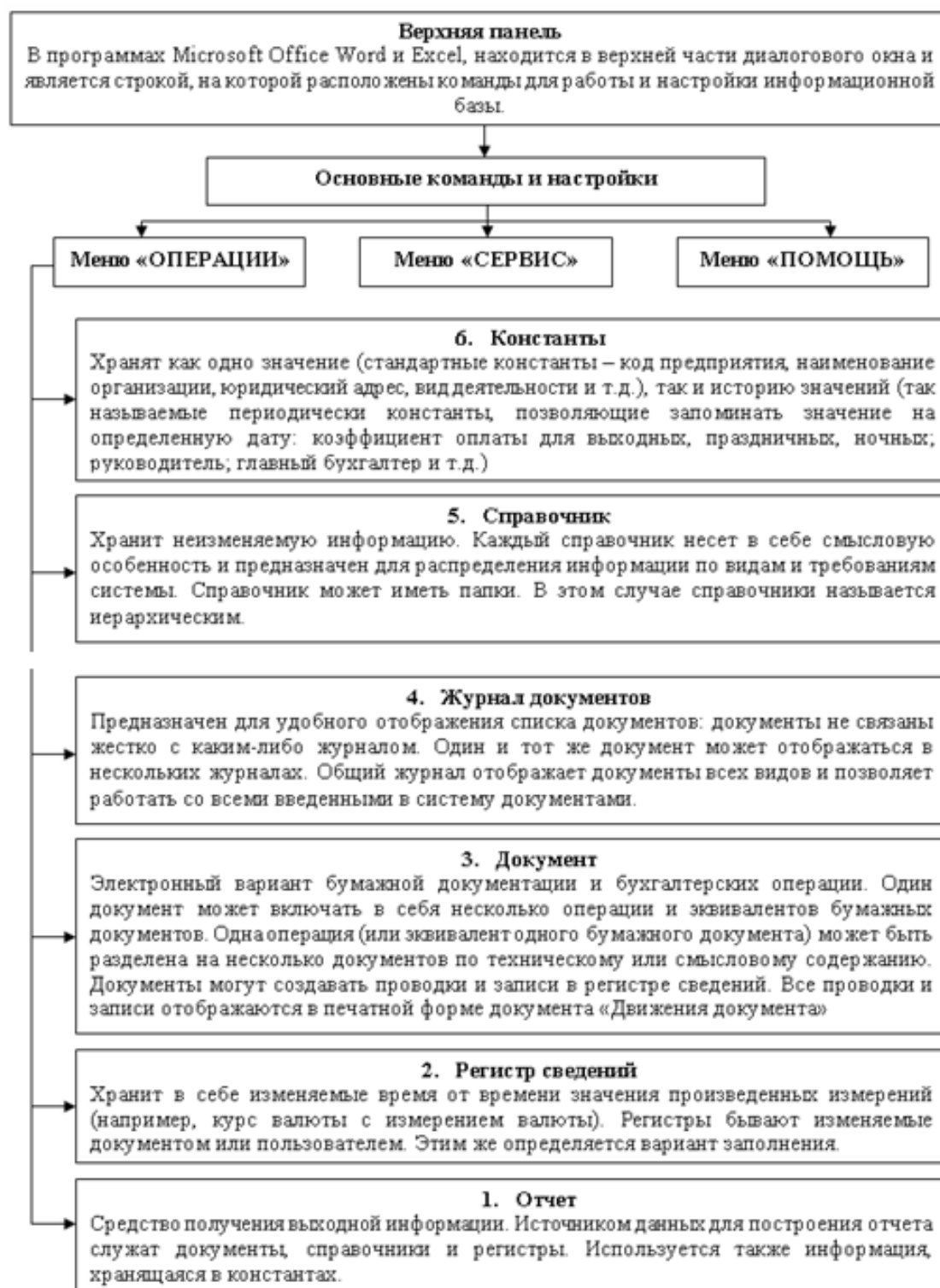


Рис. 1. Структура панели программы «Электронная поддержка бухгалтера» — ЭПБ

В настоящее время в реальном секторе экономики растет спрос на специалистов главных бухгалтеров, их заместителей, старших бухгалтеров, бухгалтеров, занимающиеся приходно-расходными операциями. Причем намечается тенденция к расширению специализации сотрудников бухгалтерской сферы.

Сегодня квалифицированный бухгалтер должен знать не только методологию бухгалтерского учета, но и различные схемы налогообложения, методы налогового планирования, гражданское и административное законодательство, а также иметь практический опыт работы в качестве бухгалтера в одной или нескольких отраслях (производство, строительство, оптово-розничная торговля, услуги, развлекательный бизнес, общественное питание, страховое бизнес и др.). Необходимо, чтобы бухгалтер знал одну или несколько специализированных бухгалтерских программ.

Вся бухгалтерия умещается на жестком диске компьютера управлять ею можно уже одним щелчком мышки. Для того разработан при содействии Государственного налогового комитета Республики Узбекистан программный продукт — Электронная поддержка Бухгалтера (ЭПБ).

Литература:

1. Каримов, И. А. Наша главная цель — несмотря на трудности, решительно идти вперед, последовательно продолжая осуществляемые реформы, структурные преобразования в экономике, создавая еще более широкие возможности для развития частной собственности, предпринимательства и малого бизнеса. Доклад на заседании Кабинета Министров Республики Узбекистан, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2015 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2016 год. — Народное слово, 16 января 2016 года.
2. Вахидова, Н. Ш., Ли С. А. Пользовательский курс по программе «Бухгалтерга электрон мадад» (БЭМ). Т.: Норма, 2010.
3. Сиддиқов, А., Пулатова Н., Рахимбердиев О. Интегрированная система и информационная обеспечения бухгалтерского учета малого предприятие. Научный журнал «Бизнес Эксперт», 2015 год, № 7.
4. Зайлиев, А. А. Требование к финансовой отчетности коммерческих банков в условиях глобализации экономики. Научный журнал «Молодой ученый», 2015 год, № 10, Часть VI.

## Особенности конкуренции на российском рынке услуг мобильной связи

Сидоренко Евгения Александровна, студент;  
Власенко Раиса Дмитриевна, старший преподаватель  
Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта

*В статье раскрываются особенности рынка услуг мобильной связи в России, формы и методы конкурентной борьбы между участниками рынка, показаны трудности вхождения на рынок, с которыми столкнулась компания Теле<sup>2</sup>.*

**Ключевые слова:** конкуренция, олигополия, концентрация рынка.

Телекоммуникационная отрасль в России в 2011 году отметила юбилей: 9 сентября 1991 г. в Петербурге был

Данное руководство позволит последовательно освоить ведение бухгалтерского учета в программе ЭПБ, начиная с документов, работа с которыми ведется ежедневно, и заканчивая отправлением отчетов в электронном виде, формируемые в конце отчетного периода.

С помощью этого руководства бухгалтер сможет легко перейти от журнально-ордерной системы бухгалтерского учета к компьютерной технологии. Руководство ориентировано в основном на бухгалтеров малых предприятий, где количество объектов аналитического учета (ассортимент товара материалов, количество сотрудников, количество складов магазинов) позволяет ввести все начальные данные в реальные сроки.

Однако стоит отметить, что программа может быть полезной в бухгалтерском учете и крупных фирм, в которых ЭПБ используется для учета основных средств, нематериальных активов, заработной платы, кадрового учета.

Данное руководство, поможет учащимся в ходе изучения предмета заметит то, что сегодня становится все более очевидным, — меняется сам темп жизни, жизнь предъявляет новые требования у более эффективному ведению бухгалтерского учета, тем самым облегчая труд отечественных бухгалтеров.

совершен первый звонок с сотового телефона в России, который положил начало развитию новой отрасли.



Период с 2004 г. по 2006 г. характеризовался динамичным ростом рынка, начиная с 2011 г. по модели жизненного цикла начался период его зрелости, проникновение сотовой связи достигло 170%, что свидетельствует о высоком уровне насыщения рынка. Зрелые рынки от-

личаются замедлением темпов роста и обострением конкурентной борьбы, которая приводит к сокращению финансовых результатов участников. В таблице 1 приведены данные о динамике выручки основных операторов услуг мобильной связи в нашей стране.

Таблица 1. Темпы прироста выручки по отношению к предыдущему году, % [2]

Операторы	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
МТС	15	9	1	5	3	5,2
Вымпелком (Билайн)	9	11	2	1	1	-2,6
Мегафон	18	13	12	9	6	-0,004

Двухзначные темпы прироста выручки мобильных операторов, которые они имели до 2009 г., уходят в прошлое. Наглядно видно, что добиваться роста выручки на рынке услуг мобильной связи становится всё труднее. В 2015 г. только компания МТС объявила об увеличении показателя выручки. В отчёте Мегафона сказано, что выручка сохранилась на прежнем уровне. В кратком сообщении Вымпелкома об итогах 2015 г. сказано о сокращении сервисной выручки на 4%.

Следует заметить, что сокращение темпов прироста выручки от реализации услуг происходило на фоне ос-

воения нового сегмента рынка мобильного ШПД роста продаж смартфонов, планшетов и 3G модемов, которым необходимы высокие скорости и большие объёмы мобильного интернета.

Одной из причин снижения темпов прироста выручки является обострение конкуренции на рынке. В настоящий момент на российском рынке услуг мобильной связи доминируют три компании: «МТС» («Мобильные Телесистемы»), «БиЛайн» (ПАО «ВымпелКом») и «МегаФон». В таблице 2 представлено удельные веса каждого из участников «большой тройки» в общей численности абонентов.

Таблица 2. Доли рынка операторов мобильной связи в общей численности абонентов [3], %

Операторы	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
МТС	30,8	30,9	29,3	31,0	30,7
ВымпелКом	25,1	24,4	23,9	23,8	23,7
Мегафон	27,1	27,1	28,8	29,0	29,8
Прочие	17,0	17,6	18,1	16,2	15,9

Структура рынка за пять лет изменилась незначительно: несколько укрепила свои позиции компания Мегафон за счёт снижения доли прочих операторов. Высокий уровень концентрации рынка мобильной связи подтверждается расчётами коэффициента Херфиндаля —

Хиршмана, который за период 2011–2015 г. увеличилось с 2447 до 2603 [1].

Финансовые показатели деятельности компаний «большой тройки» позволяют увидеть их зависимость от позиции компании на рынке (табл. 3).

Таблица 3. Финансовые результаты деятельности компаний

Компании	Выручка, млрд. руб.		Чистая прибыль, млрд. руб.		Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	
	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.	2014 г.	2015 г.
МТС	319,7	336,5	51,3	49,5	16,0	14,7
Мегафон	314,8	313,4	37,0	39,2	11,8	12,5
Вымпелком	284,2	276,8	14,8	32,6	5,2	11,8

Сравнивая показатели, характеризующие финансовые результаты компаний, следует отметить, что их соотношение соответствует позициям компании на рынке. Компания МТС имеет наиболее высокие показатели выручки, чистой прибыли и рентабельности. При этом в 2015 г. при увеличении выручки на 5,2% чистая прибыль компании сократилась на 3,5%, что привело к снижению уровня рентабельности на 1,3%. Снижение чистой прибыли в

компании объясняют расходами на реализацию проекта по развитию сети. Компания Мегафон, наоборот, при незначительном снижении выручки смогла добиться увеличения чистой прибыли на 5,9% и, соответственно, роста рентабельности. Динамика финансовых результатов Вымпелкома имеет свою специфику: снижение выручки на 2,6% сопровождалось значительным ростом чистой прибыли (с 14,8 до 32,6 млрд. руб.) и рентабельности.

В целом динамику финансовых результатов российских операторов мобильной связи можно оценить положительно. Экономические трудности в стране, снижение доходов населения не помешали им увеличить результаты своей деятельности, что можно объяснить особой структурой рынка.

Рынки с ограниченным количеством крупных участников по типу являются олигополистическими. Олигополия как модель рынка несовершенной конкуренции характеризуется следующими особенностями: выход на подобные рынки предполагает наличие у потенциального участника значительного первоначального капитала; ограниченное количество участников создаёт предпосылки для сговора; участники рынка, принимая хозяйственные решения, должны учитывать реакцию конкурентов; конкурентная борьба ведётся с использованием как ценовых, так и неценовых методов; для защиты своих рыночных позиций компании создают разного рода барьеры.

Поведение компаний на олигополистических рынках иногда сравнивают с поведением «могучих слонов», противостояние между которыми опасно не только для самих участников борьбы, но и для стабильности рынка в целом. Сговор по поводу раздела рынков сбыта, уровня цен типичен для олигополии. Антимонопольные службы выявляют такие картельные соглашения и наказывают его участников. Так, в январе 2016 г. Федеральная антимонопольная служба России (ФАС РФ) Федеральная антимонопольная служба РФ возбудила дело в отношении ПАО «Мегафон», ПАО «Мобильные Телесистемы» (МТС) и ПАО «Вымпелком» за введение поклиентского учета sms-трафика для sms-агрегаторов. Действия операторов, по мнению службы, привели к повышению тарифов для конечных заказчиков рассылок. Приведённый пример не является единственным. Операторов мобильной связи подозревали в сговоре при установлении тарифов на услуги роуминга.

На характер конкурентных отношений на данном рынке оказывает влияние специфика услуги мобильной связи, которая по своим свойствам относится к однородному товару, т. е. для потребителя нет большой разницы, какой оператор предоставляет ему эту услугу. Степень однородности услуги мобильной связи как товара повысилась после отмены в 2014 г., так называемого «мобильного рабства», т. е. необходимости смены номера при переходе к другому оператору. Рынки однородных товаров отличаются высоким накалом ценовой конкуренции, которая в условиях олигополии перерастает в ценовую войну, в которой, как известно, не может быть победителей.

Ценовые войны создали рынок услуг мобильной связи — считают некоторые эксперты, т. к. снижение тарифов на услуги приводило к увеличению спроса. На современном этапе развития рынка ценовые войны ис-

пользуются федеральными компаниями для вытеснения с рынка региональных операторов.

Умение эффективно вести конкурентную борьбу ценовыми методами принесло успех шведской компании Теле<sup>2</sup>. Начав работу на российском рынке в 2003 году с запуска сети GSM в нескольких регионах, Tele<sup>2</sup> Россия прошла путь от небольшого регионального оператора до игрока федерального уровня.

В России Tele<sup>2</sup> строила бизнес по уникальной для телекоммуникационного рынка модели: качественные услуги по низким ценам. Политика более низких тарифов достигалась, прежде всего, за счёт экономии на постоянных и операционных затратах. Осуществлялся жесткий контроль затрат, проводилась суровая тендерная политика. В компании существовало всего два простых тарифных плана, в которых потребителю было легко разбираться. Стратегия «дискаунтера» принесла компании десятки миллионов пользователей и вывела в число федеральных операторов на практически сложившемся рынке.

Компании «большой тройки» в этот период перешли к активной реализации стратегии дифференциации, предлагая различные тарифные планы и пакеты услуг, в которые, помимо телефонной связи, включались выход в интернет, передача «смс» и «ммс» сообщений. Теле 2 не могла конкурировать с «большой тройкой» в дифференциации услуг, т. к. не имела лицензии на право работать в формате 3G и 4G, что не позволяло предоставлять клиентам услугу выхода в интернет. Административные барьеры, характерные для высококонцентрированных рынков, компании не удалось преодолеть. Несмотря на то, что для шведской компании «Tele<sup>2</sup>», Россия была основным рынком, обеспечивавшим более 50% всех абонентов и почти 35% EBITDA, шведы продали компанию в марте 2013 г. сначала ВТБ, а затем она была выкуплена государственной компанией Ростелеком.

В настоящее время произошло объединение активов Теле<sup>2</sup> и компании Ростелеком, в конце 2014 г. появился четвёртый федеральный оператор мобильной связи Т2 РТК Холдинг. В августе 2015 г. была закрыта сделка по созданию нового федерального оператора, а уже через три месяца запущены первые сети 3G и 4G в пяти регионах.

История компании Теле<sup>2</sup> показала, что выход на рынок олигополистической структуры не гарантирует новому участнику успеха, для победы в жёсткой конкурентной борьбе на подобных рынках нужно быть готовым к смене своей стратегии. По результатам деятельности компании «Т2 РТК Холдинг» в 2014 г. показатель средней стоимости минуты разговора (АРРМ) впервые оказался выше, чем у МТС, одного из операторов «большой тройки», что подтверждает сомнения некоторых аналитиков относительно сохранения Теле 2 позиции дискаунтера на рынке.

#### Литература:

1. Бороздина, Н. А. Тенденции развития российского рынка услуг мобильной связи // Экономические науки, № 39—1, 10.12.2015.

2. Леонтьев, А. Мобильный интернет не пошел: ряд наблюдений за цифрами отчетов сотовых операторов// <http://nag.ru/articles>
3. <http://www.content-review.com> — Ежедневный онлайн-журнал
4. <http://corp.megaфон.ru> — сайт ПАО Мегафон
5. <http://www.acm-consulting.com/> — сайт консалтингового агентства AC&M consulting
6. [/mobile-review.com/new](http://mobile-review.com/new) — сайт, посвященный мобильным устройствам и технологиям
7. <http://fas.gov.ru/activity/tariffregulation/spheres/uslugi-svyazi.html> — сайт ФАС РФ
8. <http://www.mtsгsm.com/resources/reports/> — финансовый отчет за 2015 г. МТС
9. [http://corp.megaфон.ru/ai/document/8644/file/MFON\\_Q4\\_2015\\_Final.xlsx](http://corp.megaфон.ru/ai/document/8644/file/MFON_Q4_2015_Final.xlsx) — годовой отчет Мегафона
10. [http://static.beeline.ru/upload/images/Financial %20statements\\_RAS\\_PJSC %20VC\\_2015.pdf](http://static.beeline.ru/upload/images/Financial%20statements_RAS_PJSC%20VC_2015.pdf) — годовой отчет Вымпелкома

## Стимулирование и поддержка инновационного развития малого бизнеса в Узбекистане

Сирожиддинов Камолиддин Икромиддинович, кандидат экономических наук, преподаватель  
Наманганский государственный университет (Узбекистан)

Ходжибаева Икбола Валиевна, магистр, старший преподаватель  
Наманганский инженерно-педагогический институт (Узбекистан)

*В статье исследованы основные факторы ускорения развития и поддержки инновационного развития малого бизнеса в современных условиях.*

*The article examines the main factors to accelerate the development and support of innovative development of small business in modern conditions.*

В последние годы в Узбекистане проводится широко-масштабная модернизация социально-экономической жизни. Она имеет прямое отношение и к развитию малого бизнеса и частного предпринимательства. Это обусловлено тем, что данный сектор экономики сформировался в качестве решающей сферы, обеспечивающей основную часть занятости населения и его доходов, как в части заработной платы, так и в виде предпринимательского дохода. По официальным данным в настоящее время более половины своих доходов население получает в виде доходов от предпринимательской деятельности.

Как известно, устойчивый и сбалансированный экономический рост, конкурентоспособность национальной экономики в условиях глобализации опираются на широкое внедрение научно-технических достижений. Поэтому и развитие малого бизнеса должно происходить на базе новой техники и передовых технологий, требуется придание этому процессу инновационного характера. Именно таким путем возможно достижение его требуемой социально-экономической эффективности. Мировой опыт показывает, что инициатива и инновации должны составлять сущность предпринимательской деятельности. В национальной экономике решение данной проблемы основывается на создании благоприятных условий для инновационной деятельности субъектов малого бизнеса.

Предприниматель должен постоянно работать над собой, создать и внедрять новое. Конкурентная борьба в рыночной экономике требует инновационной активности, она становится жизненной необходимостью. При обобщенном подходе можно выделить следующие факторы предпринимательской инициативы в малом бизнесе:

1. Стимулы. Они побуждают предпринимателя к рискам при инновациях.
2. Возможности. Характеризуют наличие условий для инноваций.
3. Ограничения. Они ограничивают инновационную деятельность, означают наличие ограничений на пути создания внедрения инноваций.

Естественно, предприниматель и в инновационной деятельности имеет целью получение прибыли. Он стремится к созданию качественного, конкурентоспособного продукта и при внедрении инноваций, при производстве новой продукции. Для этого он совершенствует технологию производства, приобретает новое высокотехнологичное оборудование, занимается поиском новшеств. Вместе с тем существуют определенные ограничения, прежде всего финансовые. Большие вложения и издержки еще не гарантируют рыночный успех. Значит инновации требуют от предпринимателя комплексного подхода к проблеме. Во многих случаях усилия только самого предпринимателя оказываются недостаточными.

Инновации осуществляются в рамках общего инвестиционного процесса. Поэтому создание благоприятных условий и стимулирование инновационной деятельности является органической частью инвестиционной политики государства, направленной на создание соответствующего инвестиционного климата в стране. В докладе Всемирного банка отмечено, что Узбекистан входит в первую десятку стран мира, которые за 2015 год достигли наилучших результатов в области улучшения деловой среды для предпринимательской деятельности. Как подчеркивает Президент И.А. Каримов, проводимая работа по улучшению делового климата находит свое позитивное отражение в рейтингах деловой среды международных экономических организаций. В рейтинге Всемирного банка «Ведение бизнеса» Узбекистан за один год поднялся на 16 пунктов и занял 87 место, по критерию поддержка нового бизнеса занимает 42-е место в мире, по обеспечению исполнения заключенных договоров — 32-е, по индикатору предоставление кредитов субъектам малого бизнеса — 42-е. Доля малого бизнеса и частного предпринимательства в валовом внутреннем продукте в Узбекистане возросла с 31 процента в 2000 году до 56,7 процента в 2015 году. В этой сфере производится треть всей промышленной и 98 процентов сельскохозяйственной продукции. В ней трудится более 77 процентов всего занятого населения [1].

Известно, что силой, подталкивающей предпринимателя к инициативе и инновациям, является сила конкуренции. Опыт развитых стран показывает, свободная конкуренция в экономике не может существовать сама по себе, необходимы правовые и организационные меры по ее поддержке, антимонопольная политика. Необходима поддержка конкурентоспособности субъектов малого бизнеса и на внешних рынках. Поэтому в Узбекистане субъекты малого бизнеса и фермеры, в отличие от промышленных предприятий-экспортеров, освобождены от обязательной продажи банкам 50 процентов валютной выручки от экспорта своей продукции. В 2013 году при Национальном банке внешнеэкономической деятельности создан Фонд поддержки экспорта субъектов малого бизнеса. Он оказывает юридические, финансовые и организационные услуги субъектам предпринимательства по продвижению их товаров и услуг на зарубежные рынки. В 2015 году специалисты фонда оказали юридические, финансовые и организационные услуги 3213 субъектам предпринимательства в этом направлении. В результате проведенной работы осуществлен экспорт товаров и услуг на общую сумму 1,05 миллиарда долларов. В рамках этой работы 2,9 тысячи предпринимателям оказано содействие в изучении внешних рынков, 90 субъектов предпринимательства нашли своих партнеров за рубежом, 116 предпринимателей получили помощь в составлении экспортных контрактов в вводе данных в единую систему внешнеторгового оборота. В 2015 году фонд оказал финансовое содействие в размере 341 миллионов сумов для покрытия расходов по участию предпринимателей в меж-

дународных выставках и это больше аналогичного показателя 2014 года в 4 раза.

Конкурентоспособность бизнеса как на внутреннем, так и на внешних рынках поддерживается инновационным развитием бизнеса. В инновационном процессе требуется взаимодействие предпринимателя и исследователя, ибо в большинстве случаев инвестор и автор инновации — разные лица. В стране имеются достаточно широкие интеллектуальные возможности для инноваций в малом бизнесе. В 2015 году рост приема заявок по объектам интеллектуальной собственности составил 11,5 процента, в том числе принято заявок: на изобретения — 507, полезные модели — 190, промышленные образцы — 238, товарные знаки — 5615, селекционные достижения — 25, программы для ЭВМ — 521 и базы данных — 115. В государственных регистрах зарегистрирован 2651 объект интеллектуальной собственности, что на 17,5 процента больше, чем в 2014 году. Научно-исследовательская работа активно ведется в высших учебных заведениях, где сформировано более 1230 инновационных групп, которые сотрудничают с более 4400 предприятиями.

Для внедрения инноваций нужны средства. Предприниматель может использовать свои собственные и заемные средства. Объединению финансовых ресурсов способствует организация акционерных обществ, холдингов и других структур. Однако, они в основном они нацелены на обслуживание финансовых потребностей крупного бизнеса. Поэтому для малого бизнеса основным внешним финансовым источником является банковское кредитование.

В финансовой поддержке малого бизнеса активно участвуют коммерческие банки. «Агробанк» только за первые 5 месяцев 2013 года он предоставил субъектам малого бизнеса кредитов на 265 млрд. сумов, в том числе для развития для развития семейного бизнеса и ремесленничества — 4,5 млрд. сумов. Благодаря этому создано более 16 тыс. новых рабочих мест. В Узбекистане производственный потенциал малого бизнеса в существенной мере определяет продовольственную безопасность страны. За первые 5 месяцев 2013 года «Агробанк» для финансирования 2,1 тыс. проектов данного направления выделил 82,7 млрд. сумов кредитов. В том числе в сферу животноводства — 31,1 млрд. сумов, птицеводства — 7,2 млрд. сумов, рыбоводства — 2,8 млрд. сумов, пчеловодства — 1,8 млн. сумов. Региональные филиалы банка направили кредитных ресурсов: для создания интенсивных садов и виноградарства — 9,2 млрд. сумов, развития тепличных хозяйств — 9,5 млрд. сумов, выращивания овощей и бахчевых — 13,6 млрд. сумов. На проекты по переработке сельскохозяйственной продукции было выделено 6,9 млрд. сумов. На 2016 год «Агробанк» намерен выделить 1196 млрд. сумов средств для кредитной поддержки малого бизнеса и частного предпринимательства, финансовой поддержки бизнес-проектов женщин и молодежи. В этом процессе активно участвуют и другие банки. Например, Народный банк в 2015 году выделил 4160 женщинам — предпринимателям кредиты на сумму 125,6 млрд. сумов и

4000 выпускникам профессиональных колледжей — на 33,6 млрд. сумов.

По инициативе общественного движения молодежи «Камолот» в 2015 году прошел 1 республиканский бизнес-форум «Молодежное предпринимательство в Узбекистане: состояние и перспективы», где были представлены инициативы свыше 1,5 тысячи юных представителей деловой среды. В рамках проекта «Молодой предприниматель — опора страны» 314 авторам самых перспективных бизнес-планов вручены рекомендации для получения льготных кредитов коммерческих банков на 7 млрд. сумов. Кроме того, 353 участника конкурса «Моя бизнес-идея» стали обладателями займов почти на 3,6 млрд. сумов.

В Узбекистане реализуемые комплексные меры по дальнейшему улучшению инвестиционной среды, обеспечению надежной защиты малого бизнеса, снятию преград

для его деятельности и всесторонней поддержки способствовали созданию в 2015 году 26,9 тысячи новых субъектов частного предпринимательства (без дехканских и фермерских хозяйств). Количество действующих субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства на 1 января 2016 года превысило 207,1 тысячи и выросло за год на 5,7 процента. За 2015 год ими освоено инвестиций в экономику на сумму около 14,8 трлн. сумов, что составляет 36,3 процента от общего объема освоенных инвестиций в стране. Эти субъекты выполнили за 2015 год строительных работ на сумму более 17 трлн. сумов, что составляет 67,2 процента от общего объема строительных работ и на 14,4 процента больше уровня 2014 года.

Таким образом, малый бизнес является важной частью экономики Узбекистана, вносит достойный вклад в социально-экономическое развитие страны и имеет благоприятные условия и перспективы развития.

#### Литература:

1. Каримов, И. А. Наша главная цель — несмотря на трудности, решительно идти вперед, последовательно продолжая осуществляемые реформы, структурные преобразования в экономике, создавая еще более широкие возможности для развития частной собственности, предпринимательства и малого бизнеса. Доклад на заседании Кабинета Министров Республики Узбекистан, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2015 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2016 год. — Народное слово, 16 января 2016 года.
2. Касымов, Г. М., Махмудов Б. Д. Основы национальной экономики. Учебник. — Т.: «Мехнат», 2004.
3. Лапуста, М. Г. Малое предпринимательство: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2008. — 685 с.

## Современные модели прогнозирования финансового результата

Скипин Дмитрий Леонидович, кандидат экономических наук, доцент;  
Помелова Татьяна Владимировна, студент  
Тюменский государственный университет

*В постоянно меняющихся условиях особенно важно своевременно анализировать и прогнозировать основные показатели финансовой деятельности организации для быстрого принятия решений. Прогноз финансового результата на очередной финансовый год и плановый период разрабатывается ежегодно в целях определения тенденции изменения показателей, из которых формируется финансовый результат организации.*

*В данной статье предлагается рассмотреть различные методы прогнозирования финансового результата организации.*

**Ключевые слова:** прогноз, прогнозирование, финансовый результат, прибыль.

**П**рогноз финансового состояния, в том числе финансового результата, необходим не только для менеджеров организации для принятия управленческих решений, но и для оценки кредитором вероятности возврата кредита, инвестором — рентабельности, возможных рисков при вложении денежных средств в проект организации.

Под прогнозом понимается научно обоснованная гипотеза о вероятном будущем состоянии экономической системы и экономических объектов и характеризующие это состояние показатели. Разработку, составление прогнозов

называют прогнозированием. Прогнозирование широко используется на предварительных стадиях разработки планов и программ как инструмент научного предвидения, вариантного анализа, получения дополнительной информации при выработке решений. Прогнозы применяются и в качестве планов-ориентиров [3].

При ежегодном формировании прогноза и его анализе организация сможет делать выводы о достижении / не достижении уровня фактических значений показателей прогноза по отношению к прогнозным значениям пока-

зателей, о причинах данных отклонений, факторах, повлиявших на уровень достижения / не достижения фактических значений показателей прогноза, и разрабатывать предложения по повышению эффективности прогнозирования.

Любое прогнозирование экономических явлений и процессов должно включать в себя следующие этапы:

- постановка задачи и сбор необходимой информации;
- первичная обработка исходных данных;
- определение возможных методов прогнозирования;
- оценка параметров данных методов;
- исследование качества выбранных методов и выбор лучшего метода;
- построение прогноза;
- содержательный анализ полученного прогноза [2; с. 9].

Период прогнозирования организация определяет самостоятельно, он может быть как от месяца, так и на долгосрочный период. Выбор периода зависит от цели прогнозирования и наличия достоверной исходной информации [4]. При большой погрешности имеющихся данных, бессмысленно производить прогнозные расчеты.

Организации целесообразно формировать прогноз на период, совпадающий с периодом разработки прогноза социально-экономического развития муниципального образования, в котором находится данная организация, в целях более полного и точного представления ситуации, сложившейся в регионе и в стране в целом.

Кроме того, для оценки влияния на финансовый результат деятельности организации вероятных изменений основных факторов (объем производства, цена на реализацию продукции, уровень себестоимости продукции и другие) прогнозные расчеты можно производить по нескольким вариантам с различными исходными данными [1]. Данный метод также применяется при прогнозе сценарных условий и основных макроэкономических параметров прогноза социально-экономического развития Российской Федерации на очередной финансовый год и плановый период в составе двух вариантов — базовый сценарий и оптимистичный сценарий.

Все методы прогнозирования финансовых результатов организации можно разделить на 3 группы:

1. Стохастические — методы, которые носят вероятностный характер прогноза, и точность его получения зависит от количества используемых показателей. Стохастические методы считаются самыми сложными по количеству используемых алгоритмов. Результаты прогнозирования, полученные методами статистики, подвержены влиянию случайных колебаний данных, что может иногда приводить к серьезным просчетам.

2. Метод экспертных оценок — метод анализа и оценки экономических процессов, выработки управленческих решений на основе мнения квалифицированных экспертов [3]. Данный метод включает в себя опрос экспертов по определенным схемам и обработку полученных результатов. На практике, данный метод предполагает ис-

пользование опыта и знаний руководителей различных подразделений организации (торговое, финансовое и т. д.), что обеспечивает принятие решения наиболее рациональным и быстрым образом. Недостатком метода является снижение или даже полное отсутствие персональной ответственности за сделанный прогноз. Экспертные оценки делаются не только для прогнозирования значений финансовых показателей, а, в первую очередь, для применения в аналитической работе: для разработки пороговых значений контролируемых показателей, весовых показателей и т. д.

3. Детерминированные методы. Они предполагают наличие функциональных или жестко детерминированных связей, когда каждому значению факторного признака соответствует вполне определенное неслучайное значение результативного признака. Форма отчета о финансовых результатах, представляет собой табличную реализацию жестко детерминированной факторной модели, связывающей результативный признак (чистой прибыль) с факторами (выручка от реализации, себестоимость, прочие расходы и др.).

В прогнозировании финансового результата наиболее распространенным методом является метод пропорциональных зависимостей детерминированной модели, так как он позволяет наиболее точно спрогнозировать финансовые показатели.

Суть этого метода заключается в предположении о взаимосвязи финансовой деятельности организации. Взаимосвязь в данном случае определяется так, что все основные показатели организации изменяются согласованно и пропорционально во времени. Например, если себестоимость составляла определенный процент от выручки от реализации за определенный период времени, то данное процентное соотношение не будет сильно меняться.

Этапы метода пропорциональных зависимостей:

1. Определение базового показателя.
2. Идентификация производных показателей, прогнозирование которых планируется произвести.
3. Установление зависимости производного показателя от базового.
4. Составление прогнозного отчета о финансовых результатах.

Базовый показатель является наиболее важным с позиции характеристики деятельности организации, который используется для определения прогнозных значений других показателей с помощью простейших пропорциональных зависимостей. В качестве базового показателя как правило используется выручка от реализации продукции.

На следующем этапе определяются производные показатели, прогнозирование которых планируется произвести. К ним можно отнести показатели отчета о финансовых результатах (себестоимость продаж, валовая прибыль, прибыль до налогообложения и другие). Как правило, необходимость и целесообразность выделения того или иного производного показателя определяются его

значимостью в отчетности. Для каждого производного показателя устанавливается линейный вид его зависимости от базового показателя.

Кроме того, до прогнозирования финансовой отчетности должен выполняться структурный и динамический анализ финансовой отчетности и расчет финансовых коэффициентов.

Анализ динамики проводится минимум за три года, после чего рассчитывается прогнозный показатель выручки от реализации продукции и на его основе все остальные показатели из отчета о финансовом результате.

Для расчета прогнозной выручки рассчитывается среднегодовой темп роста выручки за три анализируемых года:

$$T_{\text{ср}} = T_{r_i} * T_{r_{i+1}} * T_{r_{i+2}} \quad (1)$$

где  $T_{\text{ср}}$  — среднегодовой темп роста;

$T_r$  — темп роста.

На основе полученного среднегодового темпа роста выручки можно рассчитать прогнозную выручку:

$$V_{\text{прогн}} = V_i * T_{\text{ср}} \quad (2)$$

где  $V_{\text{прогн}}$  — прогнозная выручка;

$V_i$  — выручка в отчетном периоде;

$T_{\text{ср}}$  — среднегодовой темп роста выручки.

Чтобы построить отчет о финансовых результатах на прогнозный период нужно рассчитать уровень каждого показателя в отчете по отношению к выручке.

Данный метод легко применяется на практике без сложных алгоритмических действий, его целесообразно применять, если организация работает стабильно, с устойчивыми технологическими процессами, без резких изменений в своей деятельности.

Рассмотрим еще один метод прогнозирования с помощью изучения зависимости результатов деятельности организации в зависимости от времени — изучение временных рядов.

Временной ряд представляет собой совокупность изменений показателя на протяжении некоторого временного отрезка. Целью анализа временных рядов является прогнозирование будущих значений показателя на основании того, какими были его наблюдаемые значения в прошлом.

Для прогнозирования отчета о финансовом результате используются дискретные временные ряды, а именно интервальные, то есть которые получились накоплением переменной в течение некоторого периода времени.

Временной ряд принято моделировать как стохастический (случайный) процесс. Стационарным называется тот стохастический процесс, чьи свойства с вероятностной точки зрения не зависят от времени. Если же процесс зависит от времени, то он называется нестационарным.

На первом этапе необходимо определить, стационарен ли временной ряд.

Для проверки ряда на стационарность традиционно используется критерий Спирмена: существует временной ряд  $x_t$  состоящий из  $T$  наблюдений, который упорядочен по  $t \in [1; T]$ .

Необходимо упорядочить ряд по возрастанию (или убыванию) исследуемой переменной  $x_t$  и присвоить ряду

новый порядок, или ранг  $\theta_t$ . В случае если процесс чисто случайный, эти порядки будут независимы, однако, в случае тенденции, они будут коррелированы.

Коэффициент ранговой корреляции Спирмена для больших выборок рассчитывается по следующей формуле:

$$\eta = 1 - \frac{6}{T(T^2-1)} \sum_{t=1}^T (\theta_t - t)^2 \quad (3)$$

где  $\eta$  — коэффициент ранговой корреляции Спирмена;  $T$  — число парных наблюдений;

$\sum_{t=1}^T (\theta_t - t)^2$  — сумма квадратов разностей рангов.

В больших выборках величина  $\eta$  приближенно имеет нормальное распределение  $N(0, \frac{1}{T-1})$ .

Если выборка маленькая, то в качестве статистики используют величину  $\eta \sqrt{\frac{T-2}{1-\eta^2}}$ , которая приближенно имеет

распределение Стьюдента с  $T-2$  степенями свободы. Процесс является случайным (стационарным), если

$\eta \sqrt{\frac{T-2}{1-\eta^2}} < t_{T-2, 1-\theta/2}$  (двусторонняя критическая граница

распределения Стьюдента). Если же неравенство не выполняется, то это можно расценивать как наличие тенденции.

Когда речь идет об анализе и прогнозировании временных рядов, то имеется ввиду определение различных динамик, которые зачастую комбинируются. Для того чтобы дать верный прогноз, нужно правильно разложить временной ряд на составляющие, то есть построить модель.

После того, как модель построена, необходимо проверить точность аппроксимации (приближение функции более простой функцией) исходных значений моделью:

$$R^2 = 1 - \frac{S_{\epsilon}^2}{S^2} \quad (4)$$

где  $R^2$  — коэффициент детерминации;

$S_{\epsilon}^2$  — дисперсия остатков;

$S^2$  — дисперсия исходного ряда.

Также необходимо смотреть коэффициент детерминации, скорректированный на число степеней свободы  $\hat{R}^2$ , чтобы учесть количество факторов, рост количества которых ведет к росту обычного коэффициента детерминации.

$$\hat{R}^2 = 1 - (1 - R^2) \frac{N-1}{N-n-1} \quad (5)$$

где  $\hat{R}^2$  — коэффициент детерминации;

$N$  — количество наблюдений в исследуемом ряду;

$n$  — это количество факторов.

Также необходимо оценить значимость всех включенных в модель факторов. Оценка осуществляется с помощью t-критерия, который признает фактор значимым, если:

$$\frac{a_j}{s_{a_j}} = t_j^c < 0,05 \quad (6)$$

где  $a_j$  — оценка  $j$ -го фактора

$s_{a_j}$  — корень из несмещенной дисперсии  $j$ -й объясняемой переменной.

Кроме того, можно проверить значимость полученного уравнения по  $F$ -критерию на 5%-ном уровне значимости.

$$R^2 (N-n-1) / (1-R^2) n = F^c \sim F_{n, N-n-1} \quad (7)$$

Если расчетное значение больше табличного, то модель значима.  $R$  наиболее важным составляющим модели можно отнести тренд, циклические колебания и сезонные колебания.

Прогноз проводится следующим образом: оцениваются коэффициенты модели описывающей выборку из  $N$  наблюдений, делается прогноз на 1 шаг вперед (квартал, год), затем вновь оцениваются коэффициенты модели, описывающие выборку уже из  $N+1$  наблюдений, включая

одно прогнозное значение и делается прогноз еще на 1 шаг вперед и так далее [5; с. 167].

Точность прогноза зависит от правильности выбора метода прогнозирования в том или ином конкретном случае. Однако это не означает, что в каждом случае применима только какая-нибудь одна модель. Вполне возможно, что в ряде случаев несколько различных моделей выдадут относительно надежные оценки.

Таким образом, прежде чем выбрать и использовать определенную модель для составления прогноза, целесообразно проверить модели на объективность, точность и эффективность, то есть спрогнозировать по имеющимся данным показатели за отчетный период и сравнить полученные прогнозные данные с фактическими и их отклонения. Также стоит учитывать при прогнозе как количественные, так и качественные факторы, влияющие на финансовый результат и с помощью метода экспертных оценок откорректировать прогнозные показатели.

Литература:

1. Белевич, В. А., Скипин Д. Л. Механизм формирования прибыли в отечественной и зарубежной практике // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. — 2013. — № 17. — с. 116–122.
2. Дуброва, Т. А. Статистические методы прогнозирования в экономике: Учебное пособие, практикум, тесты, программа курса / Дуброва Т. А., Архипова М. Ю. Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. — М., 2004. — 136 с.;
3. Райзберг, Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 6-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2011. 494 с.
4. Скипин, Д. Л., Марганова Р. Р. Современные подходы к прогнозированию финансовых результатов деятельности предприятия // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. — 2014. — № 15. — с. 69–75.
5. Суслов, В. И. Анализ временных рядов: учеб. пособие / В. И. Суслов, Н. М. Ибрагимов, Л. П. Талышева, А. А. Цыплаков. — Новосибирск: Изд-во СО РАН, 2005. — 744 с.

## Налоговые преимущества лизинговой сделки для предприятий с общей системой налогообложения

Смирнова Надежда Владиславовна, магистрант  
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

В условиях рецессии экономики юридические предприятия стремятся к максимально выгодному финансированию своих проектов. В качестве экономически выгодного финансового инструмента можно рассматривать финансовый лизинг. Имущество, которое является объектом аренды — подлежит обложению налогом на имущество. А в том случае если объектом аренды выступает транспортное средство то так же облагается и транспортным налогом.

В соответствии со статьей 374 НК РФ объектами налогообложения для российских организаций признается движимое и недвижимое имущество (в том числе имущество, переданное во временное владение, в пользование,

распоряжение, доверительное управление, внесенное в совместную деятельность или полученное по концессионному соглашению), учитываемое на балансе в качестве объектов основных средств в порядке, установленном для ведения бухгалтерского учета. Следует обратить внимание на то, что налог на имущество платит тот, у кого на балансе находится объект аренды.

Экономия в лизинге достигается за счет налога на прибыль и налога на имущество примерно в равных пропорциях. Однако, для различных амортизационных групп она разная, и чем выше группа тем больше экономия. При этом эффект экономии на налоге на имущество с 2013 года для движимого имущества утрачен ввиду отмены на-



лога у данной группы имущества с 2013 года. Таким образом, при лизинге имущества 7 амортизационной группы, до 2013 года экономия составляла  $6,44 + 6,09 = 12,53\%$ . С 2013 года экономия по данному имуществу от применения схемы лизинга составляет теперь по сравнению с кредитом  $6,44\%$ .

В соответствии со статьей 356 НК РФ транспортный налог (далее в настоящей главе — налог) устанавливается настоящим Кодексом и законами субъектов Российской Федерации о налоге, вводится в действие в соответствии с настоящим Кодексом законами субъектов Российской Федерации о налоге и обязателен к уплате на территории соответствующего субъекта Российской Федерации.

Устанавливая налог, законодательные (представительные) органы субъектов Российской Федерации определяют налоговую ставку в пределах, установленных настоящей главой. В отношении налогоплательщиков-организаций законодательные (представительные) органы субъектов Российской Федерации, устанавливая налог, определяют также порядок и сроки уплаты налога. (часть вторая в ред. Федерального закона от 04.10.2014 N 284-ФЗ). При установлении налога законами субъектов Российской Федерации могут также предусматриваться налоговые льготы и основания для их использования налогоплательщиком.

Налоговый кодекс РФ (статья 357) говорит о том, что плательщиком налога владельцев автотранспортных средств является то лицо, на чье имя транспортное средство зарегистрировано в соответствующих органах, то есть это будет не обязательно балансодержатель как в случае с налогом на имущество. Зачастую транспортное средство регистрируется на имя лизингополучателя.

На основании ст. 665 Гражданского кодекса РФ договор лизинга относится к договорам аренды. Лизинговые платежи для лизингополучателя эквивалентны арендным платежам.

По договору лизинга лизингополучатель часто уплачивает лизингодателю авансовый платеж. НДС к вычету с авансового платежа лизингополучатель имеет право, если имеет счет-фактуру от лизингодателя (п. 12 ст. 171 Налогового кодекса РФ). Далее лизингополучатель производит ежемесячные лизинговые платежи и восстанавливает НДС, ранее предъявленный к вычету в отношении авансового платежа (подп. 3 п. 3 ст. 170 НК РФ).

Случается, что в соответствии с договором лизинга, лизингополучатель уплачивает лизингодателю первоначальный лизинговый платеж, значительно превышающий сумму последующих ежемесячных платежей. Этот платеж не является авансовым, поэтому если организация имеет счет фактуру, она может принять НДС к вычету в отношении такого платежа в полном объеме. Случается, что налоговые органы требуют предъявлять налог к вычету по первоначальному лизинговому платежу равными суммами в течение срока действия договора. Суды встают на защиту налогоплательщиков и считают такую позицию налоговиков незаконной (Постановление ФАС Ураль-

ского округа от 25.01.10 № Ф09–11300/09-С2 по делу № А60–29890/2009-С6).

По ежемесячным лизинговым платежам НДС, предъявленный лизингодателем, принимается к вычету при наличии счетов-фактур и отражения их в книге покупок. Причем неважно, произведена оплата лизингодателю или нет, вычет НДС лизингополучатель производит в периоде возникновения правовых оснований для применения такого вычета (счет-фактура от лизингодателя).

Суммы НДС, входящие в выкупную цену, принимаются к вычету после перехода права собственности на лизинговое имущество к лизингополучателю (подп. 1 п. 2 ст. 171, п. 1, ст. 172 НК РФ). Финансовое ведомство указывает, что лизингополучатель имеет право на вычет НДС независимо от того, на чьем балансе (лизингодателя, или лизингополучателя) учитывается предмет лизинга (Письмо Минфина РФ от 22.11.04 № 03–03–01–04/1/128).

Для подтверждения права на вычет нужны следующие документы: договор лизинга, график лизинговых платежей, документы, подтверждающие оплату лизинговых платежей, акт приемки-передачи лизингового имущества. Об этом чиновники Минфина говорили в Письме от 09.11.06 № 03–03–04/1/745. Если предмет лизинга — недвижимое имущество, чиновники рекомендуют ежемесячно составлять акт об оказании услуг по аренде недвижимого имущества (Письмо Минфина РФ от 07.06.06 № 03–03–04/1/505).

Согласно статье 260 НК РФ Расходы на ремонт основных средств, произведенные налогоплательщиком, рассматриваются как прочие расходы и признаются для целей налогообложения в том отчетном (налоговом) периоде, в котором они были осуществлены, в размере фактических затрат. Положения настоящей статьи применяются также в отношении расходов арендатора амортизируемых основных средств, если договором (соглашением) между арендатором и арендодателем возмещение указанных расходов арендодателем не предусмотрено. Порядок распределения расходов, связанных с осуществлением всех видов ремонта, а также технической эксплуатации транспортных средств, определяется договором аренды.

В настоящее время российское законодательство устанавливает ряд относительных налоговых преимуществ для участников лизинговой сделки.

Например, балансодержатель имущества, которое является предметом лизинга, имеет право применять к нему механизм ускоренной амортизации с коэффициентом не выше трех (пункт 7 статьи 259 НК РФ и статьи 31 Федерального закона от 29.10.1998 N 164-ФЗ (ред. от 31.12.2014) «О финансовой аренде (лизинге)»). Однако, данные положения не распространяются на ОС, которые относятся к первой, второй и третьей амортизационным группам, в случае если амортизация по данным ОС начисляется нелинейным методом.

Так же лизингополучателю представлена возможность отнесения на расходы, уменьшающие налогооблагаемую

прибыль, лизинговых платежей в полном объеме, независимо от величины процентов (комиссионного вознаграждения) лизингодателю.

Предлагаем рассмотреть движение НДС в лизинговой сделке для клиентов с Общей системой налогообложения:

Таблица 1

Аванс	Аванс + остаток стоимости оборудования
Клиент платит аванс лизингодателю	Лизингодатель платит аванс и остаток стоимости оборудования поставщику
Лизингодатель платит НДС с аванса государству	Поставщик платит НДС со стоимости оборудования, включая аванс государству
Лизингополучатель (клиент) возвращает НДС с аванса	Лизингодатель возвращает НДС с аванса и стоимости оборудования

Компания — лизингодатель имеет право на вычет в полном размере в момент поставки оборудования, даже если лизингодатель выплатил не всю сумму за оборудование поставщику.

Аванс и остаток стоимости оборудования оплачиваются отдельно и в разные даты. Так же стоимость оборудо-

вания может выплачиваться лизингодателем поставщику по частям. Это может происходить пока оборудование производится, либо уже после получения оборудования лизингодателем и лизингополучателем, в зависимости от договора купли-продажи между поставщиком и лизингодателем.

Таблица 2

Оказанные лизинговые услуги	
Лизингодатель платит НДС государству за оказанные лизинговые услуги ежемесячно (НДС на лизинговый платеж)	Клиент возмещает НДС ежемесячно
Так же лизингодатель платит НДС с суммы, которую клиент превышает при оплате лизингового платежа	Клиент так же имеет право вернуть НДС с данной суммы от государства

Выручка, полученная лизингодателем от сделки (от оказания лизинговых услуг), в соответствии с действующим налоговым законодательством подлежит обложению налогом на добавленную стоимость по расчетной ставке. Сумма налога на добавленную стоимость, упла-

ченного лизингополучателем в составе лизинговой платы, принимается у него к зачету по мере отнесения платежей на издержки производства и обращения.

Рассмотрим движение НДС в лизинговой сделке на примере Рисунка 1.

Условия:								
Цена лизингового имущества	1 000 000,00р.							
Аванс	25%							
Срок	12							
Ставка	20%							
Ставка страхования имущества	1,00%							
Зачет НДС	да	114 406,78						
Итого:	750 000,00	83 710,55	750 000,00	833 710,55	114 406,78	10 000,00	131 274,68	860 578,45
# платежа	Погашение Основного Долга	Погашение %	Остаток ОД	ОД+%	НДС к зачету	Страхование	НДС на лиз.платеж	Сумма лиз.платежа
1	56 975,88	12 500,00	750 000,00	69 475,88	9 533,90	833,33	10 939,56	71 714,87
2	57 925,48	11 550,40	693 024,12	69 475,88	9 533,90	833,33	10 939,56	71 714,87
3	58 890,90	10 584,98	635 098,64	69 475,88	9 533,90	833,33	10 939,56	71 714,87
4	59 872,42	9 603,46	576 207,74	69 475,88	9 533,90	833,33	10 939,56	71 714,87
5	60 870,29	8 605,59	516 335,32	69 475,88	9 533,90	833,33	10 939,56	71 714,87
6	61 884,80	7 591,08	455 465,03	69 475,88	9 533,90	833,33	10 939,56	71 714,87
7	62 916,21	6 559,67	393 580,24	69 475,88	9 533,90	833,33	10 939,56	71 714,87
8	63 964,81	5 511,07	330 664,03	69 475,88	9 533,90	833,33	10 939,56	71 714,87
9	65 030,89	4 444,99	266 699,22	69 475,88	9 533,90	833,33	10 939,56	71 714,87
10	66 114,74	3 361,14	201 668,32	69 475,88	9 533,90	833,33	10 939,56	71 714,87
11	67 216,65	2 259,23	135 553,58	69 475,88	9 533,90	833,33	10 939,56	71 714,87
12	68 336,93	1 138,95	68 336,93	69 475,88	9 533,90	833,33	10 939,56	71 714,87

Рис. 1. График лизинговых платежей

Если клиент находится на Общей системе налогообложения, то он имеет возможность вернуть НДС на лизинговый платеж в полном объеме.

НДС на лизинговый платеж складывается из:  $ОД + \% + \text{дополнительные расходы (если они имеются, в данном примере дополнительные расходы не использованы)} + \text{налог на имущество (если он имеется, в данном примере не используется)} + \text{страхование-НДС к зачету} * 0,18$ .

Сумма НДС к зачету состоит из НДС на лизинговое имущество-НДС с аванса (так как его клиент возмещает отдельно по другой статье).

Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что лизинговая сделка обладает рядом весомых налоговых преимуществ как для лизингодателя, так и для лизингополучателя. В условиях рецессии экономики лизинг является мощным финансовым инструментом в помощи бизнесу.

Литература:

1. Иванов, А. А. Договор финансовой аренды (лизинга). - М.: Проспект, 2001. — 64 с.
2. НК РФ//Консультант плюс. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28165/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/)
3. Кабатова, Е. В. Лизинг: правовое регулирование, практика. — М.: ИНФРА-М, 2006. — 98 с.
4. Макеева, В. Г. Лизинг. - М.:, 2000. — 57 с.
5. Мартынов, А. Ю. Банки и лизинг. - М.: МАКС Пресс, 2001. — 15 с.

## Анализ внешнеэкономической деятельности Красноярского края: проблемы и перспективы развития

Старикова Галина Владимировна, студент  
Сибирский федеральный университет

*В статье приведен анализ внешнеэкономической деятельности Красноярского края, выявлены ее основные тенденции. Определены наиболее значимые проблемы, в соответствии с которыми обозначены контуры дальнейшего развития региона.*

**Ключевые слова:** Красноярский край, внешнеэкономическая деятельность, внешнеторговый оборот, импорт, экспорт.

В настоящее время невозможно затрагивать вопросы экономической жизни в отрыве от вопросов глобализации и международной экономической интеграции. Эти процессы не просто направляют, они предопределяют вектор и интенсивность развития национальной экономики, выступают ее акселератором. В данном контексте эффективная внешнеэкономическая деятельность становится одним из наиболее приоритетных факторов роста экономики России, а вовлеченность страны в интеграционные процессы и хозяйственные связи определяется уже на более глубоком уровне — уровне непосредственного участия регионов страны во внешнеэкономической деятельности.

В анализе внешнеэкономической активности как страны, так и региона первоочередным является анализ внешней торговли. Обмен товарами, услугами, капиталом

обеспечивает интенсификацию и модернизацию производства, повышению эффективности задействования ресурсов. Распределение экспортно-импортных связей в регионах оказывает существенное влияние на внешнеторговую деятельность страны в целом, поэтому проблема внешнеэкономической деятельности Красноярского края как региона, занимающего ведущие позиции по экспорту-импорту в Сибири, актуализируется.

Для анализа внешнеэкономической активности региона, целесообразно отразить объемы экспорта и импорта, их структуру по товарам и торговым партнерам, объемы внешнеторгового оборота. Итак, стоимостные объемы товарооборота, экспорта и импорта Красноярского края за 2010–2015 гг. по данным Сибирского таможенного управления [1] приведены в таблице 1.

Таблица 1. Показатели товарооборота Красноярского края за 2010–2015 гг., млн. долл.

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Внешнеторговый оборот	6391,5	11293,7	10001	9575,1	8865,1	7657,4
Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.
Экспорт	5394,6	9329,9	8198,7	7746,5	7572,4	6468,7
Импорт	996,9	1963,8	1802,3	1828,6	1292,7	1188,7

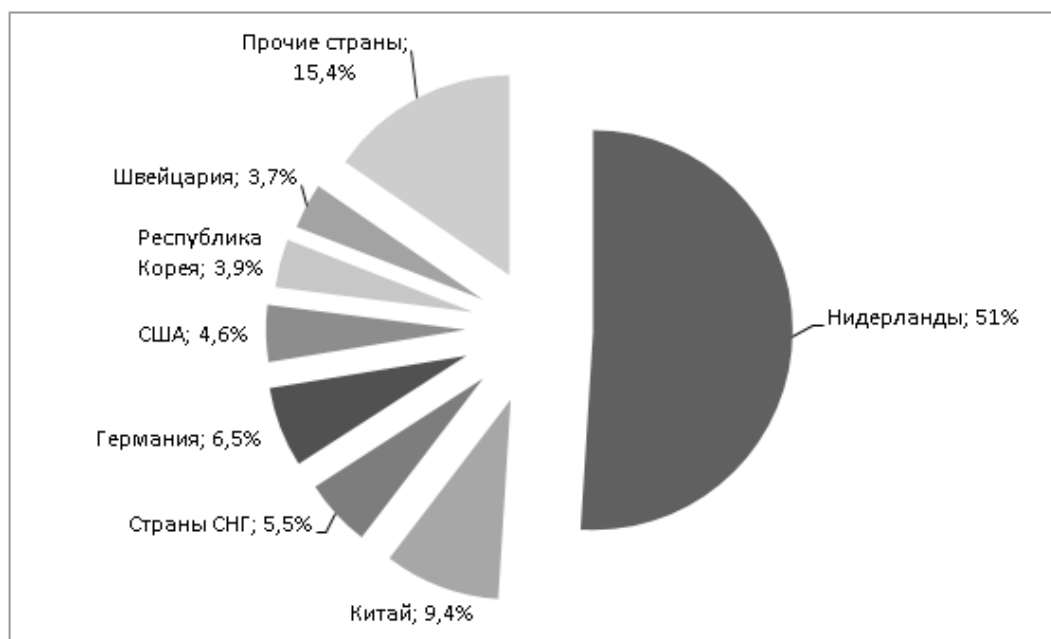


Рис. 1. Основные торговые партнеры Красноярского края в 2014 г.

По разработанной таблице можно заметить, что рост товарооборота Красноярского края в 2011 г. нивелировался его падением к 2015 г., очевидно, на фоне нарастающих кризисных условий и последующего введения экономических санкций. Однако значим тот факт, что увеличивается доля экспорта в товарообороте и снижаются объемы импорта. Так, в 2015 г. доля экспорта во внешнеторговом обороте составила 84 %, что на 4 % больше аналогичного показателя в 2013 г., тогда как доля импорта сократилась за указанный период с 19 % до 16 %.

Основные торговые партнеры Красноярского края за 2015 г. отображены на рис. 1. Страны дальнего зарубежья занимали и занимают доминирующую позицию — 94,5% [1] — во внешнеторговом обороте региона. При этом максимальный удельный вес во внешнеэкономическом сотрудничестве имели Нидерланды (51%), Китай (9,4%), Германия (6,5%).

Экономика Красноярского края основана на промышленном производстве, а также добывающей отрасли, так как край имеет огромную природно-ресурсную базу. По данным Федеральной службы государственной статистики, край занимает десятое место по валовому региональному продукту, при этом данная позиция обеспечивается такими отраслями, как цветная металлургия, химическая промышленность, электроэнергетика, лесодобыча. Важнейшие отрасли края имеют вес не только на национальном, но и на мировом уровне, обеспечивая его высокую позицию по товарообороту с иностранными контрагентами.

В 2015 г. наибольшую долю в экспорте края — почти 78 % — имели металлы, доли остальных вывозимых товаров оказались незначительны в общем объеме экспорта,

например доля древесины составила 8 %, продуктов химической отрасли — 6,5 % [1] (рис. 2).

Для сравнения, аналогичные товары в 2010 году имели следующие доли в общем экспорте Красноярского края: металлы — 64 %, древесина — 10 %, продукты химической отрасли — 21 % [2]. В первом полугодии 2015 г., сопоставляя с первым полугодием 2014 г., объем поставки продукции металлургии вырос на 4 %, в то время как объемы экспорта древесины и химической продукции практически не изменились.

Думается, на существенный рост стоимостных объемов экспорта металлов повлияли повышение спроса и соответственно цен на мировом рынке, а также девальвация рубля, которая сделала «рублевые» поставки на мировой рынок чрезвычайно выгодными.

Относительно контрагентов, наиболее значимыми экспортными партнерами Красноярского края на 2015 год являлись: Нидерланды (59% в объеме экспорта), Китай (7,2%), Германия (5,4%), Республика Корея и Турция (по 4,3%), а также страны СНГ и США (по 3,1%) [1]. За первое полугодие 2015 г. по сравнению с аналогичным периодом 2014 г. произошли следующие изменения: увеличился экспорт Красноярского края в США на 2,8%, в Корею на 2,5%, в Германию на 5,5%, что объясняется скорее ростом спроса в этих странах на металлургическую продукцию, нежели улучшением геополитического положения страны. Также, сократились объемы поставок в Нидерланды, Китай, Швейцарию и СНГ.

Теперь обратимся к импорту края. Как уже отмечалось, в 2015 г. доля импорта во внешнеторговом обороте региона сократилась на 4 %. В первом полугодии 2015 г. этот показатель снизился почти на 9 % к первому полугодью 2014 г.

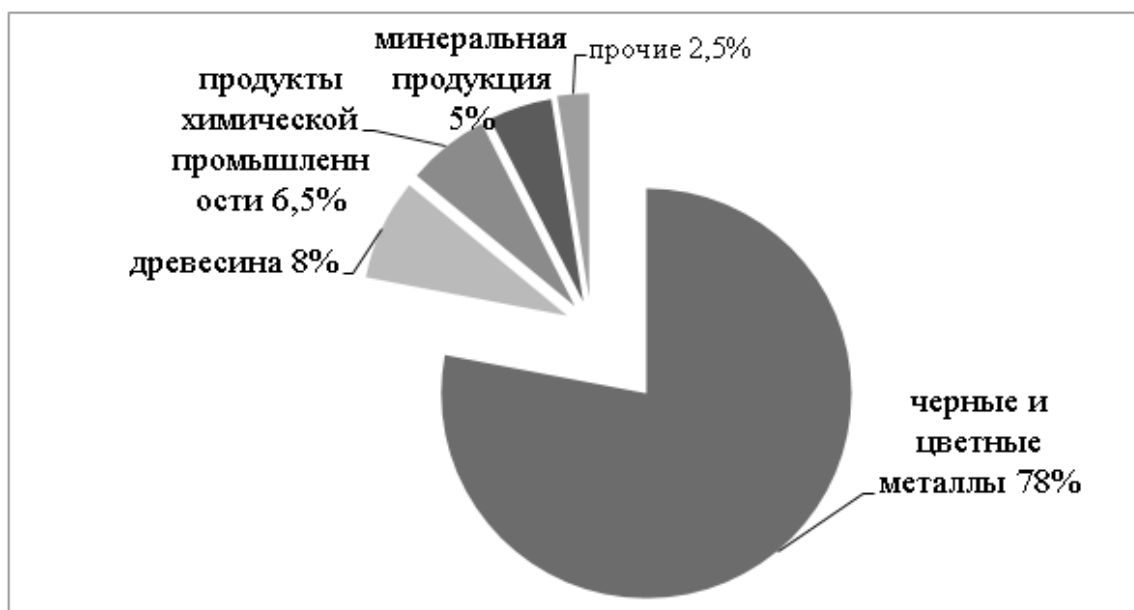


Рис. 2. Товарная структура экспорта Красноярского края в 2014 г.

В импортных потоках Красноярского края 2015 г. ключевыми являлись следующие страны: Китай (2,2% в общем объеме импорта), страны СНГ (19,7%, в т. ч. Украина — 14,4%), Германия (12,4%), США (13,5%) [1]. Товарная структура импорта региона в 2014 г. представлена на рис. 3.

Сопоставляя товарную структуру импорта региона в первом полугодии 2015 г. с аналогичным периодом 2014 г., можно отметить рост доли машиностроительной продукции в общем объеме импорта почти на 5%, но снижение долей всех остальных статей импорта, что закономерно при общей тенденции к снижению стоимостного объема импорта.

По результатам исследования можно выделить следующие проблемы во внешнеэкономической деятельности Красноярского края, тормозящие его устойчивое развитие и ограничивающие перспективы:

1. Примат экспорта невозобновляемых ресурсов, сырья и продукции добывающей промышленности при недостаточно развитой обрабатывающей промышленности, рыночная стоимость конечной продукции которой существенно выше необработанного сырья.

2. Доля вывоза из региона продукции машиностроения составляет меньше одного процента (2014 г.) с тенденцией к дальнейшему сокращению. А ведь машиностроение и химическая отрасль определяют уровень на-

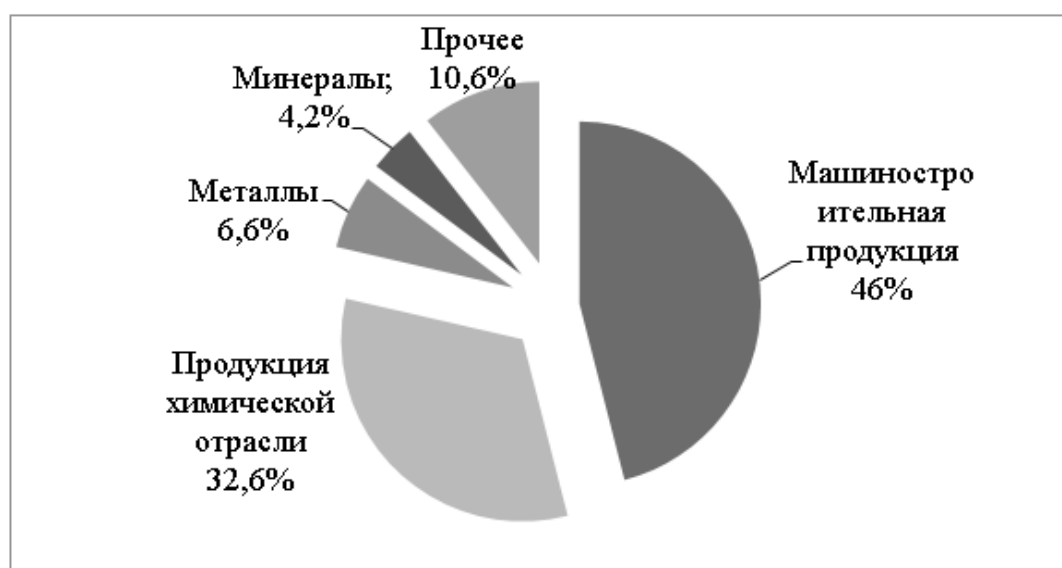


Рис. 3. Товарная структура импорта Красноярского края в 2014 г.

учно-технического развития региона, да и в целом развитие всех отраслей экономики.

Несмотря на достаточно высокий научный потенциал, в крае чрезвычайно мала доля как экспорта, так и импорта инновационных технологий, научных разработок.

Все это ведет к кумулятивному технологическому отставанию Красноярского края и падению конкурентоспособности вывозимой продукции на мировом рынке.

3. Недостаточное сотрудничество и слабая интеграция со странами Азиатско-тихоокеанского региона (АТР), во многом из-за отстающей транспортной инфраструктуры, высоких транспортных издержек.

Таким образом, указанные проблемы обуславливают необходимость принятия определенных мер, от разработки и реализации которых зависит внешнеэкономический потенциал региона. Думается, эти меры должны иметь следующие направления:

1. Изменение сырьевой направленности региона в пользу развития обрабатывающей промышленности, соз-

дания системы переработки огромных местных запасов сырья и ресурсов с целью дальнейшего экспорта готовой продукции.

2. Постепенное обновление парка машин и оборудования, стимулирование предприятий машиностроительного комплекса, повышение технологической конкурентоспособности предприятий обрабатывающей промышленности.

3. Внедрение инновационных разработок, в которые вкладываются значительные средства, но которые не применяются в производстве, повышение доли инновационной составляющей в общем объеме экспортируемых товаров и услуг.

4. Развитие системы связей с азиатскими странами как наиболее перспективными внешнеэкономическими партнерами, повышение их доли в товарообороте, интеграция в АТР через развитие новых транспортно-коммуникационных связей региона; освоение ресурсов российской Арктики в условиях мировой конкуренции [3].

Литература:

1. Таможенная статистика внешней торговли // Федеральная таможенная служба Сибирское таможенное управление. URL: <http://stu.customs.ru> (дата обращения: 5.05.2016).
2. Официальный сайт Центрально-Сибирской промышленно-торговой палаты URL: <http://www.cstpp.ru/> (дата обращения: 7.05.2016)
3. Стратегия социально-экономического развития Красноярского края на период до 2020 года // Министерство экономического развития, инвестиционной политики и внешних связей Красноярского края. URL: <http://econ.krskstate.ru/dat/File/11/Strategiya-15%2011%202012%20dlya%20publikatsii.pdf> (дата обращения: 7.05.2016).

## Особенности организации учета в гостиничном бизнесе

Столярова Ольга Александровна, магистрант;  
Щербина Наталья Степановна, кандидат экономических наук, доцент  
Санкт-Петербургский государственный аграрный университет

*В статье рассмотрены услуги, предоставляемые современными гостиницами. Указано о том, что в связи с разнообразием предоставляемого сервиса в отелях и гостиницах требуется не только контролировать требуемое качество обслуживания и следить за работой персонала, но и необходимо вести учет всех возможных расходов. В связи с этим в статье рассказано как правильно заниматься учетом расходов при ведении гостиничного бизнеса. Дано подробное отображение прибыли от возможных видов предоставленных услуг в гостиничных комплексах.*

**Ключевые слова:** гостиничный бизнес, учет, выручка, расходы, услуги.

## The features of organization of accounting in hotel business

Stolyarova Olga Alexandrovna, magistrant;  
Shcherbina Natalia Stepanovna, candidate of Economic Sciences, dotsent  
St. Petersburg State Agrarian University

*The article describes the services provided by modern hotels. It indicated that in connection with the variety of services provided in hotels need to not only control the quality of service required and to monitor the work of the staff, but also*

*need to keep records of all possible costs. In this regard, the article describes how to deal with, taking into account the costs in the management of hotel business. The detailed mapping of the profits from the possible types of services provided in the hotel complexes.*

**Keywords:** hotel business, accounting, revenue, costs, services.

Гостиницы подразумевают широкий спектр предоставляемых услуг. Фактически гостиничный комплекс тесно связан с отраслями делового туризма и отдыха. Туристический бизнес практически не может существовать без развитой сети гостиниц, отелей и обслуживающих их компаний. Развитие данного бизнеса связано с возрастанием соответствующих расходов на него, что увеличивает набор и разнообразие предлагаемых услуг, ведет к повышению качества сервиса.

Гостиницы на сегодняшний день предназначены не только для ночлега постояльцев, но и являются местом, где есть возможность воспользоваться услугами прачечной, принять душ, заказать обед в номер или посетить ресторан. В связи с разнообразием предоставляемого сервиса в отелях и гостиницах руководству гостиницы или отеля нужен контроль не только за всем процессом обслуживания гостей и работы персонала, а также за затратами. Все это позволит сэкономить деньги и избежать ненужных трат.

Для упрощения данного контроля в гостинице необходима система автоматизации, объединяющую все сферы жизни гостиницы и сводящая их в единую электронную систему управления.

В качестве главного продукта ее деятельности считают возможность предоставления услуг по размещению. Для сферы приема гостей, чтобы оказать такую услугу, необходимо присутствие и активность каждой стороны, под которыми понимают гостиницу и клиентов. Последние при этом получают полное обслуживание. Под услугой понимают действие, нужное, чтобы удовлетворить потребности клиентов.

Стоит разобраться с особенностями при учете в области гостиничного бизнеса.

Нормативные документы предусматривают ведение раздельного учета по различным отраслям предпринимательской деятельности. Это относится также и к гостиничной сфере, где каждый отдельный вид существующих услуг должен иметь свою бухгалтерию. Поэтому при организации своего отеля владельцам следует придерживаться установленного финансового законодательства.

Основным назначением гостиниц является возможность предоставления каждому посетителю номеров для временного проживания. Деньги, поступающие от постояльцев в счет оплаты за пользование услугами, формируют в сфере бухгалтерского учета гостиничного комплекса прибыль от обычной деятельности (п. 5 ПБУ 9/99) [4].

В политике гостиничного учета предполагается, что оказание услуг происходит каждый день. Значит, сумма выручки в области бухгалтерского учета тоже выполня-

ется каждый день. В варианте, когда услугу считают оказываемой в момент, когда гости выезжают, тогда сумму выручки делают, соответственно, тогда же. Налоговый учет считает плату за пользование жилой площадью в качестве выручки от реализации (ст. 249 НК РФ) [1].

В гостинице услуга бронирование номеров происходит согласно заявки [6]. Беря во внимание мнение Минфина, это дополнительная услуга. Следовательно, присутствует риск того, что собственно оплату за бронь отображают как выручку от дополнительной деятельности, которая облагается общими налогами.

Теперь сложно представить гостиницы, в которых отсутствует ресторан. Его наличие проявляется в заботе о состоянии престижа и поддержке уровня репутации гостиниц. Основные требования, которые предъявляют к ресторанам, названы в Постановлении Правительства РФ от 15 августа 1997 г. № 1036 «Об утверждении Правил оказания услуг общественного питания» [7].

Сообразно п. 4 ПБУ 9/99 выручку от услуг общественного питания гостиница по собственному выбору сможет учесть или в составе доходов от обычных видов деятельности, или в прочие доходы [4].

Почти все отображают доходы ресторана в «Прочие доходы». Бухгалтер гостиницы имеет возможность в отношении ресторана избрать отображение в учете затраты [9, с. 91].

При всем этом отобразить на счете 20 «Основное производство» исключительно стоимость израсходованного сырья, а иные затраты отображать на счете 44 «Расходы на продажу».

Иной метод: отображать все затраты на счете 20 «Основное производство».

Кроме ресторана, в гостиницах есть услуги прачечной и т. д. Они все определены к бытовым [8] и отнесены к уплате ЕНВД [8].

Спорным тут считается налогообложение саун, так как не отображено в перечне бытовых услуг.

Данный вид услуги не назван в списке услуг бытового характера. Однако, сауну считают специальной баней, что, в общем, имеет право применять «вмененку» по отношению к ней. Неясности есть по отношению к услугам в соляриях. Сотрудники налоговой инспекции полагают, что для оплаты единого налога оказание услуг для солярия должны предоставлять в банях или саунах.

Теперь почти в любой гостинице имеет распространение возможность предоставления каждому посетителю оказания услуги небольшого бара внутри каждого номера. Надо сказать, что в общем предложение этой услуги в гостиничном комплексе жилищного типа не окажется под действием единого налога. Потому виды работ по ока-

занию услуги бара не принято относить к торговле розничного типа. Этого придерживаются и работники Минфина в письме от 14 июля 2006 г. № 03-11-04/3/346. Во время расчетов с клиентами пробивание чека в кассе не считается обязательным

При оказании услуг для населения, разрешается принятие наличных без использования кассовых аппаратов, хоть при соблюдении условий, клиентам выдают бланки со строгой отчетностью (п. 2 ст. 2 Закона от 22.05.2003 № 54-ФЗ) [3]. По отношению к гостиницам именно это признается специалистами финансовой деятельности.

Гостиницами при получении наличных денег от граждан, применяется ИЦ по форме № 3-Г «Счет» [6]. Отдавая деньги гостю, который преждевременно выезжает, администратор отображает это в «Квитанции на возврат денег» (форма № 8-Г) [6].

Прямыми расходами называют те, которые включаемые в сумму себестоимости растраты, непременно имеющие связь с предоставлением услуг. Они предполагают оплату за труд, отчисления с нее, цену минимальных затрат и иные виды расходов имеющих связь с определенным объектом калькуляции, к примеру, с оказанием услуг при проживании.

Затратами косвенного типа называют те, которые имеют связь с оказанием услуг нескольких видов, имеющих в их себестоимости второстепенным способом, при помощи специально проводимых расчетов соответственно экономическим путем по обоснованным коэффициентам. Эти виды расходов не реально непосредственно

включать в величину себестоимости конкретного вида услуг, потому они распределяются в пропорции к избранному показателю, к примеру, выручке, обязательным расходам, которые формируют величину себестоимости услуг, или сумму оплаты действий работников, состоящей в расходе по надлежащему объекту учета, иным способом, закрепленным в области учета организации. К затратам косвенного типа можно относить расходы, связанные с содержанием автомобилей и оборудования, содержанием помещений, отоплением, подачей света. Чтобы учесть такие расходы, можно использовать счет 25 «Общепроизводственные расходы», с которого затраты распределяют по субсчетам прямых расходов.

Соответственно закону Федерации от 27 декабря 2002 года № 184 про техническое регулирование и положению о системе сертификации гостиниц утвердили классификацию гостиниц. Сертификат категории выдают на период не больше, чем пять лет.

Большее количество гостиниц может обеспечивать отдыхающих услугами почты, телеграфа, бронировать для них билеты, оказывать медицинскую помощь. Ранее было сказано, что многие организуют аренду машин, есть места с оборудованными стоянками. Как обычно, все это оплачивают в отдельности, то есть цена на такие услуги не будет входить в сумму за проживание.

Исходя из изложенного стоит сделать вывод о том, что организация учета в гостиничном бизнесе — ручного или автоматизированного играет важную роль в деятельности организации в целом.

#### Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 05.04.2016, с изм. от 12.04.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 09.04.2016) // СПК «КонсультантПлюс».
2. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 N 197-ФЗ (ред. от 30.12.2015) // СПК «КонсультантПлюс».
3. Федеральный закон от 22.05.2003 N 54-ФЗ (ред. от 08.03.2015) «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» // СПК «КонсультантПлюс».
4. Приказ Минфина РФ от 13.12.1993 N 121 «Об утверждении форм документов строгой отчетности» // СПК «КонсультантПлюс»
5. «ОК 002–93. Общероссийский классификатор услуг населению» (утв. Постановлением Госстандарта России от 28.06.1993 N 163) (ред. от 17.10.2013) // СПК «КонсультантПлюс».
6. Качкова, О. Е. Бухгалтерский финансовый учет: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2014. — 131 с.
7. Кувшинов, М. С. Бухгалтерский учет. Экспресс-курс: учеб. пособие. М.: КНО-РУС, 2011. — 77 с.
8. Романов, В., Цветкова, С., Шевцова, Т., Карашенко, В. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование. — М.: МарТ; Феникс, 2010. — 224 с.



## Учет реализации услуг в гостиничном бизнесе

Столярова Ольга Александровна, магистрант;  
Щербина Наталья Степановна, кандидат экономических наук, доцент  
Санкт-Петербургский государственный аграрный университет

*В статье рассмотрены услуги, предоставляемые современными гостиницами. Указано о том, что разнообразие предоставляемого сервиса в отелях и гостиницах требует не только контролировать требуемое качество обслуживания и следить за работой персонала, но и вести учет всех возможных расходов. В связи с этим охарактеризован учет реализации услуг в гостиничном бизнесе, дано подробное отображение прибыли от возможных видов предоставленных услуг в гостиничных комплексах, а также подробно определено понятие «фактическое оказание услуги» для того, чтобы верно отобразить фактическую реализацию услуги в учете производимых операций.*

**Ключевые слова:** гостиничный бизнес, учет, услуги, доходы, расходы, фактическое оказание услуги.

## Record of selling services in the hospitality industry

Stolyarova Olga Alexandrovna, magistrant;  
Shcherbina Natalia Stepanovna, candidate of Economic Sciences, dotsent  
St. Petersburg State Agrarian University

*The article describes the services provided by modern hotels. It indicated that the diversity of the service provided in hotels requires not only control the quality of service required and to monitor the work of the staff, but also keep track of all possible costs. In this connection, characterized by keeping the sale of services in the hotel industry, provides a detailed display of the profit from the possible types of services provided in the hotel complexes, as well as to determine in detail the concept of «actual provision of services» in order to correctly display the actual implementation of the service in the accounting of the operations.*

**Keywords:** hotel business, accounting, services, income, expenses, the actual provision of services.

Современные гостиницы подразумевают широкий спектр предоставляемых услуг. Фактически гостиничный комплекс тесно связан с отраслями делового туризма и отдыха. Туристический бизнес практически не может существовать без развитой сети гостиниц, отелей и обслуживающих их компаний. Развитие данного бизнеса связано с возрастанием соответствующих расходов на него, что увеличивает набор и разнообразность предлагаемых услуг, ведет к повышению качества сервиса.

Гостиницы на сегодняшний день предназначены не только для ночлега постояльцев, но и являются местом, где есть возможность воспользоваться услугами прачечной, принять душ, заказать обед в номер или посетить ресторан. Разнообразие предоставляемого сервиса в отелях и гостиницах требует не только контролировать требуемое качество обслуживания и следить за работой персонала, но и вести учет всех возможных расходов. Это, прежде всего, позволяет экономить собственные средства владельцев гостиничного комплекса. Решить данную проблему наиболее рационально помогают системы автоматизированного учета. Они способны объединить контроль над расходами и доходами всех существующих в гостинице услуг в единую электронную систему автоматического управления.

Нормативные документы предусматривают ведение раздельного учета по различным отраслям предпринима-

тельской деятельности. Это относится также и к гостиничной сфере, где каждый отдельный вид существующих услуг должен иметь свою бухгалтерию. Поэтому при организации своего отеля владельцам следует придерживаться установленного финансового законодательства. Данные правила регламентированы в соответствии со следующими законодательными документами: Приказ Минфина РФ от 6 мая 1999 г. № 32н «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации ПБУ 9/99» и соответствующее ему Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации ПБУ 10/99» [2]

Стоит рассмотреть подробное отображение прибыли от возможных видов предоставленных услуг в гостиничных комплексах.

Доходы и расходы по существующей деятельности таких учреждений в любой бухгалтерской отчетности производятся по операционному, активно-пассивному, оценочному результатному счету 90 «Продажи». Он предназначен для того, чтобы обобщить данные о движении денежных средств, связанных с обыкновенными видами деятельности фирмы. По данному счету определяется финансовый итог суммарных доходов и расходов услуг гостиницы.

Стоит рассмотреть основной вид деятельности любой гостиницы, отеля, мотеля — это услуги по проживанию

клиентов. Соответственно доход от этой деятельности организации предусмотрен по счету 90 «Продажи», а также субсчетом — «Выручка от услуг по проживанию». Этот пункт затрагивает и другие сервисы, имеющиеся в учреждении, например, питание, использование душа или химчистки, кабельное телевидение или интернет, словом, все то, что предусмотрено руководством фирмы, как дополнительно оплачиваемые пункты.

Для того чтобы верно отобразить фактическую реализацию услуги в учете производимых операций нужно для начала подробней определиться с понятием «фактическое оказание услуги».

Как правило, стандартно подразумевается, что заказанный номер в гостинице оплачивается авансом, то есть заранее. Но могут быть установлены и другие варианты оплаты, сегодня получили распространение многие способы расчета с клиентами.

Кроме того существуют такие понятия, как броня номеров или длительное сотрудничество отелей с другими организациями — постоянными покупателями их услуг. За факт оказания основного вида услуг в гостинице обычно принимается время прекращения договора с клиентом, то есть его отбытие из гостиничного номера. Это объясняется тем, что оформление документов для произведения расчета: выставленного счета за проживание в номере и другие исполненные заказы, квитанции или кассового чека об оплате — может происходить только при выезде.

Но при этом количественный показатель величины предоставленной услуги определяется временем проживания постояльца в номере гостиницы — чем больше дней не пустует номер, тем больше начислено денег на предстоящий счет. Обычно учитываются календарные дни, а также время, как правило, с 12 часов текущего дня. А оплата полного объема услуг может быть произведена клиентом и заранее [3, с. 131].

Поэтому компании описываемой отрасли деятельности в собственной бухгалтерии предоставляемых услуг помимо методов определения факта дохода «по отгрузке» (отбытие клиента) или «по оплате» (кассовый метод) могут употребить еще один вариант. Это определение оплаты по дате фактического оказания услуг по предоставлению жилого номера, за который принимается полный проведенный в отеле календарный день или время отбытия постояльцев из номера.

Отображение финансовых средств от предоставляемых услуг, имеющихся в наличии и предусмотренных организацией, происходит по главному документу — договору о предоставлении гостиничных услуг. Он должен оформ-

ляться при заселении в номер и требует предоставления паспорта или другого документа, удостоверяющего личность. Этот договор и является определяющим для определения последующей выручки для компании исполнителя.

Данные клиента на основании оформленного договора на осуществление подобных услуг записываются в специальные карточки или регистры записи расчетов с клиентами. Эту информацию можно вводить как вручную, так и в автоматическом режиме — второе более предпочтительно. Потом в зависимости от выбранного руководством отеля варианта метода определения доходов (по дате, за весь срок или по выезду) оплата сервиса включается в общую прибыль организации.

Отдельным случаем может являться случай аренды номера в гостинице индивидуальным лицом или организацией на определенный оговоренный заранее срок. При таком варианте основание для факта предоставленных услуг — это документ договора аренды с указанным определенным сроком. Выручка в этом случае определяется по окончании данного периода.

Часто может возникнуть ситуация, когда отношения организаций, предоставляющих гостиничные услуги, и покупателей данных услуг приобретают длительный характер. Например, постоянное сотрудничество гостиниц и турфирм. В этом случае между гостиницей и организацией, использующей ее услуги, может быть заключен договор по сотрудничеству. Данное соглашение может стать основанием на оформление службой приема и размещения гостиницы карточек, дающих право на броню номеров. По данным карточки на броню номера бухгалтерией должен быть выписан счет по обслуживанию заказа с указанной стоимостью предоставленных услуг [4, с. 77].

Суммарная стоимость проживания в отеле определяется количеством календарных суток, которые клиент провел в номере, умноженным на стоимость данного номера. Стоимость брони также может зависеть от времени проживания и цены номера [5, с. 224].

Исходя из изложенного стоит сделать вывод о том, что учет реализации услуг в гостиничном бизнесе — ручной или автоматизированный играет важную роль в деятельности организации в целом. В зависимости от успешного и эффективного ведения бухгалтерии по всем видам предоставляемого сервиса формируется финансовый успех и общий престиж любой компании, занимающейся данным видом деятельности. Это особенно актуально при современном развитии организаций, связанным с туризмом и отдыхом, и возрастании разнообразия предоставляемых ими услуг.

#### Литература:

1. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 32н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99» (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1791).
2. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99» (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N 1790).

3. Качкова, О. Е. Бухгалтерский финансовый учет: учеб. пособие. М.: КНОРУС, 2014. — 131 с.
4. Кувшинов, М. С. Бухгалтерский учет. Экспресс-курс: учеб. пособие. М.: КНО-РУС, 2011. — 77 с.
5. Романов, В., Цветкова, С., Шевцова, Т., Карашенко, В. Гостиничные комплексы. Организация и функционирование. — М.: МарТ; Феникс, 2010. — 224 с.

## Анализ основных технико-экономических показателей агрофирм России на основе ОАО «Агро-Союз ДВ»

Суворова Ирина Арсалановна, студент;  
Мижит-Оол Орлан Радиславович, студент  
Дальневосточный федеральный университет

ОАО «Агро-Союз ДВ» — одна из крупнейших сельскохозяйственных компаний в России, находящаяся в г. Благовещенске Амурской области Дальнего Востока Российской Федерации и специализирующаяся на выращивании зерновых и бобовых культурных растений. Ком-

пания была основана в 2004 году и на данный момент является фаворитом по продажи не-ГМО сои на Дальнем Востоке РФ. Компания с каждым годом все больше наращивает свой потенциал, что отражается на технико-экономических показателях данной компании (таб. 1).

Таблица 1. Основные технико-экономические показатели ОАО «Агро-Союз ДВ»

Показатели	Значение показателей			Отклонения в абсолютном выражении, +/-		
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2013 г. к 2012 г.	2014 г. к 2013 г.	2014 г. к 2012 г.
1. Производственная мощность, тыс. тонн.	174	200	220	26	20	46
2. Фактическое использование производственной мощности, тыс. тонн.	62	75,5	84,5	12,5	9	21,5
3. Коэффициент использования производственной мощности, %	35,6	37,7	38,4	2,1	0,7	2,8
4. Реализованная продукция, млрд. руб.	1,102	1,321	1,478	0,219	0,157	0,376
5. Себестоимость реализованной продукции, млрд. руб.	0,310	0,377	0,422	0,067	0,045	0,112
6. Прибыль от реализации продукции, млрд. руб.	0,792	0,944	1,056	0,152	0,112	0,253
7. Количество единиц техники, штук	112	123	129	11	6	17
8. Вместимость элеватора (хранилища зерна), тыс. тонн.	80	80	80	0	0	0
9. Средняя ежемесячная заработная плата, руб.	17800	21100	24500	3300	3400	6700
10. Количество производственных сотрудников, чел.	424	635	542	211	-93	117
11. Производительность труда, рублей/чел.	2225	1918	3450	-307	1532	1225
12. Площадь возможных посевных площадей, га.	100000	100000	100000	0	0	0
13. Фактически задействованная площадь посевных площадей, га.	37000	44000	41000	7000	-3000	4000
14. Индекс использования посевных площадей, %	37	44	41	7	-3	4

1) Производственная мощность — это объём продукции, производимый компанией при максимально допустимой загрузке всех ресурсов предприятия. Как видно по таблице, каждый год компания наращивала максимальный объём производства, тем самым производственная мощность предприятия в 2014 году по сравнению с 2012 годом возросла на 46 т. тонн.

2) Фактическое значение производственной мощности в агрофирмах — действительно выпущенный объём зерна, которые компания собирает в определённый промежуток времени.

3) Для расчёта коэффициента п/м необходимо вычислить отношение фактического использования произведенной мощности (п. 2) к производственной мощности (п. 1) в %. После выполнения вычислительных операций можно сделать вывод, что наибольшая эффективность использования производственных мощностей была обеспечена в 2014 г., когда производство было загружено на 38,4%, что на 0,7% и на 2,8% больше по сравнению с 2013 годом и 2012 годом соответственно.

4) По рисунку 1 видно, что в 2014 г. общая выручка составила 1,478 млрд. руб. По сравнению с 2012 годом выручка монотонно растёт, так при сравнении с 2012 годом она выросла на 376 млн. рублей, а при сравнении с 2013 годом — на 157 млн. рублей. Это наиболее значимые для предприятия показатели, которые улучшаются ежегодно, что свидетельствует об успешном существовании компании на рынке.

5) Совокупная себестоимость проданной продукции рассчитывается благодаря производственной себестоимости, коммерческим и управленческим расходам. В 2012 г. совокупная себестоимость была равна 310 млн. руб. В 2013 г. было выявлено увеличение на 67 млн. руб. и стала равняться 377 млн. руб. В 2014 г. показатель вырос до 422 млн. руб. Данное увеличение указывает нам на много факторов, таких как: увеличение посевных площадей, поднятие оплаты работы сотрудникам, рост цен на производство.

$$6) \text{ Прибыль от продажи} = \frac{\text{Реализованная продукция в текущем году}}{1}$$

Себестоимость реализованной продукции

Прибыль 2014 года равна 1 млрд. 56. млн. руб., что на 253 млн. рублей больше по отношению к 2012 году и на 112 млн. больше по отношению к 2013 году. Этот факт указывает нам на необходимость увеличения фактической производственной мощности для значительного увеличения прибыли компании.

7) Фактическое количество всех видов техники, такой как: комбайны, трактора, опрыскиватели, сеялки, автомобили — составляют общее количество единиц техники. В 2012 году у компании было в собственности 112 единиц техники, в 2013—123 ед. техники, и в 2014—129 ед. техники. Однако стоит отметить одну особенность — компания не в больших количествах увеличивает количество ед. техники, хотя наращивает площадь посевных площадей намного значительней. И столь небольшое наращивание

ед. техники характеризуется тем, что компания списывает и продаёт старую технику, и покупает новую — но при этом более функциональную и надёжную, которая обрабатывает намного большее количество посевных площадей.

8) Вместимость элеватора — это максимальный вес кол-ва продукции (зерна), которую компания может сдавать свое зерно на хранение. Как видно из рис. 5, компания не увеличивает объём элеваторов, который составляет в общем 80000 тонн, поскольку стоимость постройки новых очень высока.

9) Расчётная чистая средняя заработная плата каждого сотрудника ежегодно увеличивается. В 2014 г. она была равна 24500 руб., это на 3400 рублей больше, чем в 2013 году. В сравнении с 2012 г. она выросла 6700 руб. Резюмируя данную информацию, можно сделать вывод, что работа предприятия продвигается эффективно, ведь темп увеличения производительности труда каждого сотрудника ОАО «Агро-Союз ДВ» существенно превышает темп роста средней заработной платы. Эти данные позволяют руководящему составу предприятия не сомневаться в выбранной им стратегии управления компанией, а именно стратегии стимулирования персонала посредством оплаты труда.

10) По таблице видно, что в 2014 г. количество сотрудников, работающих в производстве ОАО «Агро-Союз ДВ» составила 542 чел. Она увеличилась по сравнению с 2012 г. на 117 человек, по сравнению с 2013 г. — уменьшился на 93 человека. Следовательно, штат предприятия находится в постоянной динамике и изменяется исходя из потребностей предприятия.

11) Производительность труда рассчитывается как отношение товарной продукции к количеству сотрудников, занятых в производственном сегменте предприятия. Производительность труда 2014 года составила 3450 руб. в год на одного сотрудника, это максимальное значение показателя за период. Прирост показателя к 2012 г. составил 1225 рублей, к 2013 г. — 1532 руб.

12) Площадь возможных посевных площадей — площадь всех земель, которые находятся либо в собственности, либо в аренде у предприятия, которые, теоретически, могут быть задействованы для осуществления деятельности компании. ОАО «Агро-Союз ДВ» обладает 100000 гектарами земли на протяжении последних 3-ёх лет, не продавая и не сдавая в аренду свою землю другим предприятиям.

13) Фактически задействованная площадь посевных площадей — площадь всех земель, на которых ОАО «Агро-Союз ДВ» осуществляет свою деятельность по посадку растений и последующей их обработки, и сбора. Как мы видим на рис. 5, ОАО «Агро-Союз ДВ» в 2014 году засадил 41000 гектаров земли, что на 3000 гектар меньше по сравнению с 2013 годом, но на 4000 больше по сравнению с 2012 годом.

14) Индекс использования посевных площадей рассчитывается как отношение фактически задействованной площади посевных площадей (п. 13) к возможной площади посевных площадей (п. 12) в процентах. После вы-

числения расчётов было выявлено, что наиболее эффективно посевные площади использовалась в 2013 г., земли были задействованы на 44 %. В сравнении с 2012 г. показатель увеличился на 7 процентных пункта. В 2014 г. — он уменьшился на 3 %.

Анализ технико-экономических показателей предприятия раскрыл положительную хозяйственную деятельность предприятия и отрицательную:

1. Положительная финансово-хозяйственную деятельность ОАО «Агро-Союз ДВ» обосновывается следующими фактами:

- увеличение коэффициента использования производственных мощностей;
- увеличение продаж и объёмов производимой продукции;
- увеличения ставки сотрудников и производительности труда;

Литература:

1. Баканов, М. И. Шеремет А. Д. «Теория экономического анализа» — М.: Финансы и статистика, 2004, с. 195
2. Волкова, О. И., Девяткина О. В — Экономика предприятия, 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 601 с.
3. Горелов, Н. А. Экономика труда и управления человеческими ресурсами — М.: Юрист, 2008. — 319 с.

## Государственно-частное партнерство

Суворова Ирина Арслановна, студент;  
Мижит-Оол Орлан Радиславович, студент  
Дальневосточный федеральный университет

В настоящее время в мире наблюдается тенденция к развитию взаимоотношений между государством и бизнесом, поскольку данные взаимоотношения благоприятны для обеих сторон. В основном такие взаимоотношения проявляются в сферах, имеющих стратегически важное для государства значения, как: инфраструктура, электроэнергетика, образование и здравоохранение. Для бизнеса такого рода взаимоотношения являются надежным способом получения финансовых средств на объектах, принадлежащих государству, а для государства — это отличный способ приобретения финансовых активов бизнеса и управления им на объектах государственной собственности частными лицами. Отрицательными моментами ГЧП являются невыполнение сторонами своих обязанностей, в основном ввиду некорректно составленного юридического договора, что влечёт за собой не только приостановку деятельности соглашения, но и серьёзные убытки с обеих сторон вплоть до банкротства частного бизнеса, однако данные конфликтные ситуации встречаются крайне редко, и в настоящее время зачастую соглашение о ГЧП может редактироваться юристами обеих сторон в течение очень короткого промежутка времени,

2. Отрицательная финансово-хозяйственную деятельность ОАО «Агро-Союз ДВ» характеризуются:

- сокращение численности рабочего персонала предприятия;
- уменьшение задействованных посевных площадей по сравнению с 2013 г.;
- уменьшение единиц техники предприятия — компания перешла на более функциональное оборудование, но, что более важно, из-за уменьшения рабочей техники произошло сильное сокращение рабочих мест;

Для устранения данных недостатков предприятию необходимо задействовать пустые площади, тем самым повысив коэффициент использования производственных мощностей, что «поспособствует» созданию новых рабочих мест, также предприятию будет необходимо покупать новые единицы техники, что также будет способствовать созданию новых рабочих мест.

что минимизирует конфликтные ситуации между сторонами. Преобладание положительных моментов, нежели отрицательных, как раз и способствует развитию ГЧП в мире.

Государственно-частное партнерство — юридически оформленное сотрудничество между государством и бизнесом, направленное, как и на развитие и продвижение данного бизнеса, так и на улучшение экономической ситуации в стране. Понятие ГЧП произошло из английского термина «Public-private partnership», который в сокращении — PPP. Государственно-частное партнерство применяется во множестве стран мира, таких как: США, Англия, Китай, Бельгия, Германия, Франция, Австрия и Канада. Это значит, что все экономически-развитые страны уже перешли на ГЧП, а это значит, что данный вид взаимоотношений доказал свою эффективность и поводов для его игнорирования нет.

Основные принципы ГЧП:

- 1) Сторонами юридически оформленного договора являются государство и частный бизнес;
- 2) Продолжительные сроки взаимоотношений (от 15—25 лет);

- 3) Участники соглашения ответственны перед друг другом;
- 4) Ресурсы сторон консолидируются;
- 5) Соглашение имеет публичную, общественную направленность;
- 6) Прибыль, риски и расходы делятся между сторонами в заранее обговоренных пропорциях.

Каждая из сторон соглашения вносит свой вклад в развитие ГЧП (рис. 1), также следует учесть, что в большинстве случаев главенствующим субъектом в данном виде соглашений, как ГЧП, является государство.

Частный бизнес в развитие ГЧП вносит такие вклады, как:

- 1) Денежные и другие материальные ресурсы предприятия;
- 2) Большой опыт работы в данной сфере у сотрудников;
- 3) Скорость и качество принятия управленческих решений;

4) Креативные и нестандартные способы разрешения проблем;

5) Наличие связей и уже заключенных на долгий период времени договоров с поставщиками и подрядчиками.

Государство в развитие ГЧП вносит следующие вклады:

1) Права собственности на объекты, а также освобождение от выплаты арендной платы частным бизнесом государственного имущества;

2) Налоговые и прочие льготы;

3) Финансовая поддержка;

4) Государственные гарантии;

5) Создание соответствующей законодательной базы и инфраструктуры функционирования партнерства;

6) Некие материальные вклады в рамках ГЧП в развитие частного бизнеса, которые после окончания срока действия соглашения не делятся между сторонами, а в полной мере права собственности передаются бизнесу.



Рис. 1. Цели и значимость государства и бизнеса при реализации проектов ГЧП

В России государственно-частное партнерство на сегодняшний день развито слабее, чем в других экономически-лидирующих странах. Для эффективного развития ГЧП в России необходимо выполнить 4 основных задачи (рис. 2):

1) Разработать конкретный план ведения ГЧП;

2) Создать необходимую экономическую, организационную и правовую среду;

3) Создать специальный орган государственно-частного партнерства;

4) Подготовить специалистов в области ГЧП для работы в специальных ГЧП органах. Путь к достижению

данной цели: внедрение в государственных университетах данное направление подготовки «государственно-частного партнерства» и создание большого количества бюджетных мест.

Данные задачи направлены на создание, развитие и масштабное внедрение государственно-частного партнер-

ства в большинство видов деятельности предприятий РФ, что значительно повысит экономическое состояние страны. Для осуществления создания и качественного развития ГЧП во всех субъектах Российской Федерации может потребоваться порядка 8–10 лет, что не является долгим сроком для столь масштабного развития ГЧП в России.

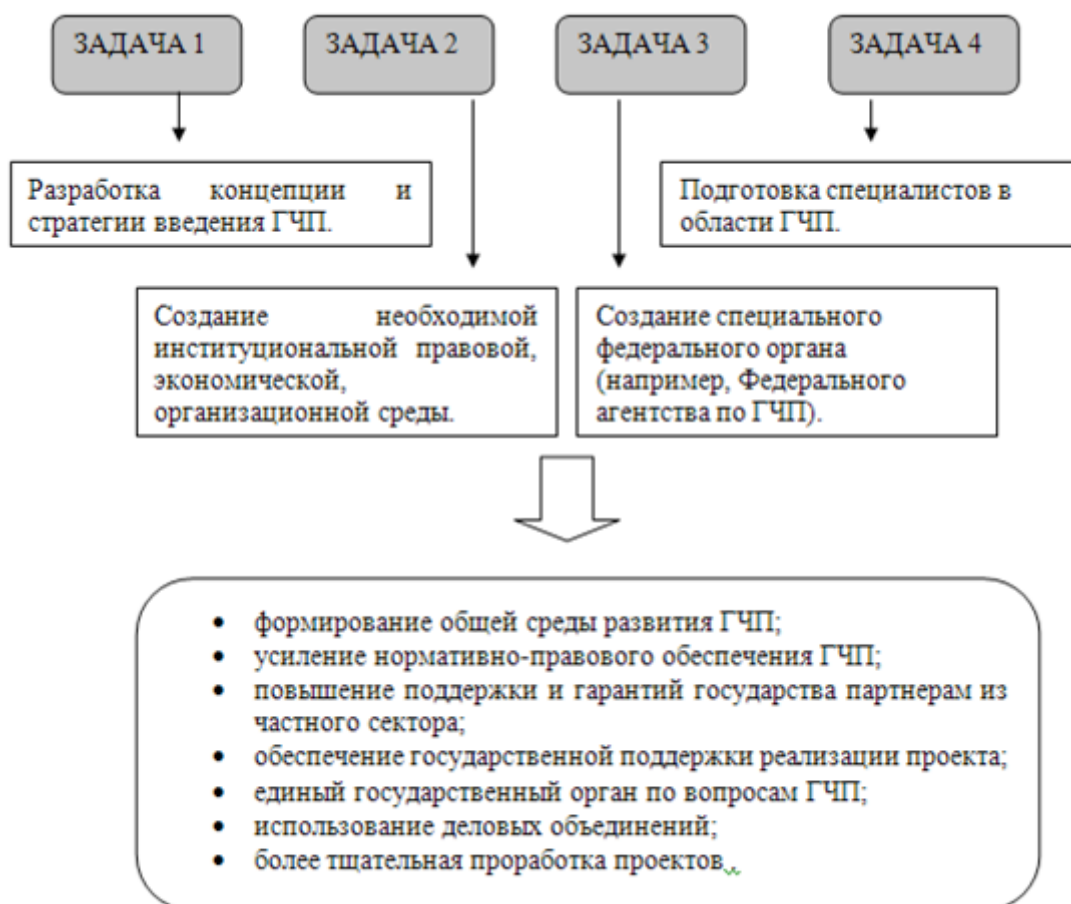


Рис. 2. системный подход к развитию ГЧП в России

Примером отличного функционирования государственно-частного партнерства можно назвать Китай и описать его следующим примером со строгой последовательностью действий на примере постройки и открытия плавательного бассейна:

- 1) Государство выделяет землю и объявляет конкурс на постройку плавательного бассейна;
- 2) Подрядчики и застройщики расписывают бизнес-планы до мельчайших подробностей и передают их государству;
- 3) Государство отбирает лучший бизнес-план и выделяет внушительные средства на постройку бассейна, и, более того, к абсолютно каждой частной фирме, подписавшей соглашения о ГЧП, государство направляет государственного чиновника, который помогает решать частной организации все сопутствующие проблемы, возникающие по вине государства, тем самым значительно сокращается время выполнения проекта. Одной очень ин-

тересной особенностью является тот факт, что во время постройки объекта государство не осуществляет никакой контроль, а контроль над выполнением лежит только на руководящем составе бизнеса. Однако предприятие обязано сдать объект в срок, установленный соглашением;

- 4) Государство принимает построенный бассейн у застройщика, на этом соглашение с застройщиком о ГЧП прекращается;
- 5) Государство объявляет новый конкурс — на лучший план развития и функционирования плавательного бассейна;
- 6) На данном этапе не только частные организации, но и частные лица создают бизнес-проекты на лучший план развития плавательного бассейна;
- 7) Государство объявляет победителя. И тут государство делает такой шаг, на который до сих пор не решаются большинство стран — государство полностью передает права собственности на бассейн частному лицу.

Обусловлен такой выбор стратегии ГЧП следующим психологическим для человека фактором: если бы государство осуществляло контроль за функционированием бассейна, то бассейн и принадлежал бы государству, а значит никакой менеджер не вкладывал бы максимальное количество усилий в развитие проекта, ведь проект не является его собственностью. При переписывании прав собственности на человека — данный бизнес становится его собственностью законным путем, а абсолютно каждый че-

ловек о своем заботится сильнее, чем о чужом, и, следовательно, и сил вкладывает больше. Тем самым развитие бассейна осуществляется более высокими темпами, а экономика Китая становится сильнее.

Государственно-частное партнерство — это будущее любой страны мира. Ведь именно при тесном функционировании государства с частными лицами возможно добиться максимально эффективного результата, что будет повышать экономику страны стремительными темпами.

#### Литература:

1. Алпатов, А.А. Государственно-частное партнерство. Механизмы реализации / А.А. Алпатов, А.В. Пушкин, Р.М. Джапаридзе. — М.: Альпина Паблишерз, 2010;
2. Варнавский, В.Г. Партнерство государства и частного сектора: формы, проекты, риски. М.: Наука РАН, 2005;
3. Правовые формы государственно-частного партнерства в России и зарубежных странах / А.В. Белицкая // Предпринимательское право. — 2009. — № 2;
4. Хатаева, М. А Законодательство о государственно-частном партнерстве в Российской Федерации: проблемы, тенденции, перспективы / М.А. Хатаева, А.М. Цирин // Журн. рос. права. — 2008. — № 10.

## Реструктуризация предприятий на современном этапе

Сулаймонов Баходир Абдуалимович, старший преподаватель  
Ташкентский финансовый институт (Узбекистан)

В современных условиях процесс реструктуризации становится объективной необходимостью, обеспечивающей конкурентоспособность предприятия и его выживание. За последнее десятилетие практически ни одна ведущая корпорация в мире не избежала рискованной и болезненной процедуры радикальной реструктуризации. Торможение и попытка обойтись без серьезных изменений привели к исчезновению каждой четвертой компании из списка пятисот ведущих корпораций мира. В связи с мировым экономическим кризисом большинство предприятий нуждаются в реструктуризации.

Реструктуризация — это изменение структуры системы. Если под структурой понимается организационная структура, то реструктуризация — это изменение организационной структуры. Если рассматривается структура бизнес-процессов, то реструктуризация — это изменение бизнес-процессов. Таким образом, в зависимости от типа структурного среза системы возникают и задачи проведения соответствующих им изменений. Общий принцип простой: типология структур систем предопределяет типологию изменений.

Изменения последних лет в экономике Узбекистана породили новые понятия и ориентиры в деятельности предприятий: рынок, конкуренция и др. Смена «координат» привела к смещению акцентов на разработку стратегии развития компании: вместо ориентации на спущенный сверху план переход к управлению активами. В корне изменилась интенсивность и форма внешнего воздействия

на деятельность предприятия. Возникли новые внешние стимулы, в частности интересы собственника. Значительно расширилось поле выбора у предприятия и в возможности развития своей деятельности, усложнения ее структуры, обнаружения новых, более прибыльных сфер функционирования. В рыночных условиях предприятие вынуждено в быстром темпе находить новые решения для критических ситуаций. Предприятия используют банковские кредиты, начинают производство пользующихся спросом товаров, сдают в аренду имущество и т. д.

К началу процесса реструктуризации необходимо иметь ее четкий план и полностью представлять, какой предполагается получить результат, какие коренные изменения в деятельности компании произойдут. Реструктуризация компании — это долгосрочная стратегическая задача, требующая постоянных целенаправленных усилий. Важно, чтобы работа по разрешению временных кризисных ситуаций не сводила на нет долгосрочные стратегические действия, а служила бы их поддержкой.

Исследование научной литературы позволяет утверждать об отсутствии единства мнений в определении понятия реструктуризации. Одна группа авторов связывает реструктуризацию с комплексом мер, направленных на преодоление кризисных явлений, и антикризисным управлением. Вторая группа специалистов сводит широкое понятие реструктуризации лишь к одному ее виду: финансовой, тем самым сужая область ее действия; третья — делает упор на отдельных аспектах реструктури-



зации — целях, средствах осуществления (реализации) и ожидаемых результатах.

Анализ использованных литературных источников позволил сделать определенные обобщения. Во-первых, реструктуризация — это средство, которое позволяет обеспечить эффективное функционирование предприятия не только в рыночных условиях. Во-вторых, существенным аспектом реструктуризации в условиях новой экономики является формирование у предприятия возможности к быстрому реагированию на изменения внешней среды. В-третьих, направления структурной перестройки предприятия должны быть связаны со стратегией его развития. В-четвертых, изучение данного вопроса позволяет поддержать точку зрения специалистов, считающих, что реструктуризация предприятия — это комплекс структурных преобразований, осуществляется на системной основе мерами организационно-экономического, технико-технологического, правового и финансового характера. И, в-пятых, долгосрочной целью каждого предприятия является увеличение стоимости собственного бизнеса, которое обеспечивается за роста эффективности производства, повышения конкурентоспособности, повышенной инвестиционной привлекательности и т. п.

Исходя из этого, понятие реструктуризации предлагается изложить следующим образом:

Реструктуризация — это средство формирования у предприятия потенциальной способности и реальной способности к реагированию на изменения внешней среды в соответствии со стратегией его развития путем проведения комплекса организационно-экономических, технико-технологических, правовых и финансовых мер, направленных на рост рыночной стоимости его бизнеса.

Предпринимаемые в процессе проведения реструктуризации предприятий, часто существенно отличаются друг от друга. Это определяет необходимость классификации реструктуризационных процессов по отдельным признакам для обеспечения целенаправленного управления ими.

Достаточно развернутая классификация видов реструктуризации представлена в работах, в которых предложены следующие классификационные признаки: целевая направленность, масштаб, продолжительность и объем работ, область проведения, форма корпоративной реорганизации, связь с целевыми программами, изменение размеров предприятия, вид реакции и время проведения, источники финансирования, объем финансовых затрат права собственности, обязательность проведения, характер трансформационных мероприятий, субъекты реструктуризации. Однако в связи с тем, что реструктуризация предприятий во всех ее видах сопряжена с многочисленными рисками, степень влияния которых на ее результативность существенно увеличивается в условиях современной бизнес-среды, рекомендуется зависимости от степени риска выделять следующие виды реструктуризации: с минимальным (низким), повышенным (средним) и с высоким уровнем риска.

Также в связи с обострением вопроса финансирования расходов на проведение реструктуризации и возрастанием роли иностранных инвестиций в развитии экономики Узбекистана представляется целесообразным распределять реструктуризацию зависимости от региональных источников финансирования на виды:

- реструктуризация, проводимая за счет национального капитала — средств резидентов данной страны;
- реструктуризация, которая проводится за счет иностранного капитала — средств не резидентов данной страны;
- реструктуризация, которая проводится за счет смешанного капитала (национального и иностранного).

Использование иностранного капитала для финансирования реструктуризации предприятий часто дает дополнительные преимущества в виде новых знаний и опыта иностранных партнеров, поскольку последние желают получить эффект от вложенных инвестиций не меньше, чем в своих странах, и всячески способствуют этому. Негативным аспектом использования иностранных источников финансирования является распыление доходов предприятий, реструктурируемых.

Реструктуризация бывает финансовая, оперативная и стратегическая. Финансовая реструктуризация предполагает изменение структуры и размеров собственного и заемного капитала, других пассивов предприятия.

Оперативная реструктуризация заключается в определении главных видов деятельности и разработке конкретных предложений, а также мер ликвидации недостатков в хозяйственно-финансовой деятельности предприятия с минимальными затратами. Она осуществляется в краткосрочном периоде, когда предприятие повышает платежеспособность и ликвидность за счет собственных ресурсов при осуществлении санационной реструктуризации. Основными путями такой реструктуризации могут быть сокращение численности работающих, совершенствования организации производства, совершенствования управления денежными потоками, экономия затрат, исключение убыточных видов деятельности, повышения контроля за качеством продукции и расходованием финансовых ресурсов.

Относительно узбекских предприятий, то процесс реструктуризации привел к различным последствиям. Некоторые из них имеют целью сокращение запасов продукции и улучшение показателей денежных потоков, снижения себестоимости, развитие экспортной деятельности, совершенствование политики проведения закупок, разграничение деятельности, совершенствования процесса принятия управленческих решений.

Практика многих предприятий показывает, что единого рецепта реструктуризации не существует. Выбор конкретных реорганизационных мероприятий должно быть индивидуальным для каждого предприятия в зависимости от экономического состояния реорганизуемого.

Несмотря на примеры проведенных реструктуризаций, следует заметить, что и законодательная база, и

квалификация участников рынка требует значительного усовершенствования и внедрение государственной поддержки в этот процесс. Опыт, накопленный западными и отечественными финансистами, сегодня стоит глубоко

проанализировать, чтобы разработать оптимальную последовательность экономических и юридических мер, способных привести предприятия к желаемому результату.

Литература:

1. И.И. Мазур, В.Д. Шапиро. Реструктуризация предприятия и компаний. Учебное пособие для вузов. М: Экономика, 2001 г.
2. Г.А. Александров. Антикризисное управление: теория, практика, инфраструктура. Учебное пособие для вузов. М: Бек. 2012 г.
3. А.П. Белых. Реструктуризация предприятия. Учебное пособие для вузов. ЮНИТИ-ДАНА, 2011 г.
4. О.С. Сухаров. Экономическая методология и политика реструктуризации промышленности: механизмы реализации инвестиционных программ. Монография. М: Издательство Академия наук. 2012 г.

## Влияние эмоциональной составляющей бренда на лояльность покупателей

Терновская Анастасия Дмитриевна, студент;  
Мостовая Виктория Сергеевна, студент;  
Ларина Анна Андреевна, студент  
Дальневосточный федеральный университет

*В центре внимания исследовательской работы лежит маркетинговый анализ влияния эмоциональной составляющей бренда на лояльность покупателей. В работе представлена связь эмоционального восприятия бренда с лояльностью потребителей, раскрыта сущность эмоциональной составляющей бренда. Также в работе представлены наиболее популярные и эффективные методы исследования предпочтений потребителей, которые, на сегодняшний день, активно применяют организации.*

**Ключевые слова:** бренд, лояльность потребителей, фокус-группа, проективные методы, я-концепция.

Современная рыночная экономика характеризуется высокой конкуренцией. В связи с этим, организации выделяют большое количество средств на поиск и разработку конкурентных преимуществ своей организации. Одним из таких преимуществ является бренд компании.

На сегодняшний день в теории маркетинга не существует единого, согласованного определения понятия «бренд». Так, Ф. Котлера писал, что «Бренд — это название термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации товаров или услуг продавцов и их дифференциации от товаров или услуг конкурентов» [1]. Данная трактовка бренда, на наш взгляд, более соответствует категории товарной марки, т. к. бренд более широкое понятие. Д. Трэвис в книге «Эмоциональный брендинг» определяет бренд через перечисление целого ряда составляющих его характеристик: это и неписанный контракт в отношении изначально присущей продукту ценности; и это ожидание определенных показателей; это и ваша договоренность с пользователями о том, что такое хорошо; это и предсказуемость; это и неписанная гарантия; это и предоставление «верительных грамот»; это и символ доверия и сниженных рисков; это и репутация; это и набор воспоминаний; это, наконец, больше, чем сумма указанных частей. Таким образом, от-

личительной особенностью бренда является трактовка не его собственных характеристик, а образ, возникающий у потребителей в отношении какого-либо товара.

Принято считать, что бренд осуществляет некую связь между функциональными особенностями какого-либо продукта на рынке и восприятием самого потребителя данного продукта, именно бренд обладает свойством систематизации у потребителя неких представлений о товаре, тем самым создавая у человека образ продукта, его отличительные особенности, а также его место среди аналогов. Бренд — это ценный нематериальный актив, который обладает способностью убеждать потенциального покупателя выбрать именно тот или иной продукт.

Бренд состоит из трех составляющих: рациональных (непосредственно как функционирует сам бренд), физических (внешний облик бренда) и эмоциональных (что чувствует человек, когда сталкивается «лицом к лицу» с тем или иным брендом). Хотелось бы отметить последнюю составляющую бренда — эмоциональную. Производители стараются постоянно поддерживать свою репутацию за счет бренда, так сказать марки компании, поэтому маркетологи компании непрерывно ищут новые способы, пути завоевания рынка. Одним из таких способов является анализ лояльности потребителей. Лояльность в свою оче-

редь представлена предпочтениями потребителя, его, так сказать верностью тому или иному марке товара.

Существует два подхода определения влияния имиджа бренда на лояльность потребителей. Первый подходом является теория Джозефа Сирджи под названием «Я-концепция». Название включает в себе основную суть концепции. По мнению Сирджи, человек лоялен к тому бренду, который наиболее подходит под их Я-концепцию. Эта приверженность не обязательно носит сознательный характер, она может происходить и на бессознательном уровне.

Второй подход основывается на теориях социальной идентичности и самокатегоризации, согласно которой люди склонны классифицировать себя в различные социальные категории [2]. Отличительной особенностью данного подхода является определение своих предпочтений и ценностей именно как потребителя. Фоурнер утверждает, что бренд-потребительские отношения больше зависят от воспринятой согласованности целей потребителя и бренда [3].

Обе эти теории показывают факт взаимосвязи психологической, эмоциональной составляющей потребителей и образом восприятия ими бренда. На сегодняшний день маркетинг выходит на новый уровень, где каждый потребитель рассматривается как личность со своими индивидуальными ценностями и потребностями. В связи с такой тенденцией, по нашему мнению, обе вышепредставленные концепции можно объединить, т. к. основной идеей этих теорий является отождествление приверженности потребителей тому или иному бренду в соответствии с их личными, индивидуальными ценностями, приоритетами. Т. е. потребитель выбирает тот бренд, с помощью которого он станет на шаг ближе к своей личной цели, тот бренд, который помогает ему в его личностном развитии.

При формировании бренда организации уделяют большое количество времени его объективным характеристикам. Объективные характеристики продукта являются основой создания любого бренда, именно они будут играть ключевую роль в определении надобности и привлекательности данного продукта у потребителя. Хотя стоит отметить, что зачастую покупатели отдают предпочтение бренду, объективные характеристики которого могут быть хуже ваших. Это связано опять же с эмоциональным восприятием потребителей бренда. Также немаловажную роль в формировании положительного представления о бренде у потребителя играет имя бренда. Имя бренда должно быть четким, ясным, коротким. Зачастую потребители отдают свое предпочтение незнакомому продукту только ориентируясь на свою лояльность к имени этого продукта.

Очевидно, что любая реакция на бренд у потребителя обусловлена каналами восприятия бренда. К ним относятся визуальный, обонятельный, слуховой, тактильный и вкусовой. Самым ярким считается визуальный контакт. Первое впечатление, а именно визуальное играет очень большую роль, канал сразу же передается в головной мозг, где у потребителя и создается картинка, которая либо

устраивает его, либо нет. Впоследствии образ, который образовался у покупателя при первом восприятии бренда, является сопровождается настолько сильными эмоциями, что это первое впечатление о бренде остается у покупателя на всю жизнь. Далее следует слуховое восприятие. Здесь идет речь опять же об имени бренда, которое, как уже упоминалось выше, должно быть звучным и легко запоминающимся. В этом контексте можно сказать и о рекламных компаниях бренда. При просмотре рекламных роликов, у потребителей срабатывают сразу несколько органов восприятия. Очень часто потребитель покупают наиболее определенную марку товара, только потому, что часто видит рекламные ролики о нем и имя этого товара у него «на слуху». Немаловажную роль играет и обонятельное восприятие, если например бренд представлен какими либо материальными вещами, т. е. то, к чему покупатель может прикоснуться. Это может быть фигурка в виде названия бренда или что-то еще. Все это говорит о том, что необходимо тщательно относиться к каждой детали при разработке бренда, т. к. нельзя сказать наверняка, что сыграет основополагающую роль при выборе покупателя. Для одних это будет визуальный контакт, для других — слуховой и т. д.

Маркетологи утверждают, что одним из самых эффективных методов изучения мотивов и побуждений потребителей при покупке товаров является метод фокус-групп. Благодаря данному методу можно провести тщательный анализ того, как воспринимается конкретный бренд, каково отношение к нему различных групп потребителей. Основным достоинством фокус-групп является возможность участников выражать свое мнение по поводу достоинств и недостатков, свои идеи, отношение к продукту. Благодаря проведению фокус-группы можно определить уровень информированности потребителей о марке, имидж марки и ее иерархическую позицию относительно марок-конкурентов. Основными недостатками данного метода является высокая стоимость и субъективизм полученных результатов. Данный метод могут позволить себе не все организации в связи с дороговизной его проведения, но результаты, полученные путем проведения фокус-групп дают наиболее реальные результаты о предпочтениях потребителей.

Стоит отметить проективный метод. При качественном проведении проективного метода можно получить ответы на поставленные изначально задачи. При проведении данного метода появляется возможность изучить реального потребителя, его понимание и психологию восприятия бренда. Благодаря данному методу можно выявить характеристики бренда, к которому бы были лояльны потенциальные покупатели и далее, на основании полученных результатов, разработать план действий по улучшению или созданию нового бренда.

Таким образом, бренд был и остается одним из основных методов воздействия продавца на потребителя. Именно по этой причине в каждой организации разработке и усовершенствованию бренда уделяется большое количество времени. В своей сущности бренд представляет собой заранее

сформированную predisposedность потребителей реагировать определенным образом на те или иные товары в зависимости от их предпочтений.

В данной работе авторы показали, насколько велика эмоциональная составляющая характеристика бренда.

#### Литература:

1. Котлер, Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер — М.: Издательство АСТ, 2009. — 230 с.
2. Н. В. Антонова Имидж бренда и удовлетворенность брендом как факторы лояльности к бренду / Антонова Н. В. Кумар А. — Экономическая психология: современные проблемы и перспективы развития 2015, с. 25–29
3. Fournier, S. Consumers and their brands: Developing relationship theory in consumer research // Journal of Consumer Research. 1998. Vol. 24, pp. 343–373.

## Мотивация в менеджменте

Терновская Анастасия Дмитриевна, студент;  
Мостовая Виктория Сергеевна, студент;  
Ларина Анна Андреевна, студент  
Дальневосточный федеральный университет

В менеджменте под понятием мотивация понимается совокупность определенных действий, которые впоследствии ведут к мотивированию человека на совершение какой-то деятельности, которая будет приносить определенные блага его компании. На сегодняшний день написано немало работ о том, как же все-таки необходимо мотивировать человека в системе менеджмента, что подтверждает важную роль мотивации в трудовой деятельности той или иной компании.

Мы знаем, что в современном менеджменте выделяют два вида мотивации, такие как внешняя и внутренняя. Под внешней мотивацией предполагается стимулирование сотрудников фирмы. Факторами внешней мотивации обычно выступают: зарплата, различные поощрительные бонусы, льготы и т. д.

Если же говорить о внутренней мотивации, то здесь мы будем понимать стремления и цели, которые исходят от самого человека. Когда мы говорим непосредственно о внутренней мотивации в менеджменте, то здесь это будет выражаться следующим образом: сотрудник, у которого высокая внутренняя мотивация будет с удовольствием относиться к порученной ему работе.

Правильный выбор мотивации сотрудника.

Чем быстрее кадровик или же руководитель той или иной компании поймет, что двигает его сотрудником, а именно каковы его мотивационные предпочтения, тем быстрее он найдет эффективные меры воздействия на этого человека. Например, сотрудник, у которого внешняя мотивация превосходит над внутренней, то есть для него основополагающим фактором является материальное сти-

ммулирование, не будет стремиться делать свою работу качественно и, например, в более короткие сроки, если при этом не подразумевается дальнейшее материальное поощрение в виде надбавки, премии или дополнительных дней отпуска. Теперь разберем случай с сотрудником с высоко развитой внутренней мотивацией, этот человек не будет воспринимать повышение заработной платы, как стимулирование производительности труда. А вот усложнение задач непременно заставит его работать эффективней. Таким образом, мы выяснили, что определение руководителем мотивации для сотрудника является очень важным процессом.

Факторы, влияющие на мотивацию человека.

Каждый человек индивидуален, у каждого из нас есть свои предпочтения, свои интересы, стремления и потребности. Отношение человека к рабочему процессу в большей степени зависит от условий его труда, а именно: взаимоотношения с коллегами, руководством компании, а также это может быть экономическая и политическая обстановка в стране. В настоящее время построению эффективной системы менеджмента уделяется большое внимание в любой организации.

Когда-то в качестве основополагающего фактора использовалась теория концепции «кнута и пряника». Смысл теории заключался в следующем: при качественно выполненной работе сотрудник получает поощрительное стимулирование, если же работа выполнена плохо — наказывающее стимулирование. По нашему мнению, на сегодняшний день, данная концепция неэффективна, так как методы стимулирования каждого сотрудника индивидуальны. Резю-

мируя, мы можем сказать, что мотивация играет колоссальную роль в условиях современного бизнеса и с каждым годом приобретает все большую значимость.

Классификация мотивационных процессов

Чтобы описать различные мотивационные процессы в менеджменте используют теории мотивации, принято классифицировать их так:

- Содержательные
- Процессуальные
- Традиционные

Рассматривая содержательный тип мотивационных процессов, мы будем говорить о различных мотивах, которые тем или иным способом направляют человека на совершение какой-либо деятельности.

Если же речь заходит о процессуальных процессах, то здесь подразумевается рассмотрение самого процесса мотивации и его результат.

Что касается традиционных взглядов, то в них главную роль отводят концепции «кнута и пряника», о которой мы говорили ранее.

Мотивирование персонала.

Одной из основных проблем менеджмента считается мотивирование персонала. Эта нелегкая задача рано или поздно встает перед руководством организации или компании, а найти ключ к каждому человеку очень сложно, ведь процесс мотивирование исключает общие правила, именно поэтому этот процесс является одним из самых сложных в среде менеджмента. А главной задачей мотивирования персонала является поиск золотой середины между материальной и нематериальной составляющей мотивации.

Одним из способов определения мотивационного стимулирования того или иного сотрудника является психологический тренинг. Для одного работника основным мотивом его деятельности будет такая работа, где он будет самостоятельно принимать те или иные решения, для второго — зарплата, ну а для третьего будет основным мотивом тот объем знаний, который он получает при выполнении рабочих поручений. Данный пример наглядно иллюстрирует, что три совершенно разных человека по-разному «мотивируются» на труд. Именно эту особенность необходимо учитывать каждому руководителю при определении мотивации персонала.

А теперь попробуем определить, для чего осуществляется этот процесс мотивации, что мы получаем от большого количества мотивированных сотрудников.

1) Ускорение темпов достижение целей организации

— Экономия времени при объяснении целей и задач сотрудникам в их профессиональной среде

— Высоко мотивированных сотрудников легко вовлечь в нововведения компании

2) снижение общих затрат на управление сотрудниками

— исключается тотальный контроль над деятельностью работников в организации

— высоко мотивированные работники всегда заинтересованы в качественном выполнении своих обязанностей

Без сомнений весь процесс создания сплоченного коллектива, с высокими требованиями сотрудников к самим себе очень сложен и требует постоянного непрекращающегося воздействия управляющего аппарата. Пусть у вас будут лучшие сотрудники, которые будут отлично разбираться во всех тонкостях порученной им работы, но у каждый человек индивидуален, и каждый из нас может в силу каких-либо обстоятельств уйти из компании или у них пропадет мотивация к работе, и их эффективность не будет столь высокой, как была прежде. И именно в этот момент руководитель должен проявить свои умения и заинтересовать сотрудника, чтобы он стал работать эффективней, предложить ему такие условия, чтобы он не смог отказаться и уйти из компании. Здесь мы и поговорим о материальной и нематериальной мотивации.

Для начала скажем, что материальная мотивация зачастую имеет большую эффективность в сравнении с нематериальной, так как по своей сути она является более универсальной. Подчиненные в большей своей степени ценят поощрения в виде банковских купюр. Одним из самых распространенных способов материальной мотивации является повышение оплаты персоналу. Но здесь есть и свои подводные камни, суть состоит в том, что повышение заработной платы должно быть существенным, иначе мы попросту можем не получить того результата, на который мы рассчитывали, стало быть и повышение заработной платы было напрасным.

Не менее действенным способом мотивации являются премии. А именно премии за выслугу лет является очень эффективным способом удержания сотрудника в той или иной компании, так как при переходе из одной организации в другую он уже будет терять начинать выслугу компании с самого первого уровня. Также можно отметить, что в Российских организациях очень часто используют такой способ, как выдача премий — призов, данный вид поощрения сотрудников компаний имеет место быть, так как эффект неожиданности дает о себе знать, и сотрудник будет работать эффективнее.

Теперь поговорим о нематериальной мотивации — лишь для 20, а то и 10 процентов сотрудников данный вид мотивации будет приемлем. Система нематериальной мотивации не предполагает выдачу материальных средств, но данный факт совсем не говорит нам о том, что организация не будет затрачивать какие-то финансовые средства для осуществления данного вида мотивации. Целью нематериальной мотивации является повышение заинтересованности сотрудников в своей деятельности, а итогом будет увеличение прибыли компании.

Резюмируя все вышесказанное, можно с уверенностью сказать, что как материальная, так и нематериальная мотивации очень важны для более эффективной работы персонала. Также стоит отметить, что у каждой компании своя индивидуальная система мотивации персонала и при построении такой системы необходимо учитывать многие аспекты и различные уровни стимулирования людей разных должностей.

Литература:

1. Алиев, Исмаил Магеррамович. Экономика труда: теория и практика: учебник для бакалавров: по экономике и другим специальностям, а также для слушателей курсов повышения квалификации.
2. Алтухов, Сергей Игоревич. Организация и мотивация как функции управления: учеб. пособие для 3–4-х курсов по специальностям 080502 «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)».
3. Аширов, Дмитрий Анатольевич. Управление персоналом: учеб. пособие / Д.А. Аширов. — М.: Проспект, 2008. — 432 с.

## Методы учета и управления затратами в условиях кризиса

Тетерук Антон Дмитриевич, студент  
Тольяттинский государственный университет

В XXI веке проблема финансового и экономического кризисов приобретает все больший масштаб, затрагивая все сферы общества. Положение дел, которое создается благодаря кризису, оказывает негативное влияние и требует индивидуального подхода к его устранению. Одними из первых под удар, как правило, попадают крупные и мелкие предприятия, поэтому в их интересах выработать антикризисные меры, которые будут не в ущерб их функционированию. В данной статье описаны возможные методы и рекомендации по управлению затратами на производстве в условиях кризиса.

Ключевые слова: управление затратами, управленческий учет, оптимизация расходов и доходов, калькулирование, кризис.

А.Б. Борисов определяет кризис как резкое ухудшение экономического состояния страны, проявляющееся в значительном спаде производства, нарушении сложившихся производственных связей, банкротстве предприятий, росте безработицы, и в итоге — в снижении жизненного уровня, благосостояния населения. [1] Большинство этих последствий напрямую связаны с нерациональными действиями руководителей фирм, которые видят спасение лишь в беспорядочном снижении затрат и сокращении персонала.

В первую очередь, руководителю необходимо провести тщательный анализ, который выявит места предприятия, наиболее уязвимые в кризис. Сюда можно отнести производимый товар, его себестоимость (затраты), персонал, а также весь капитал фирмы. Для каждого из этих аспектов разработаны специальные методы учета, позволяющие грамотно контролировать их в кризисных условиях.

Все затраты на предприятии принято группировать по статьям калькуляции. Это наиболее удобная и общепринятая классификация, используемая внутри предприятия для увязки основных плановых показателей материально-технического обеспечения, фонда заработной платы, амортизации основных средств, а также для организации контроля за уровнем производственных затрат предприятия в целом и его хозяйственных подразделений, анализа

структуры затрат, расчета величины производственных запасов и контроля за их оборачиваемостью. Схема группировки затрат по статьям калькуляции представлена на рисунке 1. [2]

Стоит отметить, что такая группировка позволяет определить экономическую выгодность производства отдельных изделий, соотношение основных и накладных расходов и производственные потери.

На российских производственных предприятиях широко распространены такие методы учета затрат, как: попередельный, позаказный, попроцессный и нормативный.

Попередельный метод учета затрат характерен для массовых производств, в которых проводится последовательная переработка сырья (нефтеперерабатывающая промышленность, металлургия, текстильное производство и др.) в несколько переделов. Переделом называется набор производственных операций, в процессе которых сырье и материалы превращаются в полуфабрикаты или готовую продукцию.

Прямые издержки при данном методе отражаются в учете не по видам продукции, а именно по переделам. Себестоимость продукции каждого передела исчисляется отдельно, даже если речь идет о выпуске нескольких видов продукции. Косвенные расходы, в свою очередь, распределяются пропорционально установленным базам. Переделов зависит от особенностей технологического процесса.

Позаказный метод, используемый в мелкосерийном и индивидуальном производстве сложных изделий (судостроение, самолетостроение и др.), предполагает открытие на предприятии заказов — документально оформленных распоряжений на выполнение производственного заказа. Принятым к исполнению заказам при регистрации и заполнении специального бланка присваивается индивидуальный номер, который впоследствии будет использоваться при составлении документации. Далее информация передается в бухгалтерию, где составляется карта аналитического учета издержек производства по заказу.

Статья расхода	Вид стоимости		
1. Сырьё и материалы; 2. Возвратные отходы; 3. Покупные изделия и полуфабрикаты; 4. Топливо и энергия на технологические цели; 5. Затраты на основную заработную плату рабочих; 6. Дополнительная заработная плата производственных рабочих; 7. Единый социальный налог (взносы); 8. Расходы на освоение и подготовку производства; 9. Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования; 10. Общепроизводственные расходы;	<b>Цеховая</b>	<b>Фабрично-заводская (производственная)</b>	
11. Общехозяйственные расходы; 12. Прочие производственные расходы; 13. Потери от брака;		<b>Фабрично-заводская (производственная)</b>	<b>Полная</b>
14. Внепроизводственные расходы.			<b>Полная</b>

Рис. 1. Группировка затрат по статьям калькуляции

Прямые основные издержки производства при позаказном методе учитываются в разрезе калькуляционных статей по производственным заказам. Остальные издержки учитываются по местам возникновения и включаются в себестоимость заказов путем распределения. Особенностью этого метода является то, что все производственные расходы до выполнения заказа считаются незавершенным производством.

Попроцессный метод учета затрат распространен в отраслях с ограниченной номенклатурой продукции и там, где незавершенное производство незначительно, либо вообще отсутствует (например, в добывающей промышленности).

Данный метод заключается в учете прямых и косвенных издержек по статьям затрат на всю готовую продукцию. Средняя себестоимость единицы продукции определяется делением суммы всех издержек за отчетный период на количество выпущенной в периоде готовой продукции.

В отраслях обрабатывающей промышленности с массовым и серийным производством разнообразной и сложной продукции (машиностроение, металлообработка,

швейное, обувное, мебельное производство и другие) используется нормативный метод учета затрат.

При данном методе отдельные виды затрат на производство учитываются по текущим нормам — размерам минимальных затрат, необходимым для производства продукции определенного качества. Кроме того, обособленно ведется оперативный учет отклонений фактических затрат от норм с обязательным указанием места возникновения отклонений и причин их образования, учитываются изменения текущих норм затрат в случае внедрения организационно-технических мероприятий, а также определяется влияние этих изменений на себестоимость готовой продукции. Чаще всего отклонения выявляются с помощью инвентаризации или метода документирования.

Среди положительно зарекомендовавших себя методов учета в западном производстве, наиболее распространены «стандарт-костинг», «директ-костинг» и система «Just in time». Каждый из них имеет ряд особенностей, отличных от отечественных методов учета, однако специфика каждого из них нашла применение и в российском производстве.

Система «стандарт-костинг» появилась в США в 30-х годах XX века — именно в этот период страна пережила экономический кризис. С тех пор широко применяется в странах с развитой рыночной экономикой. В России был разработан и удачно используется метод нормативного учета затрат на производство, основанный на принципах «стандарт-костинг». Является незаменимым инструментом в отраслях, где стабильность цен на ресурсы относительна, а производимые изделия в течение длительного времени не изменяются (например, швейное, обувное, мебельное производство и др.)

Нормирование затрат при данном методе осуществляется до начала отчетного периода по таким статьям расходов, как: основные материалы, оплата труда производственных рабочих, общепроизводственные расходы; расходы по реализации продукции. В течение отчетного периода ведется учет отклонений фактических расходов от нормированных затрат. Суммы отклонений фиксируются на специальных счетах. В конце отчетного периода отклонения списываются на финансовые результаты. Производится анализ отклонений. Далее принимается решение относительно корректировки установленных норм и нормативов. [3]

Возникшая в США в период Великой депрессии система «директ-костинг» не теряет своей актуальности и в наши дни. Её сущность заключается в разделении затрат предприятия на постоянные и переменные.

#### Литература:

1. Борисов, А. Б. Большой экономический словарь. — Отдельное издание. — М.: Книжный мир, 2010. — 864 с.
2. Группировка затрат по статьям калькуляции // Схемо. рф. URL: <http://схемо. рф/shemy/yekonomika/skljarenko-v-k-prudnikov-v-m-akulenko-n-b-kucherenko-a-i-yekonomika-predpriyatija-v-shemah-tablicah-raschetah-2006-g/7727.html>
3. Герасимова, Л. Н. Методы управленческого учета. Учебник. — М.: Проспект, 2016. — 192 с.

Постоянные затраты не относятся к себестоимости продукции, не зависят от объёма производства и связаны с определённым периодом, в то время как переменные затраты являются зависимыми от объёма выпуска продукции и относятся к её себестоимости. Готовая продукция и незавершённое производство в «директ-костинг» оцениваются в сумме переменных производственных затрат, в свою очередь постоянные затраты в отчётном периоде относятся на финансовый результат предприятия и не распределяются по видам продукции.

Сущность системы «Just in time» заключается в синхронизации поставок с процессами производства. Сырьё и материалы передаются в производство небольшими партиями и непосредственно в нужные точки производственного процесса, минуя склад, а выпущенная готовая продукция сразу поставляется потребителю. Основными преимуществами данной системы являются короткий производственный цикл, высокая оборачиваемость активов, а также низкие издержки хранения производственных запасов.

Данная система зародилась в 70-е года XX века в компании Toyota в Японии и в настоящее время успешно применяется во многих странах с развитой промышленностью.

Каждый из рассмотренных методов учета затрат является надежным инструментом, помогающим принять верное управленческое решение и пережить кризис с минимальными потерями для предприятия.

## Сущность и значение государственного долга в экономике

Турсунова Мухтабар Маннабовна, старший преподаватель  
Ташкентский финансовый институт (Узбекистан)

## Essence and significance of state debt in the economy

Tursunova Muhtabar Mannabovna, Senior Lecturer  
Tashkent Financial Institute

Государственный долг — обязательства Республики Узбекистан, возникшие в результате внутренних и внешних заимствований [14].

Государственным внутренним заимствованием является привлечение средств от резидентов Республики Узбекистан, по которым возникают обязательства Республики

Узбекистан в качестве заемщика или гаранта погашения кредитов (займов) заемщиками-резидентами.

Государственным внешним заимствованием является привлечение средств из иностранных источников (иностранных государств, международных организаций, международных финансовых и экономических институтов,



иностранных правительственных финансовых организаций и иных нерезидентов Республики Узбекистан), по которым возникают обязательства Республики Узбекистан в качестве заемщика или гаранта погашения кредитов (займов) заемщиками-резидентами.

Государственные заимствования могут осуществляться в виде долговых обязательств по:

— кредитам (займам), привлеченным Республикой Узбекистан в качестве заемщика от иностранных государств, международных организаций, международных финансовых и экономических институтов, иностранных правительственных финансовых организаций и иных резидентов и нерезидентов Республики Узбекистан;

— государственным гарантиям Республики Узбекистан;

— государственным ценным бумагам, выпущенным от имени Республики Узбекистан.

Государственный долг различают внутренний и внешний.

*Внутренний* — это долг государства населению, субъектам хозяйствования своей страны.

*Внешний* — это задолженность физическим, юридическим лицам, правительствам других стран.

Внутренний долг порождается бюджетными дефицитами, так называемым долговым финансированием. Государственные займы выпускаются на различные сроки. И поэтому государственный долг бывает краткосрочным (до 1 года), среднесрочным (до 5 лет) и долгосрочным (свыше 5 лет). Наиболее обременительными являются краткосрочные долги, так как дата их погашения наступает очень быстро, но проценты по таким займам очень высокие. Большинство экономистов утверждают, что рост внутреннего долга не может привести к банкротству нации, так как это долг самим себе. Кроме того, государство всегда имеет возможность профинансировать его путем повышения налоговых ставок, выпуска денег, рефинансирования.

Вместе с тем нельзя недооценивать негативные последствия внутреннего долга, потому что при определенных условиях он может стать серьезной проблемой для экономики страны.

Рост внутреннего долга опасен для страны с низким уровнем доходов, но следовательно, и сбережений. Покупка населением, субъектами хозяйствования государственных ценных бумаг является альтернативой инвестированию свободных денежных средств в производство. Поэтому наращивание быстрыми темпами выпуска государственных ценных бумаг может привести к сокращению основного капитала.

Другая опасность связана с тем, что государство, продавая ценные бумаги, конкурирует на рынке ссудного ка-

питала с частным сектором. В результате конкуренции ставка ссудного процента повышается, что ведет к сокращению частных инвестиций в экономику страны, чистого экспорта и частично потребительских расходов.

Негативным последствием роста внутреннего долга является увеличение суммы процентных выплат по нему. Если в экономике наблюдается стагнация или спад производства, то процентные выплаты могут оказаться неподъемными для страны. Поэтому необходимо постоянно отслеживать динамику соотношения между внутренним долгом и объемом национального производства. Если долг растет медленнее, чем объем валового внутреннего продукта, то это означает уменьшение его доли в национальном продукте. Если же темпы роста внутреннего долга обгоняют темпы роста валового внутреннего продукта, то доля государственного долга в последнем будет увеличиваться. Чтобы при этом его последствия не стали слишком тяжелыми для экономики, правительство должно предпринять определенные меры по управлению государственным долгом.

Внешний долг может появиться по двум основным причинам:

в результате прямого заимствования средств у иностранных государств, частных компаний и путем продажи государственных ценных бумаг иностранным юридическим и физическим лицам, государствам.

Последствия внешнего долга более тяжелы для страны, чем внутреннего. При внешнем долге нация вынуждена отдавать другим странам ценные товары и услуги, чтобы оплатить проценты и погасить долг, что снижает жизненный уровень населения данной страны. Кроме того, при предоставлении займа страна-кредитор может потребовать выполнения ряда условий, которые «неудобны» для страны-заемщика. В связи с негативными последствиями внешнего долга обычно законодательно устанавливается его лимит. Следует отметить, что абсолютная сумма долга малопоказательна для экономического анализа. Поэтому оценивают его относительную величину. Используют такие показатели, как доля внешнего долга в валовом национальном продукте, отношение годового объема выплат по внешнему долгу к объему валютных поступлений за год. По оценкам специалистов данный показатель не должен превышать 25%.

Большой внешний долг снижает международный авторитет страны и может осложнить получение новых иностранных займов. Поэтому правительство предпринимает определенные меры, чтобы уменьшить внешний долг, если он превышает приемлемый уровень.

В заключение необходимо отметить, что государственный долг имеет значения в процессе реформирования экономики страны.

#### Литература:

1. Берзон, Н. И. и др. Финансы (углубленный курс). Под общей редакцией Н. И. Берзона. М.: Юрайт, 2013.
2. Данилов, Ю. А. Рынки государственного долга: мировые тенденции и российская практика. М.: ГУ-ВШЭ, 2002.

3. Патникова, Т. А. Анализ панельных данных в пакете STATA. М.: ГУ-ВШЭ, 2004.
4. Adam, C. S., Bevan D. L. 2005. Fiscal deficits and growth in developing countries. *Journal of Public Economics* 89, 571–597.
5. Aghion, P., Marinescu I. 2007. Cyclical Budgetary Policy and Economic Growth: What Do We Learn from OECD Panel Data? *NBER Macroeconomics Annual 2007, Volume 22*, 251–278.
6. <http://www.oecd.org/statistics/>
7. <http://databank.worldbank.org/data/home.aspx>
8. <http://www.imf.org/external/data.htm#data>
9. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/themes>
10. [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/accounts/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/)
11. [http://www1.minfin.ru/ru/public\\_debt/](http://www1.minfin.ru/ru/public_debt/)
12. <http://www1.minfin.ru/ru/budget/>
13. <http://www.cbr.ru/statistics/>
14. Бюджетный кодекс Республики Узбекистан, Статья 3

## Интеграция как инструмент обеспечения роста экономик стран-участниц Евразийского экономического союза

Увальжанова Лаура Альметовна, аспирант  
Российский университет дружбы народов

*В статье рассмотрены основные ключевые тенденции развития современной мировой экономической системы. Обоснована необходимость интеграционных процессов для успешного преодоления угроз и неопределенностей на геополитической и геоэкономической арене. Усиление интеграции на территории стран постсоветского пространства представляется весьма перспективным направлением обеспечения роста экономик стран-участниц Евразийского Экономического Союза.*

**Ключевые слова:** кризис, внешнеэкономическая политика, инвестиционное сотрудничество, постсоветское пространство, финансовая сфера.

Межнациональная экономическая интеграция представляет собой процесс взаимодействия экономик различных государств в рамках трансграничного перемещения ресурсов, подразумевающая под собой их постепенное экономическое слияние. Значимость и актуальность данного процесса обусловлены объективной необходимостью усиления взаимозависимости социально-экономических систем для уменьшения различных барьеров, ограничивающих возможность взаимного инвестиционного и торгового сотрудничества. Реализация интеграционных процессов на территории постсоветского пространства сегодня является основополагающим направлением российской внешнеэкономической политики.

Это связано не только с тем, что интеграция, соединяя национальные производственно-технологические сферы и расширяя рынки, способствует экономическому росту, но, прежде всего с тем, что формирование интеграционных группировок позволяет им укрепить собственные позиции в мировой экономике, обеспечить устойчивость государств к различным внешним угрозам, а также достигнуть стабильности развития мировой экономики [8]. Кроме того, объединение национальных экономик минимизирует риски возникновения геополитических конфликтов.

Например, по мнению Р. С. Гринберга на данном этапе развития можно наблюдать такие закономерности как [3]:

— наступление многополярного хаоса, который приходит на смену многополярного мира. На монополию в мировом управлении сегодня, в первую очередь, претендует США, которые не способны организовать жизнедеятельность населения земного шара, насчитывающего почти семь миллиардов людей, так как действия этого государства серьезно противоречат интересам других народов и стран. Обстоятельства данного кризиса подразумевают наступление кризиса мировоззрения;

— в результате попыток других государств (в частности, России) обеспечить справедливое распределение международных управленческих мероприятий, возникает ответная реакция в виде взаимных угроз и санкций;

— повышение рисков террористических угроз по всему миру со стороны исламского государства, сопровождающееся попустительством со стороны развитых государств;

— рост межнационального неравенства;  
— несоблюдение международного права;  
— экологические угрозы в результате глобального потепления;

— несовершенство финансовой сферы вкупе с преобладанием в ней виртуальной экономики;

— гипертрофия демократических институтов.

Указанные обстоятельства демонстрируют необходимость углубления интеграционных процессов. Внешнеэкономические тенденции усугубляются внутренними проблемами России и других государств бывшего Советского Союза. Сегодня большинство экономистов и управленцев подтверждают наличие в нашей стране глубокого структурного кризиса, истоки которого можно было наблюдать еще в 2012 г.

Доказательством финансового кризиса современной России является зависимость нашей экономики от мировых цен на энергоносители, конъюнктуры внешнеэкономических сырьевых рынков, условий предоставления международных кредитов. Рост экспорта сырьевой продукции, производство товаров с низкой добавленной стоимостью, превышение импорта несырьевых товаров над экспортом привели к формированию низкого уровня конкурентоспособности национальной экономики. Введенные санкции со стороны США и стран Европейского государства усложнили серьезную зависимость платежного финансового баланса, финансовой системы, промышленности от международной конъюнктуры, сопровождающиеся неконкурентной структурой российской продукции. Согласно аналитическим прогнозам падение валового внутреннего продукта России в 2016 г. составит 4,2% против 4% в 2015 г. [7]. Все вышеизложенное требует незамедлительных мер по выходу из создавшейся ситуации.

Одним из исследователей, поддерживающих данную точку зрения, является академик С. Ю. Глазьев, который отмечает, что [2]:

1. выход России из современного кризиса невозможен без структурной перестройки экономической системы, фундаментом которой должен быть новый технологический уклад;

2. обстоятельства современного кризиса формируют «окно возможностей» технологического прорыва нашей страны, позволяющей обеспечить России устойчивый подъем экономики с темпом макроэкономического роста на уровне 8% ежегодно;

3. необходимо создание современной полноценной банковской и финансовой системы, активно использу-

ющей механизмы рефинансирования коммерческих кредитных организаций под залог платежных обязательств производственных предприятий.

По мнению автора, наиболее перспективным инструментом преодоления указанных выше барьеров поступательного роста нашей страны является экономическая интеграция, поскольку функционирование интеграционных объединений представляет собой особую форму защиты от глобальной конкуренции, способствующую аккумуляции конкурентных преимуществ стран-участниц интеграционных процессов.

В таблице 1 можно увидеть сравнительную статистическую информацию по основным показателям развития стран-участниц Евразийского Экономического Союза.

Анализ представленных данных позволяет сделать вывод о том, что Россия, превосходя партнеров по интеграционной группировке по численности населения, занятого населения и площади, уступает Белоруссии и Казахстану по таким показателям, как темп роста валового внутреннего продукта — 128,1% от ВВП 2005 г., в то время как аналогичный показатель Белоруссии составляет 152%, а Казахстана — 153%, Армении — 136%. Индекс расходов на конечное потребление домашних хозяйств в нашей стране (161,4%) также ниже, чем в странах-партнерах. Индекс промышленного производства также меньше, нежели в Казахстане, Беларуси, Армении.

Таким образом, совместное использование возможностей и способностей стран-партнеров Евразийского экономического союза может способствовать росту национальных экономик. Участие в интеграционных группировках предоставляет странам-участницам сохранение и усиление экономического потенциала в результате кооперации наиболее перспективных конкурентных преимуществ. Сложившиеся трудности легче преодолевать совместно, в том случае, если существуют точно и четко обозначенные цели. Причем намного проще будет достигать намеченных целевых ориентиров в рамках единого экономического пространства.

В таблице 2 представлены предпосылки, определяющие возможность роста экономик стран-участниц Евразийского Экономического Союза за счет реализации интеграционных процессов.

Таблица 1. Статистические показатели государств-участниц Евразийского Экономического Союза, 2014 год [6]

	Среднегодовая численность населения, млн. чел	Численность занятого населения, млн. человек	Валовой внутренний продукт 2005=100	Индекс расходов на конечное потребление домашних хозяйств 2005=100	Индекс промышленного производства 2005=100	Индекс производства продукции сельского хозяйства 2005=100	Индекс потребительских цен 2005=100
Россия	143,2	71,5	128,1	161,4	120,4	124,4	185,4
Беларусь	9,5	4,6	152	169	168	141	395,6
Казахстан	16,8	8,5	153	166	137	111	184,3
Армения	3,3	1,2	136	145	131	120	144,6

Таблица 2. Предпосылки, определяющие возможность роста экономик стран-участниц Евразийского Экономического Союза за счет реализации интеграционных процессов [1, 4, 5]

Предпосылки	
Производственные	Возможность роста масштабов производства.
Инновационные	Необходимость распространения информации и инновационных ресурсов в результате межнационального перемещения факторов производства; Необходимость формирования новых современных производственно-технологических процессов, основанных на внедрении наукоемких технологий.
Технологические	Необходимость распространения современных технологий; Создание, разработка и использование современных средств связи, коммуникационных технологий, способствующих интенсивному перемещению факторов производства; снижение транспортных и телекоммуникационных расходов.
Организационные	Рост значимости транснациональных корпораций, выступающих в качестве новых форм реализации международной внешнеэкономической деятельности Усиление влияния финансовых и других международных организаций (МВФ, ООН, ВТО, Всемирный банк и т. д.); Рост эффективности деятельности за счет интеграции субъектов хозяйствования в результате синергетических эффектов масштаба.
Экономические	Либерализация торговой деятельности, что способствовало ограничению политики протекционизма; Тенденции централизации и концентрации капитала; Разработка и использование современных финансово-экономических механизмов; Уменьшение временных затрат на осуществление международных валютных сделок; стандартизация финансовой, бухгалтерской и статистической отчетности.
Информационные	Интенсификация взаимного обмена различного вида информационных потоков (производственных, экономических, научно-технических, финансовых); внедрение электронной почты и сети Интернет; разработка и использование глобальных коммуникационных сетей, объединяющих товарные и финансовые рынки; развитие инструментов электронной торговли и т. д.
Политические	Необходимость противостояния геополитическим конфликтам; Трансформация мировой политической системы; Упрощение трансграничного перемещения населения, факторов производства.
Социальные	Возможность преодоления национальной нетерпимости; Наращение мобильности граждан; Расширение воспроизводства человеческого капитала.

Представленные в таблице предпосылки демонстрируют нам формирование благоприятных условий для усиления интеграционных процессов на территории Евразийского экономического союза, что позволит получить достаточный уровень синергетических эффектов.

достаточный уровень синергетических эффектов.

#### Литература:

1. Айдарбаева, Л. К. Современные вопросы экономического регулирования в Таможенном союзе республик Казахстан, Беларусь и Российской Федерации // МНИЖ. 2014. № 3–3 (22) с. 5–6.
2. Глазьев, С. Ю. «Как построить новую экономику?» Социально-ориентированное развитие на основе прогресса реального сектора. Материалы Московского экономического форума. Под ред. Р. С. Гринберга, К. А. Бабкина, А. В. Бузгалина. — М., Культурная революция, 2014. с. 84–92.
3. Гринберг, Р. С. Экономика современной России: состояние, проблемы, перспективы / Р. С. Гринберг // Вестник института экономики РАН. — 2015. — № 1. — с. 10–29
4. Кошель, А. С. Реализация концепции евразийства в XXI веке / А. С. Кошель // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. — 2014. — № 2 (16). — с. 50–58.
5. Кульков, В. М. Пространственный аспект теоретического анализа экономики и его значение для проектирования евразийской интеграции // Философия хозяйства. — 2014. — № 1 (91). — с. 81–92.

6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. Электронный ресурс, режим доступа: <http://www.gks.ru/>
7. Удовенко, С.П. Проблемные вопросы оценки применения мер торговой политики в евразийском экономическом союзе и подходы к их решению // Проблемы современной экономики. 2015. № 1 (53) с. 39–41.
8. Широ, А.А. Прогнозирование динамических и структурных характеристик развития Единого экономического пространства / А.А. Широ, М.С. Гусев // Проблемы прогнозирования. — 2013. — № 3. — с. 43–51.

## Тенденции развития и внедрения ИКТ на малых предприятиях Узбекистана

Умаралиев Олим Раушанович, преподаватель  
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Внедрение современных информационно-коммуникационных технологий является необходимым условием для развития любого государства 21 века. Подводя итоги прошедшего 2015 года, информационная служба Государственного комитета связи, информатизации и телекоммуникационных технологий Республики Узбекистан сделали следующий вывод: расширена и модернизирована телекоммуникационная сеть и создана огромная инфраструктурная база для развития мультимедийных услуг:

— Общая скорость пользования международными информационными сетями составила 16,6 Гбит/с;

— Тариф для операторов и провайдеров сети Интернет, подключаемых к Международному центру пакетной коммутации равен 276,27 долл. США за Мбит/с;

— Построено более 2000 км волоконно-оптических линий связи для широкополосного доступа по современным технологиям с предоставлением конвергентных услуг, таких как видеотелефония, интернет-телевидение, высокоскоростной Интернет, просмотр HDTV-каналов и другие;

— Количество портов, установленных для оказания услуг фиксированного широкополосного доступа к сети Интернет, стало равняться 650 тыс.;

— Государственным банком развития Китая (КНР) на сумму 100,0 млн. долларов США выделен кредит по развитию телекоммуникационной инфраструктуры. Эти средства пойдут в будущем на проекты, нацеленные на расширение пропускной способности магистральных сетей передачи данных: по международному направлению — в 10 раз (до 100 Гбит/сек), до областных центров — в 4 раза (до 40 Гбит/сек) и райцентров — в 10 раз (до 10 Гбит/сек) [1];

— развивается беспроводная сеть Wi-Fi.

Большое значение в этом направлении придается развитию системы «Электронное правительство». Успешно функционируют отдельные элементы данной системы, в частности:

— Национальная база законодательства Республики Узбекистан, содержащая в себе более 32,6 тыс. нормативно-правовых актов;

— Портал налогоплательщика, обеспечивающего прием и обработку электронной налоговой отчетности, которым уже пользуются 99% всех предпринимателей;

— Единый портал лицензиата, в котором доступна полная информация о перечне лицензируемых видов деятельности и разрешительных процедур, требуемых документах для получения лицензий и разрешений;

— Единый портал декларантов, через который с начала года 99% всех грузовых таможенных деклараций оформлено в электронном виде;

— В результате внедрения автоматизированной системы электронной статотчетности «eStat» доля резервирования фирменных наименований в электронном порядке достигло 97%;

— Портал коммунального хозяйства и жилищного фонда предоставляет целый спектр услуг в сфере ЖКХ, включая прием и обработку жалоб, оплату коммунальных услуг, а также информацию о тарифах;

— За счет внедрения информационной системы E-Visa доля оформленных иностранцам виз в Узбекистан в электронном виде превысила 90%;

— Более 35 тыс. исковых заявлений и ходатайств в хозяйственные суды были поданы в электронном виде через систему e-Sud.;

— Почти все образовательные учреждения страны подключены к образовательной сети Ziyonet [2].

Большую роль в развитии отраслей экономики и отечественной промышленности играет внедрение самых современных информационных систем и программных продуктов в управленческий и производственный процессы, развивая при этом отечественный рынок программных продуктов, для которых действуют льготы, в виде освобождения от уплаты таможенных платежей за ввозимые для собственных нужд оборудование, комплектующие части, детали, узлы, технологическую документацию и программное обеспечение. Для привлечения иностранных инвестиций в сфере разработки информационных систем и программных продуктов необходимо открывать большее количество совместных предприятий с ведущими зарубежными компаниями в области информационных технологий.

Вместе с тем необходимо развивать параллельно и подготовку специалистов по ИКТ.

В условиях быстро возрастающего применения компьютерной техники во всех отраслях деятельности малого бизнеса необходимо отметить роль штрихового кодирования в повышении эффективности торговли, производства, транспорта. Этот способ позволяет практически одновременно следить за состоянием спроса, потребительскими предпочтениями, динамикой движения товаров и изменениями структуры наличия товаров и своевременно реагировать на сложившуюся ситуацию. А в силу динамичности сегодняшнего рынка, штриховое кодирование стало одним из основных условий коммерческого успеха [3].

Большое значение имеет и использование систем управления базами данных как инструмента автоматизированного исполнения задач в сфере малого бизнеса для информационного обслуживания хозяйственной деятельности. Базы данных образуют основу современного информационного рынка и связаны с широким внедрением в информационную деятельность вычислительной техники. На основе баз данных можно вести обслуживание потребителей в локальном и удаленном режимах. В условиях внедрения компьютерной информационной системы управления материальными ресурсами концентрация разнообразных баз данных хозяйственной деятельности предприятий малого бизнеса создает необходимые пред-

посылки для анализа и планирования товарооборота, управления товародвижением, организации сервиса, проведения целенаправленной ценовой политики и т. д.

Большое значение имеет и использование на предприятиях малого бизнеса локальных вычислительных сетей (ЛВС), созданных на базе персональных компьютеров и других микропроцессорных устройств. Основная задача компьютерных систем управления материальными ресурсами на базе локальных вычислительных систем — помочь административно-управленческому аппарату оперативно принимать обоснованные решения, избавив сотрудников от операций рутинного характера. Применение подобных систем особенно эффективно при управлении товарными запасами, товародвижением при организации сбытовой деятельности.

Важное значение имеет и использование глобальной вычислительной сети Internet для организации каналов распределения товаров на внутренних и внешних рынках сбыта продукции, определения цен товаров на перспективу и обеспечения ценовой гласности, ведение электронных расчетов и т. д. Обеспечения связи с товарными, фондовыми биржами и другими предприятиями. Таким образом, внедрение и грамотное использование информационных технологий в малый бизнес обеспечивает укрепление и развитие позиций данного вида деятельности, а также обеспечивает выход на мировой уровень, что в свою очередь стимулирует экономическое развитие страны.

#### Литература:

1. [www.review.uz](http://www.review.uz)
2. Алимов, Р.Х., Новосардова С.А., Отажанов У.А. Информационные системы и технологии в экономике. Учебник. — Т.: ТГЭУ, 2011.
3. Ерзин, Э. Национальный саммит по развитию ИКТ в Узбекистане: новая ступень на пути к информационному обществу. — Т.: 2004.

## Проблемы системы управления рисками на предприятиях Казахстана и специфика их совершенствования

Уралова Дайгур Жаксылыковна, студент  
Казахский национальный университет имени аль-Фараби

*В статье анализируется существующая практика и подходы в области управления рисками в компаниях — лидерах казахстанского рынка, позволяющие оценить текущее состояние, проблемы и перспективы дальнейшего развития риск-менеджмента в стране.*

**Ключевые слова:** *проблемы системы управления рисками, риск-менеджмент в Казахстане, риски, оценка рисков, анализ.*

**Риск-менеджмент** как технология управления переживает в настоящее время в Республике Казахстан период своего становления. Вновь создаются или продолжают свое развитие новые и уже ранее созданные профессиональные

объединения и организации, ориентированные на решение отдельных задач в области управления рисками. Крупные казахстанские компании, представляющие различные отрасли отечественной экономики, инициируют создание

корпоративных систем управления риском. В этих условиях особую важность приобретает проблематика формирования единого понимания цели риск-менеджмента, применяемой терминологии, организационной структуры и самого процесса риск-менеджмента, адаптированных к современным казахстанским условиям.

Компании во всем мире и в Казахстане в частности сталкиваются с определенными препятствиями на пути к построению эффективной системы управления рисками. К трем наиболее значимым барьерам эффективного управления рисками относятся недостаток взаимосвязи между функциональными подразделениями, отсутствие корпоративной культуры управления рисками и невозможность получения точной оценки рисков компании. Другими существенными барьерами эффективного управления рисками являются низкая эффективность применяемых инструментов и методик выявления рисков, а также низкое качество получаемой информации по рискам.

Основной проблемой развития риск-менеджмента является отсутствие единства подходов и требований к наличию системы управления рисками. Инструкция о требованиях к наличию систем управления рисками и внутреннего контроля в банках второго уровня, утвержденная постановлением Правления Национального Банка Республики Казахстан является основным документом, в соответствии с которым система риск-менеджмента должна быть построена в каждом банке. Однако она ориентирована на опыт, накопленный западными странами, что в первую очередь касается наличия статистических баз данных для построения анализа. Ввиду недостаточности статистических данных, накопленных за слишком короткий период времени существования большинства казахстанских банков, многие требования остаются не адаптированными для нашей системы.

Общая проблема казахстанской экономики заключается в неготовности руководства большинства финансовых институтов воспринимать риск-менеджмент как один из неотъемлемых элементов управления производственным процессом. Даже у отдельных крупных промышленных корпораций принятую систему управления рисками можно назвать «условно вмененной», необходимость которой продиктована не столько реальным желанием контролировать риски, сколько географией активов, публичным листингом на фондовых биржах, критериями выхода на IPO (первичное публичное размещение) и т. п.

Внедрение системы управления рисками в компании может проводиться по ряду причин, в том числе для обеспечения устойчивого развития и повышения конкурентоспособности компании. Несмотря на то, что система управления рисками направлена на достижение поставленных целей компании, риск-менеджмент не всегда учитывается при принятии стратегических и операционных решений. Результаты исследования КРМГ в области риск-менеджмента «Управление рисками как основной инструмент борьбы с неопределенностью» [1] также демонстрируют эту тенденцию: менее половины респондентов-предста-

вителей компаний в Республике Казахстан (44 %) применяли методологию управления рисками в стратегическом планировании и при принятии важных решений.

Этому существуют две основные причины. В первую очередь, компании внедряют лишь два или три отдельных инструмента управления рисками и не связывают их с финансовой составляющей. Кроме того, проблема также заключается в том, что даже достаточно крупные компании применяют относительно простые методы измерения потенциальных рисков. Как следствие, результаты риск-менеджмента оторваны от реальных финансовых и операционных задач.

Управление рисками и фундаментальные процессы в компаниях не интегрированы друг с другом. Повышение важности риск-менеджмента в планировании должно стать неотъемлемой частью процесса внедрения полноценной системы управления рисками в компаниях Казахстана.

На настоящий момент во многих казахстанских компаниях применяется лишь фрагментарная система управления рисками. Руководители большинства организаций традиционно считают риск-менеджмент специализированной и обособленной деятельностью. Это не позволяет оперативно отслеживать все наиболее существенные риски и эффективно передавать информацию о них всем заинтересованным сотрудникам. В свою очередь зарубежные компании успешно применяют новую модель управления рисками — риск-менеджмент в рамках всего предприятия или, так называемый, комплексный риск-менеджмент (enterprise-wide risk management — EWRM). Особенность этой модели заключается в том, что управление рисками приобретает всесторонний характер и координируется в рамках всей организации. При этом на предприятии создается особая культура обращения с рисками. Использование казахстанскими предприятиями зарубежного опыта позволит изменить подход к риск-менеджменту и перейти от фрагментированной, эпизодической, ограниченной модели к интегрированной, непрерывной и расширенной.

Анализ бизнесов, уже внедривших корпоративные системы управления рисками (ERM) свидетельствует (таблица 1), что компании выигрывают от внедрения ERM.

Для результативного и рационального управления рисками прежде всего необходимо наличие у руководства организации стратегии в данной области, а также в сфере корпоративного управления. Развитая структура корпоративного управления, предоставление отчетов и информации об управлении рисками совету директоров обеспечивают рост значения системы управления рисками в рамках организации, совершенствование подотчетности и повышение прозрачности.

Важной составляющей развития системы управления рисками в компании является разработка соответствующей нормативной базы. Она позволяет сформировать адекватное понимание процессов со стороны каждого участника системы, обеспечить неукоснительное следование установленным правилам и исполнение обязательных процедур в области риск-менеджмента. Ос-

Таблица 1. Оценка выгод от внедрения корпоративной системы управления рисками.

Показатели оценки выгод от управления рисками	Процент влияния
Операционные затраты	
Снижение потерь / рисков событий	25–75%
Снижение страховых премий	10–30%
Повышение результативности управления рисками компании (ERM)	30–60%
Снижение стоимости заёмного капитала	0–40%
Доходы	
Повышение уровня успешности новых инициатив / стратегий	10–25%
Оборотный капитал	
Снижение резервов на покрытие риска	10–30%
Источник. Ю. А. Фридман, Г. Н. Речко, А. Ю. Лямин. Инструменты управления рисками в угольном бизнесе: опыт внедрения риск-менеджмента // Вестник Кузбасского государственного технического университета. — 2012. — № 4 (92). — с. 148–153. [2].	

новые процессы управления рисками в компаниях, как правило, регулируются на официальном уровне, однако в данном случае необходимо понимать, что основной целью внедрения и утверждения данных нормативных документов должно быть не столько формальное исполнение директив управляющего холдинга или вышестоящего органа, сколько более эффективное управление процессами компании с применением риск-ориентированного подхода.

Кроме того, одной из важных составных частей эффективного риск-менеджмента также является развитие корпоративной культуры в области управления рисками. Под термином «риск-культура» подразумевается внутренняя среда, при которой руководство и работники компаний принимают решения и осуществляют операционную и иную деятельность, принимая во внимание выбор оптимального соотношения рисков и возможностей.

Джон Фарелл из KPMG в США, руководитель международной практики по управлению рисками в корпорациях, утверждает [1], что в компании обязательно должен быть инструмент, дающий возможность руководителям принимать решение о допустимом уровне риска, на который компания готова идти. Заявления о риск-аппетите связывают подверженность риску и финансовые показатели таким образом, что возникает возможность получить представление о дальнейшей стратегии принятия рисков. Существуют две основные составляющие оценки риск-аппетита:

1. Компании должны провести стресс-тестирование устойчивости бухгалтерского баланса, посчитав денежную стоимость, при которой финансовая устойчивость была бы ухудшена. Если они не осуществляют данные подсчеты, то компания берет на себя риски без учета финансовой составляющей.

2. На операционном уровне компании должны определить денежную стоимость, при которой потери или рисковое событие ухудшили бы их кредитный рейтинг, банковские ковенанты или другие финансовые показатели, такие как коэффициент покрытия процентных ставок и другие.

Единого мнения о том, какую именно методологию оценки рисков следует применять, среди специалистов

сейчас нет. Предлагаемые подходы к моделированию значений рыночных риск-факторов для расчета различных риск-метрик не всегда применимы в условиях Казахстана в связи с шоковым и переходным характером его экономики. Для получения максимального эффекта от количественного анализа рисков в рамках дальнейшего управления необходима комбинация методов моделирования с методами стресс-тестирования. При этом компаниям необходимо сделать упор на разработку механизмов агрегирования и непрерывного мониторинга объемов чистой подверженности рискам. Также на сегодняшний день операционные риски казахстанских компаний практически не оцениваются количественно, что связано с отсутствием адаптированных методологических подходов, а также достаточной статистической базы. В связи с этим компании должны обеспечить достаточный объем данных для получения более достоверных результатов.

После проведения соответствующей оценки рисков компаниям необходимо применить наиболее эффективные методы управления рисками. На текущий момент компании в большинстве случаев акцентируют свое внимание на управлении внутренними рисками, применяя метод «сокращение риска». В то же время следует принимать во внимание внешние факторы, оказывающие колоссальное влияние на устойчивость компании. В данном случае наиболее применимыми инструментами управления рисками выступают хеджирование, страхование, диверсификация, направленные на перераспределение рисков компании на третью сторону.

В постоянно меняющейся бизнес-среде XXI века менеджеры не могут не считаться с необходимостью управлять рисками. Будущее будет принадлежать тем дальновидным менеджерам, которые стремятся грамотно управлять не отдельными рисками, а внедряют методы управления, охватывающие все предприятие. В результате управление рисками поднимается на более современный, высокий уровень. Эффективное управление рисками станет безусловным и обязательным элементом управления XXI века.



Литература:

1. Управление рисками как основной инструмент борьбы с неопределенностью // KPMG Казахстан. URL: [https://www.kpmg.com/KZ/ru/about/CSR/Documents/Research\\_S\\_Zhumashev\\_final.pdf](https://www.kpmg.com/KZ/ru/about/CSR/Documents/Research_S_Zhumashev_final.pdf) (дата обращения: 8.05.2016).
2. Ю.А. Фридман, Г.Н. Речко, А.Ю. Лямин. Инструменты управления рисками в угольном бизнесе: опыт внедрения риск-менеджмента // Вестник Кузбасского государственного технического университета. — 2012. — № 4 (92). — с. 148–153.

## Трудовые ресурсы: структура и состав

Уткина Виктория Андреевна, студент;  
 Емшанова Елена Валерьевна, студент  
 Дальневосточный федеральный университет

Трудовые ресурсы являются самым важным составляющим абсолютно любой организации, функционирующей на рынке сейчас, или функционирующей много лет назад, не зависимо ни от специфики предприятия, ни от его местоположения, ни от чего. Трудовые ресурсы — это дееспособные люди, которые благодаря приобретённому образованию, способностью общаться с другими людьми, и другими присущим человеку навыкам осуществляют нахождение компании на рынке.

Основу трудовых ресурсов составляет экономически активное население страны, а это значит, что в трудовые ресурсы входят не только занятые люди, которые уже занимают какую-либо должность в организации, но и безработные люди, которые ввиду различных факторов, будь то низкая образованность человека или сложность адаптации человека к коллективу, не могут найти подходящую себе работу, а в периоды кризиса — не могут найти работу вообще (рис. 1). У активного населения страны выделяют два вида трудоспособности: общий вид трудоспособности и профессиональный. Под общим видом понимают выполнение базовых видов деятельности, не требующих никакой профессиональной подготовки, таких как: работа грузчика; уборка помещения; кассир, где уже все вычислительные процессы осуществляет компьютер; промоутер и тому подобное. Под профессиональным видом деятельности понимают выполнение квалифицированного труда, требующего специального обучения, таких как: бухгалтер; менеджер; инженер-технолог какой-либо конкретной сферы деятельности. В настоящее время занятых людей классифицируют по 6 факторам, такими как:

- 1) Люди, работающие по найму;
- 2) Работодатели: это как раз те люди, которые дали работу другим людям (1-му пункту);
- 3) Самостоятельные работники: люди, организация которых не востребована к штатным сотрудникам. Промышление и функционирование организации данные работники осуществляют сами;
- 4) Лица, помогающие родственнику на его предприятии на безвозмездной основе из-за трудного материаль-

ного положения в компании, и, как правило, с ними даже не заключается трудовой договор;

- 5) Члены производственных кооперативов;
- 6) Работники, которые не относятся ни к одному из вышеперечисленных факторов ввиду недостаточности информации.

Если как было написано ранее, основу трудовых ресурсов составляет экономически активное население страны, то есть и другая часть — экономически не активное население страны, которая занимает меньший удельный вес в отличие от первого. Затрудненность выполнения ими трудовой деятельности обусловлено наступившим пенсионным возрастом; инвалидностью; заботой о больных родственниках; ведением домашнего хозяйства или же просто отсутствием желания в её поиске ввиду отличного материального благосостояния без наличия места работы.

Структура трудовых ресурсов разнообразна (рис. 2). Она включает в себя 9 аспектов, таких как: пол, возраст, образование, род занятости, квалификация и т. п. Наиболее важные аспекты — это:

- 1) Пол играет одну из самых важных ролей при найме на работу человека, так как для какой-либо конкретной деятельности желателен определенный пол человека, а значит при найме будут отдавать предпочтение какому-либо из них. Например — работа грузчика. При выборе кандидата, разумеется, предпочтение будет отдавать мужчине, нежели женщине, поскольку мужчины в большинстве своем сильнее. Однако при найме консультанта в магазин модной одежды, предпочтение будет отдаваться женщине, поскольку женщины «имеют вкус» и знают, что посоветовать клиенту, чтобы он купил товар и остался доволен.

- 2) Именно возраст многие работодатели принимают во внимание при выборе кандидата. Разумеется, выбор будет обусловлен исключительно от специфики деятельности предприятия и от возможно занимаемой должности кандидатом. Например, при найме менеджера предпочтение будет отдаваться более взрослым людям,



Рис. 1. Состав трудовых ресурсов

поскольку зачастую решения принимаются исходя из жизненного опыта, что не мало важно при принятии управленческого решения. Также у более взрослого человека опыт работы намного выше, чем у какого-нибудь 20-летнего парня. Однако при выборе кандидата на должность официанта, предпочтенье будет отдаваться молодым людям и девушкам ввиду их молодой внешности, и повышенной энергичности.

3) Образование кандидата помогает определиться работодателю с вопросом «Подходит ли данный человек на данную должность?». Поскольку гораздо целесообразнее принять на работу бухгалтера с бухгалтерским образованием, нежели чем с инженерным образованием. Однако если говорить об образовании с точки зрения образованности человека, то данный вопрос решается простой беседой работодателя с кандидатом, или, более приемлемый способ — это дать кандидату решить какой-либо кейс, связанный именно с таким предприятием, на которое он устраивается, и на основе предложенных кандидатом решений, работодатель сможет сделать выбор.

4) Место жительства играет наименее важную из всех вышеперечисленных, но он имеет место быть. Описать смысл данного фактора можно следующим примером: работодателю в агрофирму требуется механизатор. Деятельность предприятия базируется около деревни. Кому работодателю взять при равных прочих условиях: человека, живущего в деревне, около которой

базируется деятельность предприятия, или человека, живущего за 20 километров от данной деревни? Разумеется, при равных прочих условиях работодатель сделает выбор в пользу человека, живущего в деревне. Однако, на практике таких примеров очень мало, но они все равно имеют место быть.

Остальные факторы играют менее важную роль, но, как говорилось выше, все зависит исключительно от специфики предприятия и от должности, на которую может выполняться отбор персонала.

Для большинства современных организаций, набирающих персонал предприятия, основную роль играют одновременно и возраст, и пол кандидата на какую-либо должность. Это обусловлено тем, что женщины молодого возраста в большинстве случаев отдают предпочтение семье, рождению ребенка, что ставит работодателя в невыгодное положение, ведь он будет обязан частично выплачивать заработную плату, хотя фактически девушка там работать не будет. Мужчинам любых возрастов намного легче в этом плане, поскольку они полностью отдают себя работе. Второстепенную важность из всех перечисленных факторов играет образование, поскольку в современном мире подходящее большинство организаций принимают на работу только при наличии высшего образования, для того, чтобы будущий работник имел основные базовые знания. Более того, некоторые работодатели в большей степени учитывают отсутствие опыта



Рис. 2. Структура трудовых ресурсов

работы у сотрудника в начале его найма, что обучить его именно под свое предприятие.

Существует множество трактовок понятия «трудовые ресурсы», представленные авторами различных учеб-

ников (рис. 3). Каждое последующие дополняет предыдущее, тем самым совокупность данных понятий позволяет понять полную и конкретную сущность понятия «трудовые ресурсы».

Автор	Понятие
Савицкая Г.В.	Трудовые ресурсы – фактическое количество работников по категориям и профессиям с плановой потребностью.
Кибанова А.Я.	Трудовые ресурсы представляют собой трудоспособную часть населения, которая в силу психофизиологических и интеллектуальных качеств способна производить материальные блага или услуги.
Горелов Н.А.	Трудовые ресурсы – составная часть естественных производительных сил страны.
В.И. Титов	Трудовые ресурсы — это часть населения, обладающая физическим развитием, умственными способностями знаниями, дающими возможность трудиться.
Волков О.И.	Трудовые ресурсы являются не только главным ресурсом каждого предприятия, от качества и эффективности использования которого во многом зависят результаты деятельности предприятия и его конкурентоспособность, но они также приводят в движение материально-вещественные элементы производства, создают продукт, стоимость и прибавочный продукт в форме прибыли.
Кокин Ю.П., Шлендер П.Э.	Трудовые ресурсы – трудоспособная часть населения, которая, обладая физическими и интеллектуальными возможностями, способна производить материальные блага или оказывать услуги.

Рис. 3. Понятия термина «Трудовые ресурсы»

К трудовым ресурсам никогда не будет уделяться меньше внимания, чем в настоящее время, не смотря на машинную автоматизацию многих производственных процессов, поскольку никакой компьютер не сможет учи-

тывать всю совокупность человеческих факторов при принятии решений, а значит трудовые ресурсы, в лице людей — всегда будут необходимы рынку и обществу.

Литература:

1. Баканов, М.И. Шеремет А.Д. «Теория экономического анализа» — М.: Финансы и статистика, 2004, с. 195
2. Волкова, О.И., Девяткина О. В — Экономика предприятия, 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 601 с.
3. Горелов, Н.А. Экономика труда и управления человеческими ресурсами — М.: Юрист, 2008. — 319 с.
4. Жулина, Е.Г. Экономика труда. — М.: 2010. — 208 с.
5. Кибанова, А.Я. Управление персоналом: Учебно-практическое пособие — М: «ПРИОР», 1999. — 560 с.

## Проблемы развития сельского хозяйства Дальнего Востока России

Уткина Виктория Андреевна, студент;  
Емшанова Елена Валерьевна, студент  
Дальневосточный федеральный университет

Сельское хозяйство является одной из наиболее перспективнейших отраслей экономики России. Это связано с тем, что Россия является самой большой по площади страной в мире, и, следовательно, территория для ведения растениеводства обширна. Более того, на территории Российской Федерации встречаются много видов климата, что позволит выращивать растения не только высоким объёмом производства, но и количеством видов растений, поскольку для каждого растения наиболее благоприятный отдельный климат, а в России их — множество, именно поэтому Россия имеет большие перспективы для выхода на международный рынок сельского хозяйства.

Существует множество проблем в развитии сельского хозяйства России, но есть такие, которым не уделяется достаточное количество внимания как со стороны производителей зерна, так и со стороны государства, а именно:

### 1) Лаборатории

Современные аграрные технологии не могут быть применены без развитой лабораторной базы.

Сельскохозяйственная отрасль остро нуждается в диагностике болезней растений и животных, проведении корректного анализа почв, определении качества кормов и продукции растениеводства, содержания ГМО.

Невозможность точной и своевременной диагностики заболеваний приводит либо к применению сельхозпроизводителями фунгицидов, которые неэффективны против существующего заболевания, либо к отказу от применения пестицидов. В результате недиагностированные болезни растений приводит к существенному снижению урожайности или гибели посевов.

Ближайшая ветеринарная лаборатория от Дальнего Востока России с широкой областью аккредитации находится в г. Владимир. Времени, которое требуется для до-

ставки образцов биоматериалов до лаборатории и проведения анализа, бывает достаточно для того, чтобы болезнь распространилась по стаду. В Хабаровском крае имели место случаи, когда к моменту постановки диагноза падеж стада КРС составлял 100%, при этом своевременное диагностирование болезни позволило бы вылечить животных за 2–3 дня.

Качество проведения анализов и точность постановки диагнозов отечественных лабораторий ставится под сомнение иностранными консалтинговыми компаниями, специализирующимися на животноводческих проектах в России, которые пользуются услугами исключительно зарубежных лабораторий.

Сравнение результатов анализа почв, проведенных местными и зарубежными лабораториями, показывает существенную разницу в определении показателей. При таких обстоятельствах говорить об эффективности принятия решений о виде и норме внесения удобрений на основании заключений местных лабораторий не приходится.

Отсутствие ГМО в сельскохозяйственной продукции является стратегическим конкурентным преимуществом России. Однако некоторые недобросовестные производители теоретически могут применить ГМО семена для увеличения доходности своего бизнеса. Выявление и пресечение таких случаев невозможно без быстрого и эффективного анализа продукции на содержание ГМО. На Дальнем Востоке для проведения такого анализа требуется около недели и 3000 рублей. Для сравнения цена подобного анализа в Канаде составляет порядка 4 рублей и может быть проведена в течение минуты в силу доступности и простоты метода любым заинтересованным лицом.

Одним из главных факторов, ограничивающих экспорт продукции растениеводства из России, является невыпол-

нение фитосанитарных требований стран — импортеров. В частности, рынок КНР закрыт уже 30 лет для российского зерна по причине его зараженностью. С 2006 года ведутся переговоры о поставках российского зерна на уровне федерального правительства, однако подписанных соглашений до сих пор нет. Главная причина — отсутствие у России материальной базы для достоверного, эффективного и своевременного контроля за болезнями на всех стадиях развития растений.

Таким образом, динамичное развитие сельскохозяйственной отрасли не может быть обеспечено без современной системы лабораторного контроля.

## 2) Жилищно-бытовые проблемы

Важнейшим элементом любого производства, в том числе и аграрного, являются трудовые ресурсы. Современное сельское хозяйство предъявляет самые высокие требования не только к управленческому персоналу, но и к рядовым механизаторам. Современные мощные тракторы высоких тяговых классов, широкозахватная прицепная техника, сложнейшие посевные комплексы, электронные спутниковые системы контроля и параллельного вождения требуют от операторов серьезнейшей инженерной подготовки. Сельский механизатор пенсионного возраста с несколькими классами образования не в состоянии управлять посевным комплексом стоимостью в полмиллиона долларов США.

Сельскохозяйственная отрасль в настоящее время, пожалуй, сильнее других отраслей экономики, страдает от нехватки квалифицированных кадров. Так, если прочие отрасли конкурируют за персонал в основном путем уста-

новления более высокого уровня оплаты, то в сельском хозяйстве претендент получает дополнительное предложение в виде приглашения поменять место жительства на сельскую местность. Такое предложение является, безусловно, настолько демотивационным, что претенденты отказываются рассматривать дополнительные денежные компенсации.

Претенденты справедливо мотивируют свой отказ элементарным отсутствием жилищно-бытовых условий: центрального отопления и горячего водоснабжения, детсадов, школ, культурно-развлекательных центров.

Местные жители сельской местности не могут обеспечить потребности отрасли по следующим причинам: постоянное уменьшение численности населения, преклонный возраст жителей, низкая квалификация, пьянство.

Таким образом, отсутствие современных агрогородков, обеспечивающих людей комфортным и достойным бытом и условиями для воспитания детей, является серьезным сдерживающим фактором для развития сельского хозяйства дальневосточного региона.

Для развития сельского хозяйства необходимо понимать, что оно включает в себя не только выращивание растений, но и разведение животных (рис. 1).

Растениеводство включает в себя:

- выращивание овощей, фруктов;
- выращивание зерновых сортов;
- выращивание бобовых сортов;

Животноводство включает в себя:

- выращивание крупнорогатого скота;
- выращивание кур.



Рис. 1. Структура сельского хозяйства

При разведении крупного рогатого скота, компания сталкивается с такими проблемами, как:

1) Отсутствие ветеринаров: действительно, в настоящее время очень трудно найти высоко классифицированного специалиста. Компании вынуждены нанимать специалистов из-за рубежа, что очень дорого;

2) Трудности в дальнейшие перепродажи мяса: Дело в том, что на сегодняшний день вырастить животного без применения химических добавок трудно. У компаний, у которых животные были выращены натуральным путем,

себестоимость мяса выше, чем розничная цена продажи и животных, выросших за счет различных препаратов. Таким образом, данные компании очень быстро закрываются, а высококачественные продукты пропадают с прилавков магазинов.

Таким образом, для решения основных проблем, связанных с развитием сельского хозяйства в России, первым делом необходимо решить проблемы, которые кажутся не значительными, а в конечном итоге приводят к отрицательному результату. При решении лабораторных и жи-

лично-бытовых проблем, компании смогут не только сэкономить на затратах, но и значительно поднять качество выпускаемой продукции за счёт регулярных проверок. Много предприятий разорилось, пытаюсь не только выращивать растения, но и растить животных. Как показала

практика, наиболее эффективно компания сможет работать только тогда, когда она специализируется на производстве одного товара, а в данном случае на выращивании одного вида продукции.

#### Литература:

1. Четвертакова, В. Ценовая политика в АПК и ее влияние на с/х производство // АПК: экономика, управление. — 1997. — № 5. — с. 43–50.
2. Аграрные отношения: теория, историческая практика, перспективы развития / Буздалов И. Н., Крылатых Э. Н., Никонов А. А. и др. — М.: Наука, 1993.
3. Аграрные доктрины двадцатого столетия: уроки на будущее. — М. — 1998.
4. Семенов, В. Новый курс аграрной политики // Экономист. — 1999. — № 1. — с. 12–18.
5. Захаров, Ю. Проблемы развития АПК // Экономист. — 1999. — № 1. — с. 5–11.
6. Агропроизводство в развивающихся странах // Экономика сельского хозяйства. — 1998. — № 11. — с. 8–14.
7. Экономический журнал ВШЭ. Т. 3. — 1999. — № 4. — С. — 631–633.
8. Социально-экономическое положение России в июле. — Москва: Госкомстат, 2000. — С. — 131–140.

## Harry Markowitz and his modern portfolio theory

Fakhridinov Zafarjon, student  
Tashkent financial institute (Uzbekistan)

## Гарри Марковиц и его современная теория портфеля

Фахридинов Зафаржон Фахридинович, студент  
Ташкентский финансовый институт (Узбекистан)

*...I was in the business school, in the library of the business school, reading John Burr Williams» Theory of Investment Value, and Williams said that the value of a stock, is the present value of its future dividends. I figured dividends are uncertain so he must mean the expected value... I figured, if you only are interested in the expected value of a stock, you must be only interested in the expected value of the portfolio. The way you maximize the expected value of the portfolio is by putting all your money into whatever stock has maximum expected value. That is not right. Everybody knows you are not supposed to put all your eggs in one basket.*

*Harry Markowitz*

**Harry Max Markowitz** is an American economist, and a recipient of the 1989 John von Neumann Theory Prize and the 1990 Nobel Memorial Prize in Economic Sciences.

Harry Markowitz was born to a Jewish family in 1927, the son of Morris and Mildred Markowitz. During high school, Markowitz developed an interest in physics and philosophy, in particular the ideas of David Hume, an interest he continued to follow during his undergraduate years at the University of Chicago. After high school, Markowitz decided to continue his studies at the University of Chicago, choosing to specialize in economics. There he had the opportunity to study under important economists, including Milton Friedman, Tjalling Koopmans, Jacob Marschak and

Leonard Savage. While still a student, he was invited to become a member of the Cowles Commission for Research in Economics, which was in Chicago at the time. Markowitz chose to apply mathematics to the analysis of the stock market as the topic for his dissertation. Jacob Marschak, who was the thesis advisor, encouraged him to pursue the topic, noting that it had also been a favorite interest of Alfred Cowles, the founder of the Cowles Commission. While researching the then current understanding of stock prices, which at the time consisted in the present value model of John Burr Williams, Markowitz realized that the theory lacks an analysis of the impact of risk. This insight led to the development of his seminal theory of portfolio alloca-

tion under uncertainty, published in 1952 by the Journal of Finance. In 1952, Harry Markowitz went to work for the RAND Corporation, where he met George Dantzig. With Dantzig's help, Markowitz continued to research optimization techniques, further developing the critical line algorithm for the identification of the optimal mean-variance portfolios, relying on what was later named the Markowitz frontier. In 1955, he received a PhD from the University of Chicago with a thesis on the portfolio theory. The topic was so novel that, while Markowitz was defending his dissertation, Milton Friedman argued his contribution was not economics. During 1955–1956 Markowitz spent a year at the Cowles Foundation [1], which had moved to Yale University, at the invitation of James Tobin. He published the critical line algorithm in a 1956 paper and used this time at the foundation to write a book on portfolio allocation which was published in 1959. Markowitz won the Nobel Memorial Prize in Economic Sciences in 1990 while a professor of finance at Baruch College of the City University of New York. In the preceding year, he received the John von Neumann Theory Prize from the Operations Research Society of America for his contributions in the theory of three fields: portfolio theory; sparse matrix methods; and simulation language programming (SIMSCRIPT). Sparse matrix methods are now widely used to solve very large systems of simultaneous equations whose coefficients are mostly zero. SIMSCRIPT has been widely used to program computer simulations of manufacturing, transportation, and computer systems as well as war games. SIMSCRIPT (I) included the Buddy memory allocation method, which was also developed by Markowitz. Markowitz is co-founder and Chief Architect of Guided Choice, he managed accounts provider and investment advisor. Markowitz's more recent work has included designing the backbone software analytics for the Guided Choice investment solution and heading the Guided Choice Investment Committee.

**Modern portfolio theory** is a mathematical framework for assembling a portfolio of assets such that the expected return is maximized for a given level of risk, defined as variance.

The main features of modern portfolio theory:

- Risk and expected return;
- Diversification;
- Efficient frontier with no risk-free asset;
- Risk-free asset and the capital allocation line;
- Two mutual fund theorem;
- Systematic risk and specific risk;
- Capital asset pricing model;
- and others.

Harry Markowitz created to be row of first himself modern portfolio theory. **Harry Markowitz model (HM model)**, also known as *Mean-Variance Model* because it is based on the expected returns (mean) and the standard deviation (variance) of different portfolios, helps to make the most efficient selection by analyzing various portfolios of the given assets. It shows investors how to reduce their risk in case they have chosen assets not «moving» together.

Harry Markowitz's modern portfolio theory assumptions

Modern Portfolio Theory relies on the following assumptions and fundamentals that are the key concepts upon which it has been constructed:

- For buying and selling securities there are no transaction costs. There is no spread between bidding and asking prices. No tax is paid, its only risk that plays a part in determining which securities an investor will buy.

- An investor has a chance to take any position of any size and in any security. The market liquidity is infinite and no one can move the market. So that nothing can stop the investor from taking positions of any size in any security.

- While making investment decisions the investor does not consider taxes and is indifferent towards receiving dividends or capital gains.

- Investors are generally rational and risk adverse. They are completely aware of all the risk contained in investment and actually take positions based on the risk determination demanding a higher return for accepting greater volatility.

- The risk-return relationships are viewed over the same time horizon. Both long term speculator and short term speculator share the same motivations, profit target and time horizon.

- Investors share identical views on risk measurement. All the investors are provided by information and their sale or purchase depends on an identical assessment of the investment and all have the same expectations from the investment. A seller will be motivated to make a sale only because another security has a level of volatility that corresponds to his desired return. A buyer will buy because this security has a level of risk that corresponds to the return he wants.

- Investors seek to control risk only by the diversification of their holdings.

- In the market all assets can be bought and sold including human capital.

- Politics and investor psychology have no influence on market.

- The risk of portfolio depends directly on the instability of returns from the given portfolio.

- An investor gives preference to the increase of utilization.

- An investor either maximizes his return for the minimum risk or maximizes his portfolio return for a given level of risk.

- Analysis is based on a single period model of investment.

Although many applications for MPT exist, the authors conclude that the financial community uses four in particular:

- Most asset managers and financial advisors use MPT in asset allocation implementation by following a top-down approach to develop an optimal portfolio and then selecting different managers with different investment styles (e. g., growth or value).

- In 1963, Sharpe expanded on Markowitz's work by developing the market model, which explains a portfolio's

relationship to the market. Factor models can also be used in the analysis of large portfolios. The three main types of factor models used today are statistical, macroeconomic, and fundamental factor models.

— The value-at-risk (VAR) framework for measurement and management of market risk is based on concepts formalized in MPT. Its most useful application is in risk management for sell-side firms and other financial institutions.

— Investors want to manage the active risk associated with their portfolios relative to a benchmark (i. e., tracking

error). The authors analyze hypothetical alpha/tracking-error relationships for different large-cap equity managers. With different managers deriving alpha from different sources, investors can use MPT and tracking-error budgeting to determine optimal portfolios.

In conclusion we can say that, Harry Markowitz was the father of the theory of modern portfolio. Through his theories caused development of the sector of investment and a reduction in the risk. Today's modern portfolio theory is based on Markowitz's work.

#### References:

1. Harry Markowitz & The development of modern portfolio theory by BPV Capital Management. 2015.
2. «Harry M. Markowitz — Facts». Nobelprize. org. Nobel Media AB 2014. Web. September 10, 2015.
3. The Legacy of Modern Portfolio Theory (Digest Summary) by Jonathan Hubbard, CFA. 2003.
4. Hannes Marling and Sara Emanuelsson. The Markowitz Portfolio Theory. 2012.

## Основные методы оценки стоимости собственных торговых марок

Харламова Ирина Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент;

Сарычева Елена Николаевна, старший преподаватель

Сибирский университет потребительской кооперации

*В статье рассмотрены проблемы оценки стоимости собственных торговых марок. Проведен анализ основных методов оценки стоимости собственных торговых марок.*

**Ключевые слова:** *методы оценки, собственные торговые марки.*

В России сложилась сложная экономическая ситуация. В конце марта 2016 г. Росстат заявил, что реальные доходы населения (доходы минус обязательные платежи с учетом инфляции) в феврале понизились на 6,9% по сравнению с аналогичным месяцем 2015 года (в среднем по России). Согласно информации министерства труда и социальной защиты, в 2015 году количество россиян, чьи доходы ниже прожиточного минимума, превысило 19 млн. человек. В действительности их число значительно больше. В Сибирском федеральном округе реальная численная заработная плата в 2015 г. снизилась на 9,3%.

Снижение доходов населения неминуемо влечет за собой и снижение потребления. Федеральная служба государственной статистики представила статистический обзор о социально-экономическом положении Сибирского федерального округа. Сообразно ему оборот розничной торговли в I квартале 2015 г. снизился в товарной массе по сопоставлению с соответствующим периодом 2014 г. на 90,2% и составил 634,6 млрд. руб. В расчете на душу населения было продано товаров на 32,9 тыс. руб. (в среднем по России — на 43,0 тыс. руб.). Индекс потребительских цен составил 106,6%, в том числе на продовольственные товары — 108,9%, непродовольственные товары — 106,4%, услуги — 103,2%.

Кроме экономической ситуации понижение потребления влечет и то, что розничные предприятия действуют в территориальной близости друг от друга, предлагая подобные продукты. Потому перед бизнесом остро встал вопрос привлечения клиентов. Образовавшаяся ситуация привела к новому всплеску интереса к собственным торговым маркам (СТМ) со стороны покупателей — ритейлеров и конечных потребителей.

*Сетевая торговая марка, собственная торговая марка, или частная марка (англ. private label) — это торговая марка, владельцем которой является предприятие розничной торговли или сеть. Продукт собственных торговых марок выгоднее для потребителей на 25–30%.*

История собственных торговых марок (СТМ) в нашей стране не более 15 лет. Первые в РФ собственные торговые марки возникли в 2001 г. в супермаркетах «Рамстор» и ДТ «Перекресток». Далее СТМ стали выпускать «Дикси», «Лента», «Пятерочка», «Копейка», «Ашан» (вышедший в 2002 г. на российский рынок). На начало 2007 г. доля СТМ в обороте розничных сетевых компаний превышала 6%, причем количество сетей, продающих продукты под СТМ, выросло более чем вдвое по сравнению с 2003 г. К 2009 году доля таких сетей составила 51% от их общего количества. В Европе и Америке доля



продаж товаров под СТМ достигает 30–40%, в отдельных сетях доходит до 60–80% [1].

Наличие собственных торговых марок позволяет ритейлерам: контролировать процесс образования цены; сокращать расходы на продвижение товаров; предлагать диапазон собственных марочных товаров; расширять бренд торговой сети для развития других видов деятельности («зонтичный» бренд), обеспечивая тем самым конкурентоспособность своего предприятия [4].

Почти все российские ритейлеры, сегодня обеспокоены вопросами организации производства и реализации продуктов под СТМ. На наш взгляд, прежде чем приступить к производству товара под собственной торговой маркой, следует оценить стоимость, потенциал СТМ, оценить вероятности получения прибыли и риски возможных убытков [3]. Под стоимостью торговой марки подразумевается объективная и обоснованная плата за передачу ее в собственность или аренду на установленный срок.

В мировой и российской практике существует много методов оценки стоимости СТМ. Данные методы можно разделить на качественные, количественные (финансовые) и комбинированные. Оценка стоимости СТМ с учетом финансовых показателей деятельности компании от их использования, дает более точные, объективные, выраженные в денежном эквиваленте данные [3]. Остановимся подробнее на финансовых методах оценки стоимости СТМ.

*Метод «освобождения от роялти»* («доходный метод») (*the relief from royalty method*) подразумевает, что оцениваемая торговая марка принадлежит владельцу на лицензионной основе за определенные процентные отчисления от выручки — *роялти* (от англ. *Royalty*). В данном методе допускается, что торговой маркой владеет некая третья сторона и, следовательно, настоящий обладатель обязан выплачивать роялти за право использования. В силу того, что патент на самом деле считается его истинного владельца, ему не нужно платить роялти; отсюда название метода — «освобождение от роялти». Сообразно методу «освобождения от роялти» стоимость СТМ представляет собой текущую стоимость потока будущих платежей по роялти в течение финансового срока службы патента или лицензионного контракта.

Размер роялти устанавливаются в виде фиксированных ставок в процентах от стоимости чистых продаж лицензионной продукции, ее себестоимости, валовой прибыли или определяется в расчете на единицу выпускаемой продукции. Размер роялти определяется на основании анализа рынка и зависит от многих факторов: объема правовой охраны; объема передаваемых прав использования; объема производства и возможности контролировать выпуск продукции по лицензии; срока использования; размера капиталовложений, необходимых для организации производства продукции по лицензии; зависимости лицензиата в поставках материалов, инструментов, комплектующих деталей для организации производства продукции по лицензии, а также от объема технической помощи со сто-

роны лицензиара в освоении объекта; сложившейся ситуации на рынке и пр.

В мировой практике размер роялти колеблется в пределах от 3 до 10% выручки за продукцию или услуги, произведенные и проданные с использованием торговой марки.

При использовании этого метода необходимо определить:

— какой поток доходов могла бы генерировать СТМ правообладателю, если бы был заключен лицензионный договор;

— от каких платежей освобождается правообладатель в связи с тем, что ему как собственнику СТМ не нужно платить роялти за право пользования.

Первоначально делается прогноз относительно объема продаж, по которому ожидается выплата роялти. Затем определяется процент ожидаемых выплат роялти путем расчета процентных отчислений от прогнозного объема продаж. Из прибыли от роялти следует вычесть все расходы, связанные с поддержанием торговой марки (организационные, экономические, административные издержки, затраты на маркетинг, на поддержку патента и т. п.). Размер роялти капитализируется, и полученная величина принимается за стоимость собственной торговой марки. Стоимость СТМ можно рассчитать по следующей формуле:

$$C^{TM} = \sum_t ((Q \times \lambda) - CST)$$

где  $C^{TM}$  — стоимость торговой марки;  $Q$  — общий объем продаж продукта, на который наложена торговая марка;  $\lambda$  — размер роялти;  $CST$  — расходы, связанные с поддержанием торговой марки за прогнозируемый период.

*Метод «преимущество в прибыли»* (*premium profit*). Метод построен на определении полученного ритейлером «преимущества в прибыли», которое возникает в результате обладания собственной торговой маркой. Под преимуществом в прибыли понимается дополнительная прибыль до налогообложения, которую получает ритейлер, реализующее свою продукцию под СТМ, по сравнению с ритейлерами, производящими аналогичную продукцию, но не обладающими СТМ. При отсутствии товара-аналога для определения преимущества может быть взята за основу прибыль, полученная ритейлером от реализации данного типа товара до и после появления торговой марки.

Стоимость собственной торговой марки можно определить как разницу между прибылью, полученной при использовании СТМ, и той прибылью, которую предприятие получает от реализации продукции без использования СТМ. Это ежегодное преимущество в прибыли дисконтируется с учетом предполагаемого времени его получения. Расчет стоимости СТМ можно представить следующей формулой:

$$C^{TM} = \sum_t (P^{TM} - P_6)$$

где  $P^{\text{TM}}$  — прибыль, получаемая от продажи продукции при наложении на нее торговой марки;  $P_{\text{в}}$  — базовая прибыль, получаемая от продукта до периода введения торговой марки или конкурентным аналогом без торговой марки.

Данный метод носит сравнительный характер для конкретной рыночной ситуации и позволяет достоверно оценить рыночную стоимость собственной торговой марки.

Метод «стоимость создания» (*earnings basis*) основан на определении стоимости создания, разработки и выведения на рынок торговой марки. За оценку стоимости принимается сумма затрат, необходимых для создания актива, с учетом «разумной» прибыли на инвестированный в создание актива капитал.

К комбинированному методу оценки стоимости торговой марки можно отнести метод «суммарной дисконтированной добавленной стоимости». Компанией Brand Finance (США) разработана особая методика расчета ставки дисконта через *brendbeta*. Для дисконтирования потока доходов используется ставка дисконта, рассчитанная по формуле:

$$R = R_f + \text{brendbeta} \times (R_m - R_f)$$

где  $R_f$  — безрисковая ставка; *brendbeta* — премия за риск;  $R_m$  — среднерыночная ставка доходности.

Безрисковая ставка корректируется с учетом коэффициента, определенного для каждой торговой марки индивидуально. При ее исчислении оцениваются параметры марки по десятибалльной шкале (табл. 1).

Таблица 1. Оценка параметров СТМ

Показатель	Значение
Время действия на рынке	0–10
Уровень сбыта	0–10
Доля рынка	0–10
Позиция на рынке	0–10
Уровень роста продаж	0–10
Ценовая надбавка	0–10
Эластичность цены	0–10
Маркетинговая поддержка	0–10
Эффективность рекламы	0–10
Сила товарной марки	0–10
Итого	0–100

При расчете *brendbeta* методом экспертных оценок определяется рейтинг торговой марки (табл. 2). Каждой торговой марке получается рейтинг в интервале от 0 до 100 баллов. Чем сильнее бренд, тем выше его индекс значимости.

Чем ближе к 100 баллам значение торговой марки, тем более безрисковой она считается и должна дисконтироваться по безрисковой ставке. Оценка 0 означает наивысшую ставку дисконта с удвоением той надбавки, что была сделана к безрисковой ставке заимствования (рис. 1).

Таблица 2. Рейтинг СТМ

Оценка	Рейтинг
91–100	AAA
81–90	AA
71–80	A
61–70	BBB
51–60	BB
41–50	B
31–40	CCC
20–30	CC
11–20	C
0–10	D

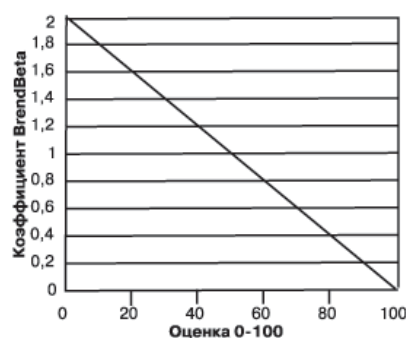


Рис. 1. График распределения безрисковой ставки

*Brendbeta* определяется путем умножения  $2-0,02$  на балл индекса значимости СТМ. Таким образом, к безрисковой ставке дисконтирования прибавляется премия за риск, рассчитанная путем умножения премии за риск на коэффициент *brendbeta*, соответствующий оценке (рейтингу) СТМ.

Проведение оценки стоимости СТМ является сложным и трудоемким процессом. Ни один из существующих методов оценки стоимости СТМ не является безупречным и критикуется специалистами в области маркетинга и экономики. Однако, чтобы компания смогла распорядиться своим активом необходимо систематически проводить оценку стоимости СТМ.

Так же знание стоимости СТМ позволит разработать программу увеличения ее ценности, включающую маркетинговые мероприятия, а именно: визуальную айдентику СТМ; мероприятия мерчендайзинга, сейлз-промоушна; позиционирование торговой сети для конечного потребителя и пр.

Работа с СТМ должна носить не разовый, а плановый и систематический характер, т. к. она является эффективным маркетинговым инструментом, позволяющим усилить приверженность потребителей к ретейлеру и, как следствие, увеличивать его прибыль.

Литература:

1. Сарычева Е.Н., Бакаева В.В. Проблемы и перспективы брендинга в ритейле // Российское предпринимательство. — 2008. — Т. 7. — № 1. — С. 141.
2. Скоробогатых И.И., Чиняева Д.А. Сравнительный анализ существующих методик оценки стоимости торговых марок // Маркетинга в России и за рубежом. — 2003. — №4-5. — С. 32-43.
3. Харламова И.Ю. Интегрированный подход к маркетинговым коммуникациям // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. — 2010. — № 6. — С. 110-114.
4. Харламова И.Ю., Сарычева Е.Н. Позиционирование организации сферы услуг // Научное обозрение. — 2013. — № 5. — С. 180-184.

## Роль рейтинговых агентств и эффективность их деятельности в современных условиях

Ховина Евгения Сергеевна, магистрант  
Российский государственный социальный университет

*Данная статья посвящена важной проблеме «эффективности деятельности рейтинговых агентств». В статье подробно раскрывается понятие «рейтинг», рассматриваются наиболее влиятельные международные рейтинговые агентства, чьи оценки принимаются во внимание практически всеми субъектами экономики, а также выявлены недостатки эффективности применения международных рейтингов.*

**Ключевые слова:** понятие рейтинг, рейтинговые агентства, эффективность применения рейтингов.

Рейтинги являются значимой информационной, аналитической составляющей в современных финансово-экономических взаимоотношениях, а также в формировании и осуществлении различных бизнес-процессов. Они играют ключевую роль при оценке уровня финансовой надежности партнеров. Исходя из этого, одним из основных принципов применения рейтингов, является то, что они могут дать полноценную оценку рисков.

Определение понятия рейтинг, в широком смысле, можно представить как субъективную оценку какого-либо явления по установленной шкале и включает в себя следующие характеристики:

— рейтинг — это продукт информационной экономики, представляющий технический инструмент для инвестора, маркетолога и предпринимателя;

— рейтинг — это инвестиционный продукт, который может быть использован при осуществлении той или иной бизнес-сделки;

— рейтинг — это инструмент, регулирующий функционирование финансово-экономических институтов многих стран [1].

Главными разработчиками рейтингов являются специализированные рейтинговые агентства. Наиболее значимыми среди них считается «Большая тройка»: Standard & Poor's (S&P), Moody's, Fitch Ratings. В Российской Федерации наиболее активно ведут свою деятельность Национальное Рейтинговое Агентство, «Рус-Рейтинг», «Эксперт РА».

Агентства вырабатывают свою методологию и организацию определения и присвоения рейтингов. Они оказывают рейтинговые услуги в соответствии со следующими принципами (см. таблицу 1) [2].

Рейтинговые агентства предпринимают все необходимые мероприятия с целью увеличения степени доверия к ним за счет результатов детального анализа собственных методологий и рейтингового подхода.

Однако, из-за применения общих для всех стран стандартов, международные рейтинговые агентства обладают рядом значительных нареканий и недочетов.

В частности данная проблема увеличилась в ходе последнего мирового финансово-экономического кризиса. В работе международных рейтинговых агентств были замечены существенные ошибки, связанные с применением методик составления рейтинговых оценок. Яркими примерами провалов в деятельности рейтинговых агентств является, в первую очередь, присвоение агентством S&P банку Lehman Brothers рейтинга А всего лишь за месяц до его банкротства.

Отметим, что рейтинговое агентство не несет юридической ответственности за свои оценки. Всячески подчеркивается, что рейтинги являются мнением агентства и не являются рекомендацией покупать или продавать тот или иной инструмент, те или иные обязательства эмитента [3].

Защищаясь, представители рейтинговых агентств утверждают, что они владеют фундаментальными анали-

Таблица 1. Принципы оказания рейтинговых услуг

Принципы	Описание принципа
Независимость	Рейтинг предполагает собой независимую оценку рейтинговой компании
Публичность аналитических подходов	Инвесторы обладают полным представлением об аналитических подходах рейтингового агентства. Все аспекты доступны на различных языках и опубликованы на официальных сайтах рейтинговых агентств
Коллегиальность	Процесс принятия решения исключает вероятность манипуляции мнением аналитиков, ответственных за анализ эмитента
Конфиденциальность информации	Эмитенту гарантируют неразглашение переданной аналитикам агентства конфиденциальной информации и придание огласке рейтинга только с согласия эмитента
Использование рейтинговых шкал	Шкала позволяет сравнивать эмитентов разной экономической породы
Постоянные исследования вероятности дефолта	Проводится на основе широкой статистической выборки по всем рейтинговым категориям для контроля качества рейтингового мнения

тическими знаниями, необходимыми для соответственной оценки кредитоспособности заемщика.

Еще одной не маловажной проблемой деятельности рейтинговых агентств, является то, что для получения рейтинга им платят компании, которые запрашивают этот рейтинг. Ведь главным источником финансирования рейтинговых агентств являются сами эмитенты, которые оплачивают сам факт внесения их в рейтинг. Они вносят годовую оплату за получение оценки собственных возможностей относительно выплат согласно долговым обязательствам, а также могут получить консультацию по улучшению имеющихся в этот период времени кредитных рейтингов.

Таким образом, в работе рейтинговых агентств заинтересованы эмитенты и инвесторы. Эмитенты заинтересованы в получении более высокого положения в рейтингах, с целью привлечения наиболее выгодных инвесторов. А инвесторы, в свою очередь, заинтересованы в правдивости присвоения той или иной оценки.

Можно допустить то, что между эмитентом и рейтинговыми агентствами существуют «негласные» контракты. Подобная бизнес-модель стремительно критикуется, однако на данный момент существенной замены не имеется. Поэтому рейтинговые агентства продолжают исполнять свою деятельность в международной экономике из-за того, что доказать недочеты в их работе невозможно, а заменить на данный момент некому.

Главным условием, гарантирующим правдивость рейтинговой оценки, является рыночная репутация самого агентства и степень доверия к нему, что побуждает рейтинговые агентства к объективности.

Среди аргументов против международных рейтингов очевидной становится дискриминация участников рейтингов по политическим соображениям. При этом при выборе перечня показателей осуществляется ориентация либо на группы наиболее развитых стран, либо на небольшое количество стран, в которых базируются основные глобальные компании. В совокупности эти рейтинги достаточно противоречивы [4].

Общеизвестно, что одним из факторов негативных явлений в экономике Российской Федерации считается неблагоприятный деловой климат. В международных рейтингах Россия постоянно занимает низкие места.

26 января 2015 года одно из трех американских рейтинговых агентств — Standard & Poor's — понизило кредитный рейтинг России до спекулятивного «BB+». Остальные два агентства — Fitch и Moody's — пока сохраняют для России инвестиционный уровень. Многие по этому поводу расстроились. Если и еще одно из трех агентств опустит наш рейтинг, то велика вероятность, что многие иностранные кредиторы попросят нас раньше времени расплатиться по долгам [5].

Таким образом, в качестве мер по предупреждению аналогичных ситуаций рейтинговые агентства приняли меры о модернизации технологий, методов и способов оценки эмитентов, а также способствовали увеличению аналитической составляющей процесса по подготовке рейтинговой оценки.

Среди некоторых специалистов бытует мнение, что рейтинговые агентства — некая наикрупнейшая, неподвластная влиянию сила во всемирной экономической системе, и в связи с этим призывают увеличивать их регулирование с целью увеличения рыночной дисциплины.

В тоже время выдвигаются предложения и проводятся все необходимые шаги по ликвидации монополий крупных рейтинговых агентств. В силу отсутствия конкурентной борьбы рейтинговых агентств их оценки зачастую не совпадают с реальной экономикой, искажая ее значительные процессы, сопровождая тем самым дополнительные риски и неопределенности.

Общее возмущение некоторым действиям «Большой тройки», побуждение к большей объективности оценок, необходимость реформирования международной экономической системы, вынуждает многие государства формировать собственные рейтинговые агентства в дополнение к имеющимся.

Так, французский страховщик Soface с конца 2010 года позиционировал себя как первое рейтинговое

агентство в Европе. При этом утверждает о том, что агентство будет функционировать по другой схеме: за рейтинги будут платить не только компании, но и пользователи. Но в результате стремления французского страховщика сформировать рейтинговое агентство не состоялось.

Тем не менее, в ЕС не отказались от создания системы собственных рейтинговых агентств и конкуренции с «Большой тройкой» американских агентств. В этой связи осуществляется консолидация, процесс сопоставимости рейтингов, вырабатываемых ЕС. С 2015 года рейтинговые агентства будут обязаны публиковать свои рейтинги через информационную систему европейской рейтинговой платформы, а после 2016 года планируется приступить непосредственно к подготовке создания европейского рейтингового фонда для оценки долгов [1].

Действующим и эффективным считается процедура развития рейтинговых агентств в Китае. В стране с 1994 года функционирует рейтинговое агентство Dagong, Global Kredit Rating, которое планирует быть неповторимым поставщиком абсолютно всех рейтингов для стран БРИКС.

Китайское агентство стремительно притягивает к совместной работе прочие мировые рейтинговые агентства. Оно заключило партнерские соглашения с фирмами государств БРИКС, Южной Кореи, Германии, Японии. В частности, в России заключило контракты с «РусРейтингом». Dagong позиционирует себя как формирующуюся всемирную мощь в области кредитных рейтингов и составляет неплохую конкуренцию «Большой тройке».

Мировой подход в формировании рейтинговых

агентств, показывают и другие рейтинговые агентства, например агентства стран БРИКС.

В конце 2013 года было образовано глобальное агентство, учрежденное рейтинговыми агентствами из Португалии, Индии, Бразилии, Южной Африки и Малайзии.

Конкурентную борьбу на рынке рейтинговых оценок нужно только поощрять. Она будет содействовать большей ответственности рейтинговых агентств перед пользователями, и кроме того объективности и правдивости произведенных оценок.

Перед международным бизнес-сообществом возникает весьма важный вопрос — регулирование деятельности рейтинговых агентств. Совершенствование элементов оценки тех или иных явлений обязано являться прозрачным и предназначаться не только нуждам национальной экономики, но и мировой экономики в целом.

Каким бы способом ни формировалась корпоративная культура на западных рынках, кредитным рейтингам предназначено остаться единственным измерителем кредитных рисков и эффективным инструментом продвижения ценных бумаг и финансовых услуг.

Таким образом, демонополизация рынка рейтинговых услуг, формирование государственных национальных рейтинговых агентств, официальное принятие рейтингов и рейтинговых агентств как необходимы компонентов систем управления рисками и регулирования, деятельность самих рейтинговых агентств по предоставлению бизнес-сообществу объективной и независимой оценки рисков, несомненно, станут содействовать обеспечению устойчивого развития экономики, ее банковского и финансового секторов.

#### Литература:

1. Авдокушин, Е. Ф. Рейтингономика как инструмент финансовой экономики // Вопросы новой экономики. — 2014. — № 2. — с. 4–12.
2. Артемова, А. Н. Международная практика кредитного рейтинга и развитие рейтинговых услуг в России // Вестник Челябинского государственного университета. — 2004. — № 1. — с. 123–127.
3. Карминский, А. М. Кредитные рейтинги и их моделирование. — М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2015. — 304 с.
4. Таран, Я. Ю. Об эффективности применения международных рейтингов в оценке инвестиционной привлекательности России // Актуальные проблемы социально-экономического развития Российской Федерации. — Барнаул: Алтайская академия экономики и права, 2015. — с. 64–67.
5. Путин Может уничтожить НАТО одним телефонным звонком // URL: <http://www.amic.ru/news/297135/> (дата обращения: 08.05.2016).

## О вопросах методики анализа основных средств предприятия

Ховрина Дарья Романовна, студент

Керченский государственный морской технологический университет

*В статье охарактеризованы источники информации для анализа основных средств, выделены основные направления и методика анализа основных средств при оценке ресурсного потенциала организации.*

**Ключевые слова:** ресурсы, основные средства, ресурсный потенциал, анализ основных средств.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы оценки эффективности использования основных средств предприятия рассматриваются в работах многих отечественных ученых и специалистов: Л. А. Адамайтис, И. Н. Бачуринская, С. А. Бороненкова, Е. Б. Герасимова, Зимин Н. Е., А. В. Зоннова, М. В. Мельник, Г. В. Савицкая, Л. Г. Скамай, В. Н. Солопова и др. Однако ряд проблем организации и методики анализа основных средств в условиях перехода к рыночным отношениям требуют дальнейших исследований и научных разработок.

Цель статьи: рассмотреть главные вопросы методики анализа основных средств предприятия.

Деятельность любого предприятия начинается с формирования материально-технической базы, а именно «основных средств», отсутствие которых делает невозможным функционирование и ведение текущей хозяйственной деятельности предприятия. Именно объем аккумулированных основных средств дает основания судить о размере предприятия, его возможностях и перспективах развития. Поэтому будет целесообразным дать четкое определение этой экономической категории.

Понятие «основные средства» возникло в 1930 году. В экономической литературе термин «основные фонды» часто соотносится с термином «основные средства». Эти понятия невозможно не различать, поскольку «основные средства» — это совокупность материально-вещественных ценностей, а «основные фонды» — это источники формирования «основных средств», их значения отображаются в разных частях баланса «основные средства» — в активе, «основные фонды» — в пассиве [1].

В экономической литературе понятие «основные средства» имеет широкую базу трактовок и определений. На основе проведенного анализа научной литературы можно сделать вывод, что большинство авторов под понятием «основные средства» понимают материальные активы предприятия. Все источники указывают на то, что основные средства должны использоваться длительное время (а именно: более одного года или одного операционного цикла) [1], [3], [6].

Важным для более четкого понимания сущности основных средств является определение их функциональной полезности. К числу функций, которые осуществляются с помощью основных средств, относятся:

- использование в процессе производства;
- использование в процессе поставки товаров и услуг;
- предоставление в аренду другим лицам;
- осуществление административных и социально-культурных функций.

Основные средства предприятий, организаций и отраслей народного хозяйства составляют важнейшую часть национального богатства страны, а важнейшая проблема в хозяйственной деятельности предприятия — повышение эффективности их использования. При изучении каждого элемента основных средств, их износа, факторов, влияющих на эффективность их использования и воспроизводства, определяются приемы и методы, с помощью которых можно повысить эффективность их использования, что приведет к снижению затрат на производство продукции и рост производительности труда.

Экономное и рациональное использование основных средств предприятия на сегодняшний день является одной из самых актуальных задач, которая ставится перед предприятием. Анализ имеющегося количества и состояния основных средств предприятия дает возможность рассчитать показатели и определить пути повышения эффективности их использования и прогнозировать величину средств, которые необходимо будет привлечь для приобретения новых основных средств в связи с физическим износом имеющихся.

Источниками информации для анализа основных средств являются формы финансовой и статистической отчетности, а также данные аналитического учета. По итогам года составляется финансовая и статистическая отчетность. Информацию о внеоборотных активах содержит баланс (форма № 1), примечания к финансовой отчетности (форма № 5), формы № 11—03, 1 амортизация.

Перечисленные источники информации используются для проведения ретроспективного анализа. Оперативный анализ проводится по данным первичного бухгалтерского учета. Прогнозный анализ эффективности использования основных средств применяется при оценке соответствующих альтернативных управленческих решений.

Методика анализа использования основных средств должна учитывать несколько принципиальных положений: функциональная полезность основных средств сохраняется на протяжении нескольких лет, поэтому расходы по их при-

обретению и эксплуатации распределены во времени; момент физической замены основных средств не совпадает с моментом их стоимостного замещения, в результате чего могут возникнуть потери и убытки, которые уменьшают финансовые результаты деятельности предприятия; эффективность использования основных средств оценивается по-разному в зависимости от их вида, принадлежности, характера участия в производственном процессе, а также назначения. Эффективность использования основных средств предприятия определяется не только экономическими, но и экологическими, социальными и другими факторами, поскольку они обслуживают не только производственную сферу деятельности предприятия, но и культурную, социально-бытовую и т. д. [2, с. 462].

В процессе анализа, прежде всего, необходимо исследовать наличие и динамику основных средств в составе имущества предприятия. Фонды предприятия делятся на промышленно-производственные и непромышленные. Производственную мощность предприятия определяют промышленно производственные фонды.

На последующих этапах аналитического исследования основные средства оценивают с точки зрения их практического применения и мобильности, то есть структурируют их на активную и пассивную часть. При проведении анализа состава и динамики основных средств важно правильно исследовать показатели, характеризующие техническую целесообразность использования основных средств, то есть показатели *механооснащенности* и *фондооснащенности* производства и труда [4, с. 80].

В ходе анализа изучают оптимальность уровня механооснащенности промышленного производства. Это важно, поскольку переоснащенность организации техникой ослабляет внимание к ее рациональному использованию, что приводит к повышению себестоимости и падению фондоотдачи, снижению эксплуатационной производительности оборудования, а недостаток высокоэффективного оборудования в других предприятиях — к невыполнению основных технико-экономических показателей [1, с. 138].

Детального рассмотрения в процессе анализа требует оценка наличия и движения основных средств, как перспективного исследования будущей производственной мощности предприятий.

Коэффициент обновления основных средств рассчитывается как отношение стоимости поступивших основных средств к балансовой стоимости основных средств на конец отчетного периода:

$$K_{об} = \frac{\text{Стоимость поступивших основных средств в течении отчетного периода}}{\text{Стоимость основных средств на конец отчетного периода}} \quad (1)$$

Коэффициент выбытия основных средств рассчитывается как отношение стоимости основных средств, выбывших в течение рассматриваемого периода, к их стоимости на начало периода:

$$K_{выб} = \frac{\text{Стоимость выбывших основных средств за отчетный период}}{\text{Стоимость основных средств на начало отчетного периода}} \quad (2)$$

Важной характеристикой технического уровня основных производственных средств является возрастной состав машин и оборудования. Такая технико-экономическая информация необходима для разработки планов модернизации машин и внедрения новой техники и контроля за их выполнением. По данным инвентарных карточек (книг), машины и оборудование каждого вида группируют по возрасту, исходя из фактических сроков действия с интервалом в S лет: до 5 лет, от 5 до 10 лет, от 10 до 15 лет и т. д.

Далее анализ углубляют с помощью вычисления аналогичных показателей для тех видов машин и оборудования, которые затем сопоставляют между собой и со средним уровнем. Таким образом, изучение возрастного состава активной части основных средств позволяет выявить количество машин и оборудования, пригодных для эксплуатации, требующих капитального ремонта, и таких, которые должны быть списаны и заменены [5, с. 72].

Определяя экономическую эффективность использования основных средств, используют систему натуральных и стоимостных показателей, а также соотносят оценки темпов роста выпуска продукции и темпов роста объема; фондовооруженности труда и его производительности. Для обобщающей характеристики эффективности использования основных средств служат показатели фондоотдачи, фондоемкость, рентабельность. В процессе исследования изучается динамика перечисленных показателей, проводится сравнительный анализ по различным направлениям, определяются факторы изменения их величины [2, с. 120].

Анализ фондоотдачи проводится по двум направлениям: изучение влияния факторов на изменение фондоотдачи, изучение влияния фондоотдачи на объем производства.

На изменение уровня фондоотдачи оказывает влияние ряд факторов. Факторами первого уровня, влияющими на фондоотдачу основных средств, являются: изменение доли активной части средств в общей их сумме; изменение фондоотдачи активной части основных средств. Для расчета влияния факторов второго порядка на уровень фондоотдачи необходимо знать, как изменился объем производства продукции в связи с заменой оборудования или его модернизации. С этой целью сравнивают выпуск продукции на новом и старом оборудовании за период времени после его замены и полученный результат делят на фактическую среднегодовую стоимость технологического оборудования.

Повышению фондоотдачи способствуют: увеличение удельного веса активной части основных средств; увеличение времени работы оборудования; автоматизация производства, использование прогрессивной технологии, модернизация действующего оборудования и другие. Снижение фондоотдачи приводит к увеличению суммы амортизационных отчислений и соответственно способствует уменьшению доли прибыли в цене товара, что приводит к убыткам.

Фондоотдача включает понятие эффективности воспроизводства и интенсификации использования основных средств. При исчислении и сравнительном анализе этого показателя по группе промышленных предприятий следует придерживаться правильного методического подхода. Одинаковые по профилю и мощностью предприятия могут иметь разный уровень фондоотдачи.

Для выявления неиспользованных резервов в эксплуатации машин и оборудования следует определять фондоотдачу не только с общей величины основных производственных средств, но и с их активной части.

Рост цен на оборудование очень часто опережает рост их эксплуатационной производительности, что приводит к повышению стоимости единицы мощности и падению фондоотдачи. Оптовая цена на определенное оборудование может быть повышена, но в меньшей степени, чем ее производительность. Новая техника обеспечивает увеличение фондоотдачи только тогда, когда производительность растет быстрее, чем ее стоимость. Это положение следует учитывать при разработке новой техники, которая обеспечит максимальную эффективность, в том числе повышение фондоотдачи.

Исходным моментом для анализа резервов роста фондоотдачи является классификация факторов, влияющих на ее уровень. В экономической литературе предлагаются различные количества и наборы факторов для вычисления влияния на фондоотдачу.

Итак, основными задачами анализа необоротных материальных активов являются: оценка обеспеченности основными средствами и других необоротных материальных активов предприятий, состава и структуры основных средств, степени обновления и выбытия, технического состояния средств; определение уровня фондоотдачи, ее динамики, изучение влияния изменения размера основных средств и фондоотдачи на объем работ; выявление резервов повышения фондоотдачи, улучшение использования техники; определение путей снижения затрат на содержание и эксплуатацию машин и механизмов; оценка выявленных резервов и разработка мероприятий по улучшению использования активной части основных средств [3, с. 150].

Особенностью анализа основных средств является его многоуровневый характер. Важно выделить уровень влияния факторов и в соответствии с этим выбрать модели и способы анализа. Конечной целью анализа использования основных средств независимо от области деятельности предприятия является возможность расширения объемов выпуска и реализации без дополнительного привлечения ресурсов или определение потребности в восстановлении или расширении производственного потенциала.

#### Литература:

1. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01, утвержденным приказом Министерства финансов Российской Федерации от 30.03.01 № 26н (в ред. Приказов Минфина РФ от 24.12.2010 № 186н).
2. Бердникова, Л. Ф. Ресурсный потенциал организации: понятие и структура / Л. Ф. Бердникова // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. — Тольятти: Тольяттинский государственный университет, 2011. — № 1 (15). — с. 201–203.
3. Зимин, Н. Е., Солопова В. Н. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. — М.: КолоС, 2004. — 384 с.
4. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2004. — 425 с.
5. Скамай, Л. Г., Трубочкина М. И. Экономический анализ деятельности предприятия. — М.: ИНФРА-М, 2006. — 296 с.
6. Шнайдер, О. В., Шнайдер В. В. Оценка производственного потенциала промышленного предприятия, как один из ключевых факторов инвестиционной привлекательности. Вестник Самарского государственного университета путей сообщения. — Самара: Самарский гос. ун-т путей сообщения. — Вып. 5 (17) 2009. — Том 2. — 166 с.



## Источники финансирования инфраструктурных проектов на основе государственно-частного партнерства

Хулукшинов Денис Егорович, аспирант  
Российский университет дружбы народов

*Реализация инфраструктурных проектов на основе ГЧП является финансово затратным процессом. В статье рассматриваются источники и схемы финансирования проектов ГЧП.*

**Ключевые слова:** ГЧП, инфраструктурные проекты, финансирование, источник, государство, частный сектор, бюджетная экономия, социальная инфраструктура.

При имеющихся кризисных явлениях в экономике и дефиците бюджетных средств, использование механизма государственно-частного партнерства (далее — ГЧП) при реализации инфраструктурных проектов приобретает все большее значение. За счет использования механизма ГЧП появляется возможность повысить эффективность бюджетных расходов.

Проекты ГЧП предусматривают сотрудничество государственного и частного секторов с целью реализации долгосрочных инвестиционных инфраструктурных проектов. Широкое распространение ГЧП получило в сфере социальной инфраструктуры (Франция, Канада, Великобритания).

Механизм ГЧП позволяет привлечь частных инвесторов к реализации инфраструктурных проектов. Такое взаимодействие государственных структур и бизнеса имеет ряд преимуществ. Для государства это экономия бюджетных средств (снижение бюджетной нагрузки), привлечение специалистов высокого уровня и новых технологий, ускорение внедрения новых проектов. Для частного сектора это получение льгот, субсидий, гарантий и прямой поддержки (административно-управленческая помощь) от государства, получение гарантированной прибыли от участия в проекте.

При финансировании проектов ГЧП имеются определенные особенности (табл. 1) [2].

**Таблица 1. Особенности финансирования ГЧП-проектов в мировой практике**

Название страны	Характеристика финансирования проектов ГЧП
Великобритания	Основной формой контрактов ГЧП выступает частная финансовая инициатива (частная компания получает от государства заказ на создание или модернизацию основных фондов). Приоритетным способом финансирования проектов ГЧП является проектный способ
Франция	Основными формами ГЧП выступают концессионные соглашения, контрактные договора и договора аренды (лизинга). Проекты реализуются в основном на местном уровне в области транспортной и социальной инфраструктуры. Основные виды финансирования проектов: государственное и частное финансирование
Германия	В основном применяются две модели финансирования проектов: проектное финансирование (без использования гарантии со стороны общественного сектора) и форфейтинг (предполагает использование гарантий со стороны государства)

В развитых странах (страны Западной Европы, США, Канада) преимущественное финансирование получают проекты, связанные со строительством и реконструкцией автодорог. На втором месте занимают проекты социальной направленности (здравоохранение и образование).

В странах с переходной экономикой (страны Восточной Европы и Балтии) финансируются проекты для развития транспортной инфраструктуры (строительство и реконструкция автодорог, железных дорог, аэропортов, мостов, тоннелей).

В России механизм ГЧП начал применяться сравнительно недавно. Реализуются проекты в области ГЧП в большей мере при строительстве и реконструкции дорожной инфраструктуры.

В зарубежной практике приводятся следующие источники финансирования при реализации ГЧП-проектов:

- за счет частного капитала;
- с помощью государственных заказов;
- на основе софинансирования;
- за счет государственных долговых обязательств и предоставления различных льгот государством.

Как правило, при строительстве или модернизации инфраструктуры (за счет средств частного инвестора, государства или на принципах софинансирования) не всегда в полной мере покрывается необходимый уровень затрат. В этом случае участники инвестиционного проекта прибегают к следующим схемам финансирования:

- бюджетная схема (финансирование проекта в основном осуществляется за счет бюджетных средств);
- кредитная схема (реализация проекта осуществляется путем предоставления средств на возвратной основе под гарантии государства или бизнеса).

Выбор схемы финансирования будет зависеть от каждого конкретного проекта. Участниками проводится

оценка финансовой выгоды от участия в проекте. Данная оценка определяется путем Value for Money (соотношения цены и качества) и Public Sector Comparator (сравнительного уровня затрат).

Соотношение цена и качество показывает результативность и эффективность продукта, процесса или услуги.

Сравнительный уровень затрат характеризует стоимость затрат в течение всего жизненного цикла с учетом рисков.

При реализации инфраструктурных проектов наиболее распространенными источниками выступает государственное, корпоративное и проектное финансирование (рис. 1) [1].

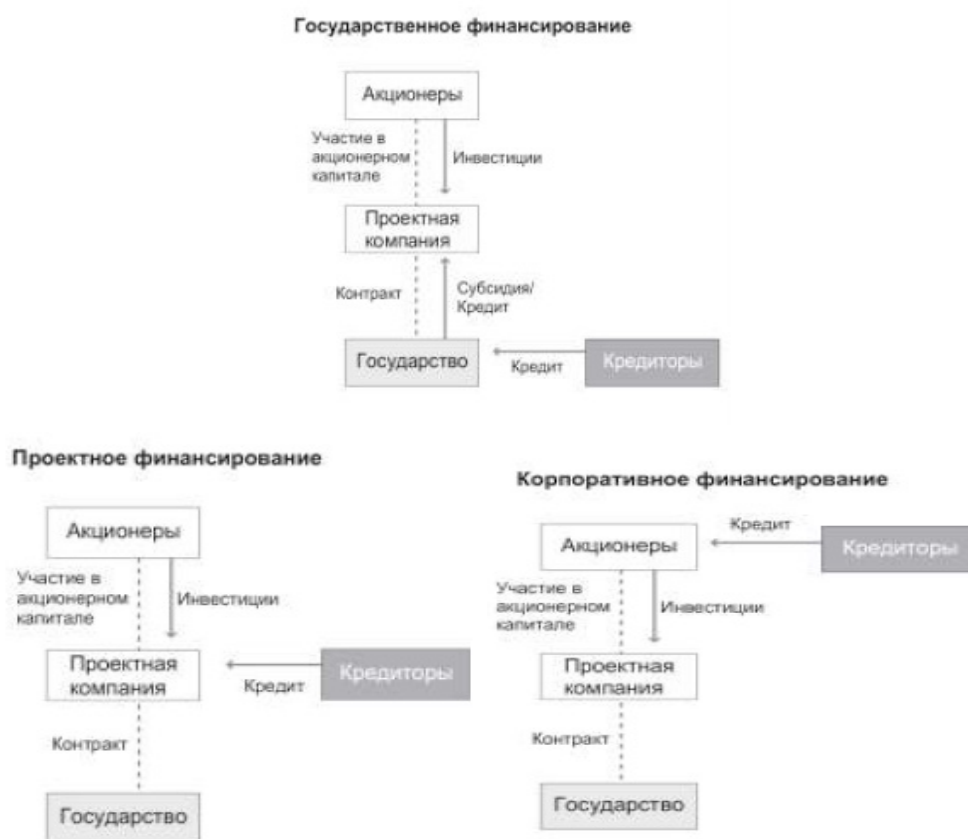


Рис. 1. Источники финансирования инфраструктурных проектов

При государственном финансировании, публичный партнер (государство) привлекает заемные средства по заниженной процентной ставке и предоставляет их через кредитование конечного заемщика (гарантии по долговым обязательствам, субсидии). Финансирование проектов и предоставление кредитов, субсидий, льгот государством осуществляется с помощью институтов ГЧП. В России это:

- Инвестиционный фонд;
- Внешэкономбанк;
- Особые экономические зоны;
- и другие.

Проектное финансирование предполагает, что кредиты предоставляются напрямую вновь создаваемой компании. Погашение долга будет происходить с помощью денежных потоков инвестиционного проекта.

Корпоративное финансирование предусматривает, что компания финансирует проект за счет заимствований, предоставленных ей с учетом положительной кредитной историей в прошлом.

Таким образом, при реализации инфраструктурных проектов источниками финансирования могут выступать государственное, частное, проектное, корпоративное финансирование. Выбор источника финансирования зависит

от специфики каждой страны, а также от конкретного проекта. Преимущественно проекты ГЧП реализуются в области транспортной и социальной инфраструктуры. Крупные инфраструктурные социально значимые объекты

требуют значительных финансовых затрат. С помощью механизма ГЧП появляется возможность государству совместно с частным сектором реализовывать данные проекты.

Литература:

1. Делмон, Дж. Государственно-частное партнерство в инфраструктуре: практическое руководство для органов государственной власти / Дж. Делмон. — Астана: ИЦ «Апельсин», 2010. — 261 с.
2. Моисеева, И. В., Кочеткова С. А. Способы финансирования ГЧП-проектов: зарубежный опыт и возможности его использования в России // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. — 2015. — № 12–7. — с. 1281–1286.

## Мотивация персонала как основной фактор повышения производительности труда

Царев Владислав Евгеньевич, студент;  
Вершина Дарья Андреевна, студент;  
Семенова Нина Константиновна, кандидат технических наук, доцент  
Дальневосточный федеральный университет

*В центре внимания исследовательской работы лежит вопрос, который затрагивает мотивацию персонала, как одну из составных частей стимулирования сотрудников на предприятии. Мотивация персонала будет рассмотрена с точки зрения фактора повышения производительности труда.*

**Ключевые слова:** организация, управления, персонал, мотивация.

В современных условиях развития международного рынка, важнейшим фактором поддержания стабильности экономики страны является ее конкурентоспособность. Многим организациям, для выхода на зарубежный рынок, требуется планировать свою деятельность в соответствии с экономической политикой государства. Подобные условия формируют такую стратегию предприятия, при которой многие организации смогут успешно функционировать в жестких условиях мировой конкуренции и быстро реагировать на изменения во внешней среде. Помимо этих условий, перед предприятиями стоит не менее важная задача — максимизировать производительность и прибыль компании. Данные цели возможно достичь, грамотно выбрав стратегию управления, а также стратегию распределения трудовых ресурсов и мотивации персонала.

### Мотивация как индивидуальный подход в работе с персоналом

Основной задачей предприятия при подборе персонала является поиск таких сотрудников, которые соответствуют требованиям организации, обладают качествами, способствующими росту производительности, развитию и достижению намеченных целей компании. В условиях кризиса и нестабильности экономики помимо привлечения высоко-

квалифицированных сотрудников, перед руководителями стоит вопрос об удержании служащих, а также их мотивации [4, с. 162]

Современный рынок насыщен разнообразием товаров и услуг, поэтому многие компании реорганизуют свою деятельность и делают ставку на привлечение клиентов путем качественного сервисного обслуживания, завоевывают свой авторитет, внедряя программы лояльности клиентов. Ввиду этого факта, сотрудники должны быть полностью ориентированы на запросы потребителя и быть профессионалами во многих областях, выходя за рамки своих обязанностей. Исходя из этого, руководителям необходимо уделять достаточное количество внимания мотивации персонала, методам и способам мотивации, а также применению инновационных механизмов и путей мотивации [8, с. 27]

Для выполнения поставленной задачи, в условиях конкурентной среды, предприятия применяют как общеизвестные теории мотивации, так и новейшие разработки мотивации сотрудников. Для глубокого изучения мотивационной функции, следует проанализировать непосредственно сам экономический термин «мотивация», в основе которого лежит слово «мотив». Мотив — это побудительная причина, повод к какому-либо действию [1, с. 317]. Побудить к деятельности можно вселив идею, знания, определив размер вознаграждения, сопоставив

его с результатом деятельности, а также сформировав систему ценностей человека, удовлетворяя потребность власти, в зависимости от способности человека влиять на других людей.

Качественный анализ и экономическое понимание сути термина «мотивация» поможет менеджерам и управленцам обстоятельно подойти к формированию организационной деятельности. Сотрудник считается замотивированным только в том случае, если он стремится достичь не только личностные цели, но и общие цели компании. Мотивированность персонала напрямую связана с формированием «корпоративного единства», определением себя как части компании. [8, с. 33]

В условиях нестабильного экономического положения и жесткой конкурентной борьбы, привычные способы мотивирования сотрудников перестали соответствовать современным реалиям. Ученые предлагают вложить в понятие мотивации персонала более глубокий смысл и использовать его как главный инструмент регулирования денежных, трудовых и товарно-материальных ресурсов. В свою очередь, предприятие, применяющее мотивационную систему, должно получать повышенную прибыль, эффективную работу сотрудника и рост авторитета компании на рынке. Важным условием того, чтобы вся эта система работала, является наличие кардинально новых, нестандартных подходов к мотивированию служащих.

Для менее развитых стран характерно слабое внедрение или отсутствие эффективных подходов мотивации труда в деятельности организаций. Каждый руководитель выбирает для себя индивидуальный подход в работе с персоналом [6, с. 24]. Обобщив, можно выделить два наиболее распространенных — это мотивация и принуждение. Как показывает практика, принуждение не является эффективным способом и не приводит к решению стратегических задач и достижению поставленных целей. Поэтому всё больше руководителей прибегают к функции мотивации персонала, активно развивая ее и адаптируя под своё бизнес [2, с. 16–17]

На сегодняшний день, предприятия очень тщательно подходят к выбору мотивационной системы, ведь именно благодаря ей, у компании появляется возможность получить максимальную отдачу со стороны сотрудников. Если служащие будут заинтересованы в успешном развитии предприятия, то организация получит более эффективную деятельность в целом.

В истории экономики и менеджмента уже существует множество систем мотивации, которые применяются на предприятиях. Это авторитетные теории мотивации, которые условно разделены на традиционные, содержательные и процессуальные. К традиционным теориям относят работы таких авторов как Ф. Тейлор, Г. Гант, Г. Форд. К наиболее популярным содержательным теориям мотивации относятся теории А. Маслоу, Д. Мак-Клелланда, А. Альдерфера, Ф. Герцберга. Процессуальные теории мотивации включают в себя теории В. Врума, Дж. Адамса, Портера-Лоулера. У всех этих теорий общая основа — существуют определенные потребности, которые требуют удовлетворения для достижения намеченных целей.

Динамичная конкурентная среда диктует новые условия ведения бизнеса, и для руководителя важно выстроить определенную тактику действий, которая поспособствует эффективному функционированию всего предприятия. Большое внимание при построении этой тактики следует уделить индивидуализированным и принципиально новым методам мотивации персонала [3, с. 56–57]

#### Мотивация по KPI

«Key Performance Indicators (KPI)» в переводе с английского означает «Ключевые Показатели Эффективности». В настоящее время это наиболее универсальная и популярная система мотивации сотрудников.

Концепция данной системы заключается в том, что перед персоналом ставится ограниченное число чётко сформулированных задач и от качества выполнения этих задач формируется премия [7, с. 49–50]

По статистическим данным около 87% зарубежных предприятий применяют на практике методы мотивации KPI, при этом прирост эффективности работы служащих составляет 30%. В Российской Федерации также применяют технологию оплаты труда по KPI. Отечественными аналитиками был отмечен рост производительности труда не менее 20%, а экономической выгоды не менее 13% [1].

Универсального метода разработки системы KPI в действительности не бывает. Существует множество методов создания механизмов материальной мотивации, которые с разной точностью называют ключевыми показателями эффективности деятельности. Наиболее известные методы представлены в виде таблицы (таблица 1).

Таблица 1. Методы разработки системы KPI

Название метода	Содержание
Функциональные KPI	Параметры, отражающие трудовую отдачу персонала
Проектные KPI	Показатели достижения цели
EVA	Метод добавленной стоимости для вычисления денежных ключевых показателей эффективности

Balanced Scorecard	Система сбалансированных показателей, включающая в себя стратегию организации
Оценка по компетенциям	Система оценивания сотрудника, определяющая его возможности достижения той или иной цели
KPI сбытового персонала	Для финансовой части организации существует индивидуальная система показателей эффективности.

Подход при выборе методики должен быть индивидуализирован для каждой компании. Необходимо учитывать ряд факторов, при подборе подходящего метода мотивирования персонала. К таким факторам относят:

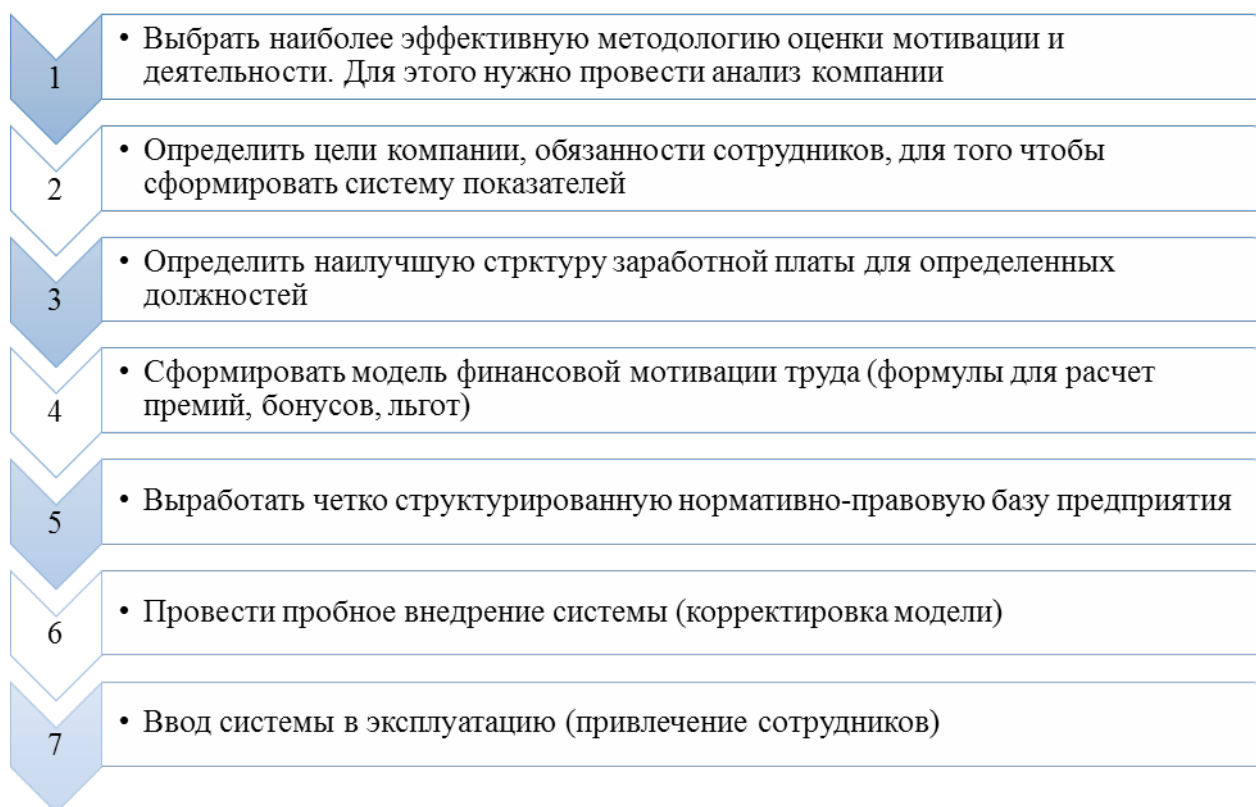
- 1) размер организации и специфика организационной структуры;
- 2) сфера деятельности компании;
- 3) наличие стратегии компании, системы финансирования и т. п;

4) положение сотрудника в компании, карьерный рост;

5) способ мотивации персонала;

Наиболее часто приходится применять 2–3 методики одновременно, подбирая подходящую стратегию для определенной компании.

Для того, чтобы разработать систему мотивации KPI, следует выполнить определенную последовательность действий: [5, с. 68–70]



Такая система, как KPI, позволит применить инновационный подход к мотивированию персонала, что благоприятно отразится на внутренней среде организации.

Если сотрудник осознает, что цель компании становится его целью, то несомненно на предприятии повысится эффективность деятельности и увеличится прибыль. Если цель предприятия не достигается и прибыль не увеличивается, то следует считать, что сотрудник тоже не достиг своей цели. В этом балансе интересов и заключается суть мотивации персонала.

### Заключение

Динамичная конкурентная среда выступает одним из основных побудителей компании к формированию опти-

мальной стратегии. В её основе заложена система управления человеческими ресурсами. В таких условиях предприятие должно применять общеизвестные системы мотивации персонала, а также разрабатывать новые, инновационные методы.

Основной целью каждой организации является максимизация прибыли, именно поэтому в пределах осуществления кадровой политики, кроме денежной мотивации сотрудников, предприятие должно внедрять инновационные модели мотивации. Они поспособствуют более активному вовлечению персонала в работу, удовлетворят не только материальные, но и нематериальные потребности сотрудников. В совокупности это позволит повысить эффективность производительности труда и достичь максимальной прибыли.

Литература:

1. Азрилиян, А. Н. Большой экономический словарь. / А. Н. Азрилиян — 4 изд., перераб. и доп. Издательство: Институт новой экономики (г. Москва) — 1999. — 525 с.
2. Алтухов, С. И. Организация и мотивация как функции управления — Учебное пособие / С. И. Алтухов — Издательство: СГГА (г. Новосибирск), 2012. — 62 с.
3. Баженова, Е. В. Мотивация и стимулирование: на пути к успеху фирмы / Е. В. Баженова — Издательство: АСТ (г. Москва), 2009. — 192 с.
4. Барышева, А. Мотивация / А. Барышева, Е. Киктева — Издательство: Питер (г. Санкт-Петербург), 2014. — 208 с.
5. Кочиева, Т. Б. Базовые системы стимулирования / Т. Б. Кочиева, Д. А. Новиков — Издательство: Апостроф (г. Москва), 2000. — 108 с.
6. Forsyth, P. How to Motivate People / P. Forsyth — Publishing house: Kogan Page (London), 2012. — 160 p.
7. Silverstein, B. Motivating Employees: Bringing Out the Best in Your People / B. Silverstein — Publishing house: HarperBusiness (New York), 2014. — 160 p.
8. Bruce, A. How to Motivate Every Employee: 24 Proven Tactics to Spark Productivity in the Workplace / A. Bruce — Publishing house: McGraw-Hill (New York) — 2002. — 64 p.
9. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики — Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.gks>

## Международная логистика Россия — Индия

Чабан Антон Романович, студент;  
Снопов Иван Александрович, студент  
Государственный университет управления

*Международная логистика — это очень важный элемент экономических отношений между странами. Такие крупные государства как Россия и Индия не могут обойтись без взаимовыгодного партнерства в сфере торговли, логистики и грузоперевозок на международном уровне. Такая деятельность обязательно должна развиваться, модернизироваться и эволюционировать. Данное направление входит в исследовательскую тематику и планы научной школы кафедры логистики ГУУ [1,2] и эта работа выполнена в соответствии методами теории и практики проведения научных исследований [3,4], в том числе по международной и трансграничной логистике [5–7].*

**Ключевые слова:** логистика, торговля, Россия, Индия, международная логистика, мультимодальные перевозки, грузоперевозки, авиaperевозки, автомобильные грузоперевозки, железнодорожные перевозки, транспортный коридор, международные отношения, партнерство

И для кого не секрет, что из-за давления западных стран Россия пытается развивать торговлю, экономические отношения со своими надежными партнерами. В этой работе мы осветим взаимоотношения нашей страны с Индией, взяв за основу становление и развитие логистики между двумя странами. Это очень актуальная тема на сегодняшний день, поскольку Россия и Индия являются стратегическими партнерами в разных сферах бизнеса и готовы продолжать и укреплять сотрудничество. И, конечно же, для расширения партнерства в торговле, военно-технической сфере нужно, в первую очередь, налаживать и развивать бизнес — логистику.

Для начала, рассмотрим статистические данные сотрудничества двух стран. На сегодняшний день Индия находится на восемнадцатом месте среди торговых партнеров РФ, занимая семнадцатое место по объему

экспорта и двадцать четвертое место по объему импорта. Таможенные органы приводят статистику 2015 года, в которой говорится о возрастании объемов торговли на 14,4% по сравнению с прошлым годом и составляют 8535 миллионов \$ США. Российский импорт оценивается в сумму 2145 миллионов \$ США. Эти цифры говорят о том, что внешняя торговля между странами развивается в правильном направлении. Для сравнения, можно сказать, что финансовый кризис 2008 года привел к спаду доли России в индийской внешней торговле. На РФ приходился всего 1% индийского экспорта и 3,6% импорта.

Основные товары, которые Индия закупает у РФ являются: летательные аппараты, алмазы, суда, удобрения, электрические машины. В свою же очередь, Индия поставляет в нашу страну такие товары, как: фармацевти-

ческая продукция, сельскохозяйственные и продовольственные товары, особую позицию тут занимает чай, так же табак, одежду и трикотажные изделия. Отдельно хочется сказать про военно-техническое сотрудничество. По данным 2014 года на Индию пришлось 35,6% военного экспорта России. Это составляет примерно 4,7 миллиарда долларов США [8].

Большинству людей, конечно же, известен потенциал России в сфере логистических услуг. Его можно оценить, как относительно высокий. Хотелось бы больше внимания уделить возможностям Индии в этом сегменте, поскольку скорее всего, мало кто знает потенциал и возможности этой страны. По общей оценке, Индия не может себя позиционировать как страна с сильной логистической структурой. Можно сказать, что страна только в последние годы делает успехи в экономическом плане, что дает возможность успешно развивать логистику в стране. Одной из главных проблем, с которой сталкивается Индия является географическая, а именно ограничение на севере Гималайскими горами. Из этого следует, что при создании транспортной структуры в этом районе, страна сталкивается с большими трудностями и дорогостоящими проектами. Преимуществом является юг страны, где сосредоточены все основные порты государства для перевозки грузов морским видом транспорта. Что касается населения, то оно действительно второе по величине в мире, но оно расположено так неравномерно, что это создает еще одну проблему для поставщиков логистических услуг [9].

Для развития логистической структуры Индии необходимо заниматься расширением автомобильных и железных дорог, и, конечно же, модернизацией портов и аэропортов. Логистическая инфраструктура сейчас одно из важнейших направлений для страны, потому что на сегодняшний день транспортные мощности достигли своих пределов. Более того, все это влияет на затраты, которые становятся очень высокими и компаниям просто не выгодно работать в стране. И не для кого не секрет, что многие компании на территории Индии работают в убыток, их спасает только то, что венчурные капиталисты готовы вкладываться в убыточные проекты. Но это, естественно, не может происходить вечно, если не будет позитивных изменений. Если подводить небольшой итог, то можно сказать, что Индия остается развивающейся страной в данном сегменте. Например, она почти не имеет мультимодальных перевозок, которые очень эффективны в сотрудничестве с Россией из-за географического расположения двух стран [10].

Теперь уже стоит поговорить непосредственно о схемах и особенностях доставки грузов из Индии в Россию и обратно. Как уже было сказано ранее, мультимодальный вид перевозки товаров является самым популярным между этими странами. В зависимости от объемов товара это могут быть как сборные грузы, так и судовые партии. Морской транспорт является основным видом транспорта для перевозок, из-за хорошо развитой инфраструктурой.

Наиболее крупные порты Индии — Дели, Бомбей, Калькутта, Мадрас, Чиннай. С помощью этих портов возможна транспортировка грузов на восток России, а именно в такие города, как: Владивосток, Находка, Восточный. Что касается сроков доставки, то доставка во Владивосток займет от 18 до 22 дней. Конечно, не для кого не секрет, что морской транспорт является самым дешевым, но транспортировка груза будет не самая быстрая. В крайних случаях прибегают к авиаперевозкам, но они не характерны для тех видов товаров, которые поставляют друг другу эти государства.

Из-за плохого качества железных дорог в Индии, заказчики из России, в своем большинстве, предпочитают использовать морские перевозки для поставки груза в России, а потом уже развезти из по стране с помощью железнодорожного сообщения. Это дало старт для создания логистических компаний во Владивостоке, которые распределяют грузы по регионам и формируют составы по конкретно заданным областям России. Конечно, этот способ доставки грузов нельзя назвать самым быстрым, но на сегодняшний день это самая эффективная и отработанная схема по перевозке грузов [11].

Российско-индийское экономическое сотрудничество нельзя представить без больших и перспективных проектов. Таким проектом является создание коридора «Север — Юг», о котором хочется рассказать поподробнее. В 1999 году группа индийских, иранских и российских транспортных компаний подписали генеральное соглашение об экспортно-импортной транспортировке контейнеров по международному транспортному коридору Шри-Ланка — Индия — Иран — Каспийское море — Россия. В сентябре 2000 года в ходе второй Евразийской конференции по транспорту в Санкт-Петербурге было подписано межправительственное соглашение о создании коридора «Север — Юг» между Индией, Ираном и Россией. Федеральный закон о ратификации Соглашения о международном транспортном коридоре «Север-Юг» принят Государственной Думой и Советом Федерации в феврале 2002 года. Позже к соглашению присоединились Беларусь, Казахстан, Киргизия, Армения, Азербайджан, Болгария (в статусе наблюдателя), Оман, Таджикистан, Турция, Украина.

Общая протяженность коридора от индийского порта Мумбаи до Санкт-Петербурга составляет 7200 км. Как показал опыт использования этого маршрута, он дает реальное — почти двукратное сокращение сроков перевозок товаров и уменьшение их стоимости по сравнению с традиционным морским путем через Суэцкий канал и Средиземное море. Однако в дальнейшем из-за технических сложностей контейнерные перевозки по коридору «Север-Юг» ограничили маршрутом Россия — Иран — Россия. Перевозки контейнеров из Индии через Астрахань были заморожены на 10 лет [12].

В текущей экономической ситуации России очень важно поддерживать торговые партнерские отношения с Индией, взаимовыгодность которых опаривать бессмыс-

ленно. Такого рода бизнес — логистика должна быть налажена в обязательном порядке, это даёт очень весомый импульсный толчок вперед для развития экономики в обеих странах.

#### Литература:

1. Ермаков, И., Филиппов Е., Белова С. Становление научных школ кафедры логистики ГУУ. Логистика. 2014. № 10 (95). с. 71–75.
2. Аникин, Б. А., Ермаков И. А, Белова С. Научная школа «Логистика» ГУУ. Управление. 2015. Т. 3. № 2 с. 5–15.
3. Воронов, В. И., Сидоров В. П. Основы научных исследований (учебное пособие) Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2003 г. Присвоен гриф ДВ РУМЦ (УМО) — 160с.
4. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основы логистики. Аникин Б. А.; Родкина Т. А.; Волочиенко В. А.; Заичкин Н. И.; Межевов А. Д.; Федоров Л. С.; Вайн В. М.; Воронов В. И.; Водянова В. В.; Гапонова М. А.; Ермаков И. А.; Ефимова В. В.; Кравченко М. В.; Серова С. Ю.; Серышев Р. В.; Филиппов Е. Е.; Пузанова И. А.; Учирова М. Ю.; Рудая И. Л. Учебное пособие / Москва, 2014.
5. Воронов, В. И., Воронов А. В., Лазарев В. А., Степанов В. Г. Международные аспекты логистики: Учебное пособие. / Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2002. — 168 с.
6. Воронов, В. И. Методологические основы формирования и развития региональной логистики: Монография. — Владивосток: Изд-во Дальневосточного Университета, 2003. — 316 с.
7. Воронов, В. И., Воронов А. В. Международная логистика пространств и границ: основные аспекты формирования понятия, миссии, целей задач, функций, интегральной логики, принципов и методов. Управление. 2015. Т. 3 № 2. с. 27–36.
8. Индия — Россия. Стратегия партнерства в XXI веке. Кузык Б. Н.; Шаумян Т. Л. Учебное пособие/ Москва: Институт экономических стратегий, 2009.
9. Организация перевозок грузов. Семенов В. А.; Болотин В. А.; Кустов В. Н.; Ефимов В. В.; Бадах В. И.; Сергеева Т. Г. Учебное пособие/ Москва: Издательство Академия, 2013.
10. Страны с быстро развивающейся экономикой. Бразилия, Россия, Индия, Китай. Экономические перемены и новые вызовы. Веркей Ж. Учебное пособие/ Москва, Издание: ИНИОН РАН, 2012.
11. Внешнеторговые отношения России со странами — членами БРИКС. Проблемы современной экономики. Баркова С. А.; Волкова Е. Н. Научная статья/ Новосибирск, 2013.
12. Транспортные коридоры. ОАО РЖД. Электронный ресурс, 2014. [http://cargo.rzd.ru/static/public/ru?STRUCTURE\\_ID=5130](http://cargo.rzd.ru/static/public/ru?STRUCTURE_ID=5130)

## Государственно-частное партнерство в России в условиях экономического спада

Чуманская Ольга Александровна, магистрант

Научный руководитель: Ярыгина Ирина Зотовна, доктор экономических наук, профессор

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

*В настоящей статье исследуется влияние экономического кризиса на рынок проектов государственно-частного партнерства (ГЧП) и его участников. Проанализированы последствия мирового финансового кризиса 2008–2009 года, а также текущего экономического кризиса в России для взаимодействия бизнеса и власти в рамках реализации совместных инвестиционных проектов в сфере инфраструктуры. В рамках анализа выявлены институциональные факторы, определяющие тенденции развития рынка ГЧП в условиях кризиса. Разработаны рекомендации по стимулированию партнерства государства и бизнеса и преодоления кризисных тенденций.*

**Ключевые слова:** *государственно-частное партнерство, экономический кризис, инвестиции в инфраструктуру.*

Затянувшийся экономический кризис, политическая нестабильность вследствие конфликта на Украине, западные санкции, последовавший за ними валютный

кризис и растущая неопределённость по отношению оказывают существенное негативное влияние на инвестиционную активность в стране. Высокая базовая ставка,



повлекшая за собой резкое удорожание банковских кредитов, в значительной мере корректирует прогнозы о прибыльности проектов, опуская величину их внутренней нормы рентабельности ниже 10 процентов. Как частные, так и государственные банки замораживают инвестиционные программы; ограничен доступ и к иностранному капиталу. Это существенно сужает возможности для финансирования новых инвестиционных проектов и снижает их привлекательность для всех участников рынка. Падает доверие банковского сектора к частным инициативам и, в целом, интерес к участию в новых проектах с высокой нормой риска. В подобных условиях можно делать предположения о негативном влиянии вышеназванных тенденций на государственно-частное партнерство, в рамках которого предполагается совместное вложение денежных средств в реализацию общественных проектов (инфраструктуры, транспорта, ЖКХ и т. д.). Тем не менее, системный анализ влияния кризиса на акторов, участвующих в реализации проектов ГЧП, а также изучение опыта реализации ГЧП в условиях кризиса в западных странах позволяют говорить, о том, что влияние экономического спада и сопутствующих негативных явлений в национальной экономике не всегда является однонаправленным.

Проекты, реализуемые с помощью инструмента государственно-частного партнерства — это проекты, предусматривающие совместное участие государства (или федеральных субъектов, а также муниципалитетов) и бизнеса. В рамках данных проектов происходит распределение рисков — экономических, политических, конъюнктурных — между его участниками. В целом, институт ГЧП сегодня предполагает, во-первых, взятие государством на себя части рисков проекта, которыми бизнес не в состоянии управлять: политических рисков, рисков недостаточного спроса, рисков изменения законодательства. Одновременно риски, связанные с операционным управлением и управлением прибылью, возлагаются на бизнес. Во-вторых, условиями контракта ГЧП определяется форма владения/эксплуатации собственности частным владельцем и распределение затрат. Таким образом, одним из основных мотиваторов участия в подобных проектах бизнеса является получение в собственности/пользование объекта, обеспечивающего стабильную денежный поток благодаря гарантиям спроса со стороны государства, а также формирование долгосрочных условий для таких проектов. Третьей стороной в подобных сделках выступает банк, предоставляющий на льготных условиях финансирование такого проекта. Как мы уже говорили, в текущих экономических условиях для российского бизнеса существенно сузились возможности для финансирования проектов ГЧП: российские ценные бумаги недостаточно ликвидны, внутренние кредиты слишком дороги, доступ к зарубежным кредитам отсутствует, фонды благосостояния и инвестиций переориентируют свою деятельность на проекты с более коротким сроком окупаемости.

В подобной ситуации оказались рынки проектов ГЧП многих западных стран во время мирового финансового кризиса 2008 года. Исследование последствий кризиса для ГЧП, проведенное Всемирным банком демонстрирует снижение как интереса к самим проектам, так и снижение объема новых проектов в развивающихся странах во время кризиса. Так, с июля 2008 г. по март 2009 г. были запущены 147 проектов ГЧП, что на 30 % меньше аналогичного периода в 2007—2008 гг. Суммарный объем инвестиций по новым проектам составил 55 млрд. долларов по сравнению с примерно 65 млрд. долл. Отдельно в Европе средняя стоимость проектов ГЧП снизилась по сравнению с 2007—2009 годами в среднем на 50 % до уровня 91 млн евро; кроме того, за тот же период количество проектов стоимостью более 500 млн евро снизилось на 60 % [1]. Что касается действующих проектов, то лишь один проект был приостановлен, четыре проекта были отменены (т. к. не находились на стадии реализации). Важно отметить, что падение рынка ГЧП не являлось настолько же сильным по сравнению с падением финансового рынка в целом.

Аналогичный эффект оказал кризис 2008—2009 годов на рынок ГЧП в России. Пиковые значения по количеству и объему проектов были достигнуты в 2006—2007 годах, а во время кризиса показатели снизились до инвестиционного уровня начала 2000-х годов [7]. Другие эксперты отмечают также еще ряд последствий. Процесс привлечения новых фондов существенно замедлился: в 3 кв. 2008 г. падение составило 93 % по сравнению со 2 кв. 2008 г. В период с 2004 по 2008 г. ежегодный рост привлечения средств увеличивался более, чем в 3 раза. Фонды, обладающие финансовыми ресурсами, испытывают временные ограничения для осуществления инвестиций, поэтому сроки для создания соответствующих инвестиционных предпосылок и рамок ограничены. Стоимость долгового финансирования достигает стоимости акционерного капитала, поскольку рынки синдицированных кредитов и секьюритизации по-прежнему закрыты, и банки заморозили открытые кредитные линии [3].

В то же время государство не свернуло свою активность на рынке ГЧП в период кризиса. Напротив, ни один проект не был остановлен, ряд новых крупных проектов были запущены в уже начале 2009 года. Каковы же могут быть причины удерживающегося интереса государства по отношению к ГЧП и его относительной устойчивостью по сравнению с другими формами взаимодействия бизнеса и власти? Ведь предполагается, что в условиях кризиса государство сосредотачивается на решении узкого ряда задач, в том числе поддержании уровня занятости и социальной поддержке населения. Однако это значит лишь, что государство может снижать инвестиции в инновационные (т. е. неприоритетные во время кризиса) проекты, в то время как инвестиции в объекты социальной инфраструктуры в рамках строительства которых также используется инструмент ГЧП, обеспечивают ему не только стабильную поддержку избирателей, но и могут обеспечить

наиболее быстрый выход из кризиса. Европейский опыт в этом случае является показательным: аналитики отмечают увеличение государственного участия в проектах жилой инфраструктуры, строительстве больниц, детских садов и школ, что подтверждает данный тезис [2].

Текущий экономический кризис обладает своей спецификой в отношении своего воздействия на рынок проектов ГЧП. В 2015 году более чем в два раза выросло количество проектов ГЧП в России, прошедших стадию коммерческого закрытия [5]. Динамика заметна и в запуске новых проектов: более 1500 конкурсов на заключение концессионных соглашений было объявлено на портале [torgi.gov.ru](http://torgi.gov.ru) [6]. Этот феномен можно объяснить рядом ключевых изменений, которые коснулись института ГЧП в России и обеспечили его устойчивое развитие. Так, были приняты ряд поправок в закон о концессиях, такие как возможность частных концессионных инициатив, расширение использования платы концедента на другие виды объектов, помимо автомобильных дорог. Также с 1 января 2016 год вступил в силу долгожданный в отрасли закон о государственно-частном партнерстве, зафиксировавший нормативную базу для реализации проектов. Данная ситуация демонстрирует растущий интерес как со стороны бизнеса, так и со стороны государства к совместной реализации инфраструктурных проектов. Почему же обе стороны — и власть, и бизнес поддерживают высокий интерес к реализации проектов ГЧП?

В условиях общего кризисного состояния национальной промышленности в виду роста цен на импортные комплектующие правительство стремится резко сократить траты и избежать обременительных проектов. Однако, реализацию инфраструктурных (а значит, требующих высоких капиталовложений) проектов нет возможности откладывать, т. к. это не только вызывает социальное напряжение, но и препятствует выходу из кризиса. Так, например, строительство автодорог является одним из мощнейших стимулов по развитию регионов и межрегиональных экономических отношений в нашей стране, способствует развитию логистической инфраструктуры в стране, а значит и повышению её инвестиционной привлекательности. Более того, вложение бюджетных средств в инфраструктуру в ситуации экономического кризиса куда более надежно, нежели, к примеру, их инвестирование в ПИФы, акции или хранение на банковских счетах. В этой связи, ГЧП может считаться наиболее эффективным инструментом для реализации таких проектов. Частные инвестиции как внебюджетный источник финансирования проектов — решение для власти в условиях необходимости сокращения затратных статей бюджета.

Таким образом, ГЧП рассматривается властью в качестве важной антикризисной меры, которая за счет производственного назначения затрат из бюджета на эти цели и межотраслевых связей дает более высокий экономический эффект по сравнению с увеличением бюджетных расходов, направленных на прямое стимулирование потребитель-

ского спроса (увеличение пособий, пенсий, заработной платы государственных служащих и пр.). Существует и более прозаичное объяснение причин «незакрытия» проектов. Проекты, начатые до финансового кризиса, испытывают трудности, порой серьезные, но не прекращаются. Объяснением является факт невозвратных инвестиций — уже вложив средства в крупные инфраструктурные проекты, трудно не только запустить, но и остановить без серьезных последствий как для государства, так и его частных партнеров [4].

Что касается мотивов по участию бизнеса и банков даже в новых проектах ГЧП в условиях экономической нестабильности, а не только в доведении до сдачи в эксплуатацию старых, то причины стабильного интереса с частной стороны также достаточно просты. Во-первых, несмотря на ограниченное финансирование на ГЧП компаниям — участникам банки, возможно, по-прежнему, находят деньги (рынок долгового капитала сузился, надежных заемщиков мало). Проекты ГЧП в свою очередь — это проекты с гарантией самого государства и с гарантированной рентабельностью. Даже в условиях экономической нестабильности банки не прекращают участия в инвестиционных проектах, т. к. они составляют важную часть их доходов. Скорее всего, банки будут проводить оптимизацию пула своих проектов, проводя более тщательный отбор и предъявляя более жесткие критерии по отношению к участникам. Что касается проектов, которые всё-таки продолжают реализовываться, то они характеризуются следующими качествами:

— Стратегически значимые проекты (Трасса Москва-Санкт Петербург), в т. ч. находящиеся на стадии разработки, т. к. на этом этапе еще можно пересмотреть условия, скорректировав их в соответствии с новыми реалиями;

— Проекты находящиеся на последнем этапе реализации/Проекты подходящие к срокам сдачи в эксплуатацию (простаивание объекта может быть более затратным);

— Проекты, пользователем услуг которых, является государство, т. е. имеется гарантированный спрос.

В свою очередь, наиболее неустойчивыми к экономическим турбулентностям проекты это:

— Инновационные проекты (вытесняются стратегическими проектами возведения инфраструктуры);

— Проекты, основная часть финансирования которых приходится не на начальные, а на конечные этапы реализации. По таким проектам будут переноситься сроки сдачи;

— Проекты на этапе согласования, компромисса по изменениям в которых стороны не достигли.

Таким образом, проекты ГЧП в условиях кризиса по-прежнему реализуются, а динамика развития института обеспечивается развитием регулирования и практикоориентированными изменениям в действующее законодательство. И кризис является проверкой института на прочность. Инструмент ГЧП остается наиболее при-

влекательным для совместного финансирования, т. к. он является наиболее гибким. В условиях кризиса главной задачей государства в сфере ГЧП-проектов является выполнение своих обязательств (в том числе денежных) по уже одобренным инвестиционным проектам и тщательная проработка и исследование возможных коррективов в условиях таким образом, чтобы проекты были привлекательными для всех участвующих сторон.

Экономический спад в России оказывает разнонаправленное влияние на институт ГЧП. С одной стороны, возможности для финансирования как со стороны государства, так и со стороны бизнеса ограничены. Все рассматривают свои пулы проектов и оставляют только стратегически важные и наиболее эффективные. С другой стороны по сравнению с другими инструментами ГЧП наиболее пластичная форма взаимодействия, риски не возлагаются на кого-то одного, а распределяются, что помогает акторам вместе пережить кризис. Существуют и другие аспекты, такие как невыгодность выхода из проекта (утопленные инвестиции), а также оздоравливающее влияние на экономику инфраструктурных проектов, что может помочь выходу из кризиса. Преодоление возможных кризисных тенденций и предотвращение замедления динамики развития института ГЧП возможно с помощью ряда инструментов. В первую очередь, необходимо

продолжать работу над улучшением рамочных условий реализации проектов: на основании растущего опыта вносить необходимые практикоориентированные поправки в применимые нормативно-правовые акты. Во-вторых, государству необходимо предоставлять дополнительные гарантии частным участникам проекта, что еще больше повысит интерес бизнеса к участию в подобных инвестициях. К таким гарантиям можно отнести гарантии отраслевых фондов, ВЭБ. В-третьих, необходимо продолжать обучение и развитие кадрового состава организаций, вовлеченных в реализацию проектов ГЧП, что позволит увеличить эффективность и качество подготовки проектов до начала их реализации.

Несмотря на большое количество направлений для дальнейшего развития института ГЧП, базовые шаги в данном направлении Россией успешно сделаны: вступил в силу закон о ГЧП, были сделаны ряд ключевых поправок в закон о концессиях, государство по-прежнему активно выступает с инициативами по реализации концессионных соглашений. Во второй половине 2016 года поддержать развития рынка ГЧП может снижающаяся ключевая ставка, что облегчит условия заимствования для бизнеса, а также возможное снятие с России западных санкций, что в целом придаст стимул для развития банковской системе и увеличит активность банков на рынке.

#### Литература:

1. Cuttaree, V., Mandri-Perrot C. Impact of the crisis on PPP Projects, Public-Private Partnerships in Europe and Central Asia, 2011.
2. Di Falco G., Gianella G. Impact of financial crisis on PPPs: a comparison between Italy and Switzerland, Track n. 22: Public Private Partnership, 2009.
3. Deloitte, Внешэкономбанк и проекты государственно-частного партнерства в России Новые задачи и возможности в условиях экономического спада, 2009
4. Городецкий, А., Зельнер А. Институты и механизмы государственного регулирования экономики, Институт экономики РАН, 2012.
5. Информационный портал Единой информационной системы ГЧП [www.pppi.ru](http://www.pppi.ru)
6. Официальный сайт Российской Федерации для размещения информации о проведении торгов [www.torgi.gov.ru](http://www.torgi.gov.ru)
7. Шабашевич, М., Лузан С. Условия финансирования проектов ГЧП: кризисные реалии, Рынок ценных бумаг, 2009.

## Рациональное использование бюджетных средств и условие повышения их эффективности

Шарапова Машхура Азадовна, старший преподаватель  
Ташкентский финансовый институт (Узбекистан)

Известно, что рациональное использование бюджетных средств на практике осуществляется на основе заранее определенных законом принципов. К данным принципам относятся целевое распределение бюджетных средств, высокоэффективное их использование, соблю-

дение режима экономии, а также бюджетной дисциплины, условия повышения их эффективности. Соблюдение этих принципов создают большие возможности для эффективного, рационального и бережного использования бюджетных средств.

Анализ сложившейся финансовой ситуации показывает, что использование бюджетных средств, имеют свои иррациональные аспекты, которые можно свести к следующему:

— В результате финансирования второстепенных затрат из бюджетных средств, предназначенных для социальной сферы, опаздывает финансирование предусмотренных первостепенных объектов.

— Под административным воздействием местных представителей хокимиятов средства, предназначенные для социальной сферы, направляются на затраты не предусмотренные в бюджетных параметрах.

— Постоянное увеличение бюджетных лимитов, предусмотренных на заработную плату, хозяйственные нужды.

— Перевод бюджетных средств, предназначенных социальной сфере из одной статьи в другую и незаконное их использование.

Широко распространенным и не законным приемом использования денежных средств, предназначенных для финансирования социальной сферы, является направление данных денежных средств на строительные, ремонтные объекты, покупку автомобилей, проведение ненужных мероприятий. Все это приводит к серьезным отрицательным результатам при выплате зарплат, социальных пособий, стипендий, при обеспечении медикаментами, горюче-энергетическими ресурсами учреждений здравоохранения.

По нашему мнению, иррациональное использование бюджетных средств, предназначенных для социальной сферы, есть результат попустительства руководителей финансовых органов и их нежелание противостоять руководителям местных хокимиятов при безадресном использовании данных средств. Вместе с тем необходимо подчеркнуть, что в результате выполнения непосредственных обязанностей, возложенных на главное управление ревизии и контроля Министерства финансов и на их местные органы, а также использования ими своих полномочий в последнее время наметились положительные тенденции в сфере рационального использования бюджетных средств, предназначенных социальной сфере, а так же повысилась ответственность и статус финансовых органов, руководителей и должностных лиц учреждений социальной сферы. Снизилось нерациональное использование денежных средств, своевременно стали финансироваться приоритетные расходы социальной сферы.

Вместе с тем, результаты проведенного анализа свидетельствуют, что допускаются нерациональное использование бюджетных средств, направленных на финансирование социальной сферы, а в учреждениях социальной сферы продолжают сверхлимитное использование средств, нарушаются штатные расписания по вине руководителей и должностных лиц.

Все это приводит к нежелательным последствиям не только при планировании бюджетных затрат, но и спо-

собствует нерациональному использованию бюджетных средств. Нерациональное использование бюджетных средств можно свести к следующему:

— Своевременное необеспечение наличными деньгами и опаздывание первостепенных выплат (заработной платы и выплат приравненных к ней, социальных выплат и стипендий);

— Несоблюдение лимитов в бюджетных параметрах, смете расходов приводит к лишним затратам в сфере заработной платы, коммунальной службы и хозяйственной деятельности;

— Осуществление непредусмотренных затрат в смете расходов учреждений социальной сферы, неэффективное и неадресное использование бюджетных средств;

— Не соблюдение руководителями и должностными лицами штатно сметной дисциплины, использование лишних штатных единиц, необоснованное повышение заработной платы, выдача заработной платы неработающим сотрудникам;

— Допущение материально ответственными лицами недостачи материальных ценностей и их расхищение;

Нужно отметить, что на практике при капитальном строительстве за счет бюджетных средств наблюдается выполнение подрядными организациями сверхлимитных работ, удорожание индекса и как результат удорожание стоимости строительных объектов.

Кроме этого, в данных случаях, связанных с проведением тендеров, не соблюдается установленный порядок.

По нашему мнению, в последующие годы для недопущения подобных ситуаций в тендерах, проводимых на местах, нужно обеспечить присутствие в рамках лимитов в соответствии порядком, существующим на практике. Кроме того, после того как будут определены адресный список строительства и проведен тендер необходимо каждый строительный объект финансировать через специальные депозитные счета в соответствии с удорожанием индекса цен. В целях рационального использования бюджетных средств, направленных на финансирование социальной сферы, не в достаточной мере анализируются целевое и эффективное использование денежных средств. Особенно, это касается тех ситуаций, когда после полного финансирования первостепенных затрат не уделяется должного внимания принятию кардинальных мер в отношении финансирования других групп затрат. Как показывает практика, до того как первостепенные затраты в рамках лимита не профинансированы, необоснованно допускается финансирование затрат 3–4 групп или перевод денежных средств на непредусмотренные услуги, продукцию и оборудование. Кроме этого, после того как утверждаются затратные сметы организаций социальной сферы и несмотря на то что в договорах указывается в рамках лимита месячные расчеты затрат на коммунальные услуги, газ электроэнергию и то что за эти услуги не выделены дополнительные суммы в некоторых областях, данные требования полностью не выполняются. В результате этого

появляется кредиторская задолженность. В этом процессе не обеспечивается лимитная дисциплина, не принимается во внимание тарифы и действительные потребности.

Как показывают наши исследования появления кредиторской задолженности в продовольственной сфере и в сфере медикаментов связано с получением продукции через посредников. Здесь оказывают влияние чрезмерные надбавочные к продукции устанавливаемые посредническими организациями, при покупке у них продовольственных товаров и лекарственных препаратов. По нашему мнению, нельзя говорить о должном проведении сопоставления цен и контроля ценообразования, мониторинга цен. И как в следствие этого происходит нерациональное использование и дефицит бюджетных денежных средств, направленных в социальную сферу.

Вышеизложенные факты свидетельствуют о том, что специалисты социальной сферы не в достаточной мере уделяют внимание на проблему рационального использования бюджетных средств. Рациональное использование бюджетных средств, предназначенных для социальной сферы, являются самым важным условием эффективного их использования. Для достижения этой цели необходимо, как нам представляется, осуществить ряд мероприятий. Во первых, для избежания безадресного использования данных денежных средств, предотвращения неэффективного использования, необходимо применить соответствующие меры, а также внести изменения в систему наказания за подобные финансовые несоответствия.

Дело в том, что в результате несоблюдения установленных норм, в частности, бюджетной дисциплины, происходит в конечном итоге нерациональное использование бюджетных средств. И как в следствие этого наказания или привлечения к ответственности руко-

водства или должностных лиц, основано на излишнем гуманизме. Если на практике будет и впредь продолжать работать настоящий механизм наказания должностных лиц за нерациональное использование бюджетных средств то нельзя надеяться, что в области использования бюджетных средств, предназначенных для социальной сферы, будут изменения в положительную сторону.

Причина этого, по нашему в следующем:

а. Во первых, степень штрафов, налагаемых на должностных лиц за нерациональное использование бюджетных средств, направленных на социальную сферу не связано непосредственно с объемом нерационально использованных бюджетных средств, выявленных в соответствующих условиях.

б. Во вторых, при обнаружении нерационального использования бюджетных средств, наложение на должностных лиц штрафа в размере от 5 до 10 кратного размера минимальной заработной платы не оказывает существенного влияния на их материальное или финансовое положение. Вот поэтому установленный на практике потолок штрафа за нерациональное использование бюджетных средств не дает желаемого результата.

с. В третьих, в одном случае полное, в другом случае частичное взимание штрафа, связанный с уровнем заработной платы лица нарушившего закон, не играет решающей роли в обеспечении эффективности использования бюджетных средств.

Принимая во внимание вышеизложенное, необходимо подчеркнуть, что целесообразно внести соответствующие изменения в механизм наказания или привлечения к ответственности должностных лиц, допустивших финансовые ошибки, которые могут привести к нерациональному использованию бюджетных средств, направленных на социальную сферу.

## Инвестиционная привлекательность Узбекистана

Шодибоева Мастура Комилжон кизи, студент  
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Узбекистан занимает самое удобное (в географическом плане) месторасположение в Центральной Азии, не зря испокон веков по его территории проходил Великий шелковый путь. Он является как бы ядром, которое окружено пятью государствами, являющимися также бывшими странами СССР, относящиеся к числу развивающихся.

По рейтингу всемирного экономического форума Узбекистан вошел в «5-ку» стран с быстро развивающейся экономикой в мире по итогам 2014–2015 годов и прогнозам роста на 2016–2017 год. Этот фактор есте-

ственным образом получился благодаря обширным инвестициям (в частности иностранных) и является сигналом будущих денежных вливаний в экономику.

В 2015 году было привлечено и освоено инвестиций за счёт всех источников финансирования в эквиваленте 15,8 млрд. долл. США, что по сравнению с 2014 годом, выросло на 9,5 %.

На развитие, модернизацию и структурные преобразования в 2016 году намечено направить инвестиций в эквиваленте 17,3 млрд. долл. США. На международном инвестфоруме уже подписаны соглашения на 12,4 млрд. долл. США.

Многие наши проекты становятся инвестиционно привлекательными благодаря:

- наличию сырьевого потенциала страны (особенно хлопка, шелковичных коконов, шелковой пряжи);
- сравнительно небольшими ценами на энергоносители;
- более дешевой рабочей силы;
- сильной государственной поддержкой;
- развитой правовой базой;
- возможности выхода на мировой рынок и другим факторам.

Важным фактором инвестиционного климата также является система финансово-экономических стимулов и льгот для иностранных инвесторов, которая сориентирована на увеличение прямых иностранных инвестиций в производственную сферу и, в особенности в отрасли и производства, обладающие большим экспортным потенциалом.

Инвестиции в виде нематериальных активов означает вливание в использование экономическими субъектами нового, модернизированного или реконструированного целого, в основном за счёт иностранных инвестиций.

Дальнейшее углубление экономических реформ подразумевает выработку и осуществление новой стратегии привлечения иностранных инвестиций, основанной не на «точечном» инвестировании отдельных отраслей, производств, а на комплексном, программно-целевом подходе, заключающемся в создании и реализации целевых или комплексных инвестиционных программ, охватывающих всю совокупность предприятий различных отраслей, расположенных на одной территории. Это могут быть территориально-производственные комплексы, специальные экономические, экспортные или другие зоны. Причем наиболее важны не текущие краткосрочные программы, а долгосрочные, рассчитанные на решение стратегически значимых задач либерализации экономики. Как отмечает Игорь Ансофф: «Цели определяют задачи, а стратегия — способы их решения».

Подобное понимание инвестиционной политики определяет и основные ее направления:

- активное участие иностранного капитала в структурных преобразованиях экономики, ускорение технического перевооружения и модернизации производств;
- создание необходимых условий для широкой интеграции экономики Узбекистана в мировую экономическую систему;
- последовательное проведение политики открытых дверей в отношении инвесторов, поставляющих в республику технологии мирового уровня и оказывающих содействие в создании интегрированной структуры народного хозяйства;
- содействие инвестициям, направляемым на производственные проекты, обеспечивающие валютную самокупаемость;

— поддержание национальной кредитоспособности и обеспечение Узбекистану репутации первоклассного заемщика;

— содействие инвестициям, направленным на решение социальных и экологических проблем. [1]

Указанные направления реализуются по мере формирования необходимых условий и в прямой связи с характером и масштабом общих экономических преобразований. Сейчас в республике создалась благоприятная ситуация для внедрения базисных ресурсосберегающих нововведений в капиталоемкие горнодобывающие и перерабатывающие отрасли, что позволяет снизить чрезмерные ресурсные затраты, особенно в области производства товаров, цены на которые ниже мировых. Внедрение подобных технологий в названных отраслях промышленности создает прочную основу для инвестирования в наукоемкие производства и высокие технологии, поскольку «повсеместным внедрением ресурсосберегающих технологий можно снизить инвестиции в капиталоемкие отрасли, а полученный эффект использовать в наукоемких и высокотехнологичных производствах». [2]

Популярная индийская газета «The Hindu» пишет, что Узбекистан стимулирует инвестиции в текстильную отрасль, так как занимает второе место в мире по объему экспорта хлопкового волокна. Основными экспортными рынками для узбекской текстильной продукции являются страны СНГ, в первую очередь Российская Федерация, Турция, страны Евросоюза, Корея, США, Канада, Венесуэла, Марокко и другие.

В настоящее время в Узбекистане функционируют свыше 70 текстильных предприятий с инвестициями из Германии, Кореи, Малайзии, Сингапура, Турции и Индии.

В трех регионах республики реализуется эффективный механизм привлечения средств зарубежных партнеров при помощи специальных зон — СИЭЗ «Навои», СИЗ «Ангрен» и «Джизак». Они стали своеобразными инвестиционными маяками — в них реализуются десятки совместных технологичных проектов, выпускается широкая гамма товаров от продуктов питания до сотовых телефонов и коммуникационного оборудования — и успешной платформой для развития государственно-частного партнерства.

Конечно же, инвестиции (особенно иностранные), как и все на свете, имеет два противоположных полюса: положительный и отрицательный. В тяжелые времена, главным образом, это стимул к развитию, внедрению новейших зарубежных технологий. Наша разница в валютных курсах отчасти не позволяет нашим молодым и перспективным предпринимателям внедрять новейшую технику, которая меняется со скоростью света. А это, тормозит дальнейшее развитие. Значит, можно сделать вывод, что необходимо развивать интеллектуальные способности молодежи к созданию собственного производства новой высококачественной и универсальной технологии.

Литература:

1. Разакова, М. Иностранные инвестиции в Узбекистане — Ж. Рынок, деньги и кредит, № 2, 2001, с. 28–32.
2. Расулов, Н. Прямые иностранные инвестиции в экономике Узбекистана — Ж. Рынок, деньги и кредит, № 6, 2000, с. 46–47.

## Социальное развитие персонала организации

Эскиев Муса Абубакарович, ассистент, соискатель;  
 Айсханов Магомед-Эмин Русланович, студент  
 Чеченский государственный университет

*В данной статье рассматривается вопрос социального развития персонала организации. Рассмотрена технология управления проектами социального развития в организации, которая представляет собой алгоритм действий для достижения целей организации в сфере социального развития персонала данной организации.*

**Ключевые слова:** персонал, проект, цели организации, социальное развитие, проектирование, развитие персонала, технология, управление, развитие.

Рыночные отношения создаются в России более десяти лет. Многие уже реализовано, в частности — это: приватизация, либерализация цен, налоговая реформа и так далее. Не задумываются только о ситуации с рабочей силой, потому что в России, как правило, работников всегда хватает.

Главный недочет проводимых реформ, который сейчас исправляется — это отказ государства и работодателей от заботы о сохранности и развитии своего персонала. Многие успешные российские компании уже пришли к выводу, что стоит вкладывать значительные средства в развитие своего персонала. Но в действительности есть только 2 выхода: или всерьез заниматься своим персоналом, или проигрывать в конкурентной борьбе.

Научно обоснованное формирование организационных структур управления — актуальная задача современного этапа адаптации хозяйствующих субъектов к рыночной экономике. В новых условиях важно пользоваться принципами и методами планирования организации управления на основе системного подхода. Без развития методов проектирования структур управления усложняется совершенствование управления и повышение эффективности производства из-за следующих причин: в новых условиях в целом ряде случаев нельзя оперировать старыми организационными формами, которые не могут угодить требованиям рыночных отношений, создают опасность деформации самих задач управления; в сфере хозяйственного управления невозможно переносить закономерности управления техническими системами.

Комплексный подход к совершенствованию организационного механизма во многом был подменен внедрением и использованием автоматизированных систем управ-

ления (АСУ). Создание АСУ нередко ведется в отрыве от улучшения структуры управления, недостаточно с организационными факторами; создание структуры должно опираться не только на опыт, привычные схемы и интуицию, но и на научные методы организационного проектирования: проектирование сложнейшего механизма — механизма управления — должно возлагаться на специалистов, владеющих методологией формирования организационных систем.

Нынешние условия существования организации предполагают нужду в построении новых способов управления социальным развитием персонала в организации, по сути — это социальное проектирование.

Актуальность развития социального проектирования в организации обусловлена тем, что она имеет обширную область применения почти на каждом уровне деятельности современной организации. И в связи с этим тема социального проектирования становится особенно актуальной как в теоретическом, так и в практическом смысле.

Управление социальным развитием персонала рассматривается как некая совокупность процедур а также приемов, которые помогают управленцам решать существующие в организации социальные проблемы и поиск точных аналитических.

Система показателей социального развития организации, включает в себя две части по несколько разделов

1. Социальные условия труда.
2. Социальная инфраструктура.

Считаю, что данные факты можно отнести к определяющим в процессе управления социальным развитием персонала организации.

Проектирование как специфическая деятельность, которой присущи свои особенности, предполагает:

а. Во-первых — существование конечного результата, представляющий собой спрогнозированный вариант развития новых явлений и процессов;

б. Во-вторых — наличие образа разрабатываемого проекта;

с. В третьих — обеспечение управляемости процесса.

В процессе управления социальным развитием организации, социальное проектирование позволяет определить стратегию поведения и методы постепенного и планомерного осуществления изменений.

Важно отметить, что управление проектами социального развития персонала организации обеспечивает до-

стижение важнейших результатов. Это: постепенное внедрение в социальную сферу организаций определенных изменений; обеспечение выхода на качественно новый уровень развития организации, и соответственно, преимущество в конкурентной борьбе; повышение лояльности персонала к организации; эффективная система мотивации приводит к тому, что в организации остаются лучшие сотрудники, обладающие высоким уровнем квалификации, способные к творчеству и инициативе. Из этого следует существенное повышение эффективности работы персонала организации, и, как в следствие, рост эффективности и конкурентоспособности самой организации.

#### Литература:

1. Захаров, Н. Л., Кузнецов А. Л. Управление социальным развитием организации. М., 2009.
2. Миллер, Б. З. Теория организация: учебник для вузов / Б. З. Миллер. 5-е изд., перераб. И доп. М.: Инфра-М, 2006.
3. Бабынина, Л. «Системы и цели вознаграждения» Кадровик. Кадровый менеджмент, 2007, № 10
4. Экономика и жизнь, 2005, № 1. С. 2.

## Инновационный процесс как объект менеджмента

Эскиев Муса Абубакарович, ассистент, соискатель  
Чеченский государственный университет

Понятие «нововведение» определяется как прогрессивное новшество, которое задействовано в динамике и которое является новым для организационной системы, использующей и принимающей ее. Слово «инновация» (от английского слова innovation) является по своему смыслу синонимом слова «нововведение».

Слово «нововведение» рассматривается как развивающийся комплексный процесс создания, распространения и использования новизны, которая способствует развитию и повышению эффективности инновационной деятельности.

В многих научных трудах и различных исследованиях встречается понятие «инноватика».

Инноватику можно охарактеризовать, как процесс перехода от инновации к предпринимательству. Внутри самой инноватики появились понятия новые направления: сопротивление нововведениям, формирование новшеств, диффузия, адаптация к новшествам, инновационные организации, выработка инновационных решений и т. д.

Под инновацией подразумевается объект, не просто внедренный в производство, а объект который успешно внедрен, то есть приносящий прибыль.

Совокупность организационных, научно-технических и технологических изменений, происходящих в процессе

реализации инноваций определяют как инновационный процесс, а период создания, распространения и использования нововведений называют инновационным циклом.

**Инновационный процесс** означает инновационную деятельность какого-либо субъекта экономики, то есть это процесс, который направлен на разработку и реализацию результатов научных исследований и научно-технических достижений в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, а также связанных с этим дополнительных научных исследований и разработок. Сущность инновационного процесса проявляется в том, что он представляет собой целенаправленную цепь действий по инициации инновации, по разработке новых продуктов и операций, по их реализации на рынке и дальнейшей диффузии.

**Диффузия инновации** — это процесс, посредством которого нововведение с течением времени распространяется по коммуникационным каналам между членами социальной системы. Диффузия — это распространение уже однажды освоенной и использованной инновации в новых условиях или сферах применения.

Различают **три логические формы инновационного процесса**: простой внутриорганизационный (нату-



ральный), простой межорганизационный (товарный) и расширенный. Первая форма инновационного процесса предполагает создание и использование новшества внутри одной организации. Оно в этом случае не принимает непосредственно товарной формы. Во второй форме новшество выступает как предмет купли-продажи. Расширенный же инновационный процесс проявляется в создании новых производителей нововведения, в нарушении монополии производителя, что способствует развитию конкуренции и обусловленному ею совершенствованию потребительских свойств выпускаемого товара.

Простой инновационный процесс переходит в товарный за две фазы:

1. создание новшества и его распространение;
2. диффузия нововведения.

Первая фаза — это последовательные этапы научных исследований, опытно-конструкторских работ, организация опытного производства и сбыта, организация коммерческого производства. В ходе второй фазы общественно полезный эффект перераспределяется между субъектами нововведения, производителями и потребителями.

Распространение инновации — это информационный процесс, форма и скорость которого зависят от мощности коммуникационных каналов, особенностей восприятия информации хозяйствующими субъектами, их способностей к практическому использованию этой информации

Инновационные процессы рассматриваются как процессы, которые пронизывают всю научно-техническую,

производственную, маркетинговую деятельность производителей и в конечном счете ориентированные на удовлетворение потребностей рынка.

Детальную типологию инноваций дал А.И. Пригожин.

Он разделил инновации следующим образом:

1. По типу новшества: материально-технические и социальные, организационно-управленческие и экономические, педагогические и правовые;
2. По механизму осуществления: единичные, диффузионные, завершённые и незавершённые, правовые и педагогические;
3. По инновационному потенциалу: радикальные, комбинированные, модифицирующие;
4. По особенностям инновационного процесса: внутриорганизационные и межорганизационные;
5. По эффективности: эффективность производства и управления, улучшение условий и т. д.

Инновационный менеджмент — это особый вид профессиональной деятельности, который направлен на достижение конкретных инновационных целей действующей в рыночных условиях фирмы, применение различных принципов, функций и методов экономического механизма менеджмента

Инновационный процесс можно определить как процесс последовательного превращения идеи и товар, проходящий этапы фундаментальных, прикладных исследований, конструкторских разработок, маркетинга, производства и сбыта.

#### Литература:

1. Масленникова, Н.П., Желтенков А.В. Менеджмент в инновационной сфере: учебное пособие. — М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2005. — 536 с.
2. Фатхутдинов, Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. 5-е изд. — СПб.: Питер, 2005—448 с.: ил. — (Серия «Учебник для вузов»).
3. Переходов, В.Н. Основы управления инновационной деятельностью. — М.: ИНФРА-М, 2005. — 222 с.
4. Медынский, В.Г. Инновационный менеджмент: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2007. — 295 с. — (Высшее образование).
5. Коноплев, С.П. Инновационный менеджмент: учеб. Пособие. — М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. — 128 с.

## Влияние информационных технологий на повышение качества и уровня жизни населения

Юсуфалиев Олимжон Абдурахманович, преподаватель;  
Рахматов Камолиддин Уралович, преподаватель  
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Повышение качества жизни населения сельской местности является сегодня одной из важнейших задач стратегии социально-экономического развития страны, обеспечения национальной безопасности. Решение этих задач самым тесным образом связано с реализацией стратегии развития информационного общества, которая должна осуществляться опережающими темпами.

Элвин Тоффлер в своей монографии «Революционное богатство» писал: «Качество жизни современного человека становится во все большей степени зависимым от уровня потребления им информационных продуктов и услуг, а также от их доступности и качества. Мобильная телефония, персональные компьютеры с выходом в сеть Интернет, многоканальное цифровое телевидение, бортовые автомобильные навигационные спутниковые системы – все это уже неотъемлемые атрибуты современного человека, без которых его повседневная жизнь и профессиональная деятельность становятся неполноценными» [1].

В последние годы средства информатики и новые информационные технологии быстро совершенствуются и, что очень важно, становятся доступными для все более широких слоев населения. Они позволяют людям экономить затраты времени на решение многих повседневных и производственных проблем, создают новые возможности для практической реализации человеком своих гражданских прав и свобод.

Уже сегодня, во многих странах мира, все большее количество информационных услуг оказывается населению бесплатно, их выплаты производятся за счёт муниципальных, региональных и государственных бюджетов.

В последние годы даже появились такие новые понятия, как информационная бедность и информационное неравенство. Причем, эти понятия используются не только по отношению к отдельным людям, но также и для характеристики целых стран и регионов мира.

Весьма большие экономические успехи от информационного развития в последние годы получили такие страны, как Финляндия, Норвегия, Швеция, которые по величине ВВП на душу населения вошли в первую десятку стран мира [2].

В условиях глобального финансово-экономического кризиса, который сегодня охватил практически все страны мира, социальное значение информационного развития общества существенным образом возрастает. Кризис обострил такие проблемы, как занятость сельского населения и переподготовка специалистов с целью получения ими новых профессий и специальностей, которые являются сегодня более востребованными на рынке труда.

По данным Всемирного банка, многие страны мира (Австралия, Ирландия, Сингапур, Франция, Южная Корея и Япония) увеличивают свои вложения в развитие широкополосного доступа к сети Интернет, рассматривая это как важную антикризисную меру в национальной экономике и не только в крупных городах.

Для решения проблемы развития информационного общества на селе также необходимо использовать и повсеместно внедрять методы открытого образования и дистанционного обучения на базе современных ИКТ.

По оценкам экспертов, уровень обеспеченности необходимыми кадрами отечественной отрасли ИКТ сегодня не превышает 30% [3]. А на селе даже не достигает и 2%. А ведь мы уже строим информационное общество! Наиболее дефицитными сегодня являются разработчики программного обеспечения, системные интеграторы, руководители проектов информатизации различных сфер деятельности, и, конечно же, преподаватели информатики для вузов, общеобразовательных школ и колледжей. Поэтому подготовка специалистов современного уровня квалификации по указанным направлениям является важнейшей задачей системы образования, которая должна быть соответствующим образом перестроена.

Помимо социального эффекта повышения занятости населения, решение этой задачи даст в будущем и весьма существенный экономический эффект. В качестве примера здесь можно привести опыт Индии, которая сегодня занимает второе (после США) место на мировом рынке программного обеспечения. Доля Индии на этом рынке составляет 20%, в то время как России принадлежит всего около 1%. Этот результат был достигнут благодаря реализации в Индии национальной программы создания крупных центров так называемого «оффшорного программирования». Сегодня в Индии существуют более 25 таких центров, в которых занято свыше 1 млн. человек. Их основной продукцией являются компоненты программных систем, которые разрабатываются индийскими специалистами по заданиям американских и канадских компаний. По имеющимся прогнозам, объем таких разработок к 2020 году может достигнуть 1000 млрд. долларов, что составит почти 75% всего индийского экспорта.

Развитие в Индии индустрии программного обеспечения потребовало создания и соответствующей технической и кадровой поддержки. Для этих целей в стране были созданы два крупных сборочных завода компьютерной техники, принадлежащие известным американским компаниям. Кроме того, ряд крупных индийских фирм осуществили перепрофилирование своей деятельности в на-

правлении разработки программного обеспечения. В этой области даже появились первые индийские миллиардеры.

При активной поддержке государства в Индии создана сеть специализированных учебных заведений, которая осуществляет подготовку специалистов для индийских ИКТ — технопарков. Зарплата программиста в этих технопарках составляет 15–17 долларов в час, что для индийских условий является вполне достойным уровнем оплаты труда.

Также необходимо развивать информационное общество для решения проблемы занятости инвалидов, пенсионеров и женщин с детьми. На данный день в стране огромное количество инвалидов, многие из которых имеют ограниченную мобильность, но вполне могли бы работать на дому. Современные информационные технологии предоставляют для этого хорошие возможности, которые пока еще очень мало используются. Персональный компьютер с выходом в сеть Интернет, лазерный принтер и, возможно, сканер — вот и весь тот минимальный набор средств информатики, который может дать работу нескольким мил-

лионам наших инвалидов. Для многих из них это единственная возможность почувствовать себя полезными для общества и заработать необходимые средства для своего существования. К сожалению, никаких действий для ее практического использования не предпринимаются. Даже появился такой термин как «информационное надомничество». Информационное надомничество (телеработа) является перспективным занятием и для тех женщин, которые вынуждены прервать свою трудовую деятельность в связи с беременностью или же необходимостью воспитывать дома маленьких детей. Их квалификация, знания и опыт также могли бы использоваться более эффективно по сравнению с тем, как это имеет место сегодня.

Рекомендую также взять небольшой пример и с США, где уже более 10 лет действуют меры государственной поддержки процесса подключения пользователей к сети Интернет. Для оказания этих услуг населению установлены налоговые льготы, а подключение пользователей из малообеспеченных слоев населения дотируется государством.

#### Литература:

1. Тоффлер, Э. Революционное богатство. — М.: АСТ: АСТ Москва: ПРОФИЗДАТ, 2008. — 569 с.
2. «Группа восьми» в цифрах. 2012. Статистический сборник / Росстат. — М.: 2013. — 123 с.
3. Колин, К.К. Интеллектуальные ресурсы человека в информационном обществе. // Труд и социальные отношения, № 5, 2008. — 63 с.

## Опыт управления качеством продукции на предприятиях Японии

Юсуфалиев Олимжон Абдурахманович, преподаватель  
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Управление качеством продукции в настоящее время — серьезная проблема на наших отечественных предприятиях. Многие производители не до конца осознают, что производят недоброкачественную продукцию и для своих близких людей. Их главная цель — получить более высокую прибыль.

В результате проведенных мною исследований, сделан был вывод, что наибольшего внимания заслуживает японская модель управления качеством. Нам можно принять многие из их принципов на отечественных предприятиях, вследствие наличия опыта решения ими следующих проблем:

1. Необходимо оценивать тот ущерб, который некачественная продукция может причинить обществу. При этом учитывается ущерб от готовой продукции (отказы, травмы, аварии, невозможность выполнить свои функции, несоответствие требованиям заказчика и т. п.) и ущерб в процессе производства некачественной продукции (непроизводительные затраты времени, энергии, сил, токсичность некоторых производств и т. п.).

2. Чтобы продукция фирмы была конкурентоспособной, необходимо постоянно повышать ее качество и снижать себестоимость. Не забывать, что требования заказчика постоянно возрастают.

3. Основной целью программы повышения качества на фирме должно быть постоянное уменьшение расходов между показателями качества изделия и характеристиками, заданными заказчиком. С этой задачей связано постоянное совершенствование метрологической службы.

4. Ущерб, который терпит заказчик из-за несоблюдения его требований, пропорционален квадрату величины отклонения показателей качества. Это надо учитывать, устанавливая требования к качеству производственных процессов.

5. Качество и себестоимость готового изделия в основном определяются качеством проекта и технологии. Поэтому при проектировании, планировании производства и методов контроля надо ориентироваться на требования к качеству готовой продукции.

6. На этапе разработки и испытаний опытных образцов необходимо уменьшать отклонения характеристик изделия от заданного качества.

Нужно выявлять зависимость эксплуатационных характеристик от других параметров изделия и технологического процесса и, используя установленную зависимость, проводить планирование эксперимента на основе статистических расчетов.

Надо отметить и такую особенность сегодняшнего дня, как формирование уровня качества изделия с учетом рыночных факторов качества: требований покупателей, претензий потребителей, изменения доли рынка, стратегии и тактики конкурентов и т. п. Практика обеспечения качества в современных условиях внесла существенные коррективы и в концепцию качества. Если несколько десятилетий назад под качеством понимали совокупность технических показателей свойств товара, то сейчас этого мало: необходимо, чтобы совокупность свойств удовлетворяла чьи-то потребности.

Понятие «хорошее качество» сегодня складывается из выполнения изделием требуемых функций, поддержания экономически оправданной цены и целесообразного уровня эксплуатационных расходов, защиты окружающей среды, безопасности изделия, обеспечения качества на стадии сбыта и послепродажного сервиса.

Обращая внимание на опыт Японии по повышению качества продукции, хотелось бы выделить следующие основные принципы:

- высокая ответственность каждого из производственных подразделений;
- выработка привычки к улучшению каждого работника;
- стремление к постоянному совершенствованию;
- постоянный контроль за процессом производства;
- наглядность результатов измерения показателей качества на объекте. На японских предприятиях наглядные стенды развешаны повсюду. Они поясняют рабочему, администрации, заказчику продукции и посторонним посетителям, какие показатели качества проверяются, каковы текущие результаты проекта, какие программы повышения качества находятся в процессе реализации, кто получил премии за качество и т. д. Некоторые из стендов представляют собой светящееся электронное табло, подобное тем, что установлены в спортивных залах: они сигнализируют, когда требуется помощь персонала [1];
- соблюдение требований к качеству;
- самостоятельное исправление ошибок. На заводе Kawasaki в США сборочные линии снабжены красными и желтыми сигнальными лампами; при возникновении трудностей рабочий включает желтый сигнал. Если дефект достаточно серьезен и требуется остановка линии, он зажигает красный сигнал. Иногда остановки непосредственно связаны требованиями качества, например, невозможно соединить две детали, и требуется немедленно выяснить причину и сообщить о ней изготовителям данных деталей. Почти всегда продолжительность остановки достаточна,

чтобы рабочие на сборке убедились, что они не виноваты в возникшей неполадке [1];

- 100 %-ая проверка изделий;
- постоянное и поэтапное повышение качества;
- производство мелкими партиями;
- порядок на рабочем столе. Японцы — народ аккуратный. Не удивительно, что и на японских предприятиях тоже царят чистота и порядок.

Во-первых, порядок — это требование техники безопасности. Отделы техники безопасности западных предприятий тоже многие годы проповедуют аккуратность на рабочем месте. Во-вторых, порядок диктуется соображениями гордости за свое предприятие.

Хотя соображения техники безопасности и гордости за свое предприятие относятся к немаловажным факторам, однако, основная предпосылка порядка на японских заводах — это контроль качества. Вполне естественно, что неряшливое содержание рабочего места способствует небрежности в работе, что в свою очередь ведет к производственному травматизму и наносит ущерб продукции и оборудованию. И наоборот, порядок на рабочем месте создает благоприятные условия для развития трудовых навыков, повышения качества продукции и бережного отношения к технике.

Коль скоро порядок на рабочем месте рассматривается как предпосылка хорошего качества продукции, ответственность за поддержание порядка должна лежать на тех, кто отвечает за качество, т. е. на рабочих и мастерах. В Японии уборкой производственных помещений, как правило, занимаются рабочие, а не специально подготовленный персонал. Система производства Just In Time (Точно вовремя) требует высокой мобильности рабочей силы. Обычной практикой является использование производственных рабочих, не занятых в данный момент на основных операциях, для уборки территории и выполнения других работ на самых различных участках.

Примером такого внимательного отношения японцев к порядку на предприятии служит завод по производству телевизоров компании Sanyo (штат Арканзас, США). По свидетельству исследователей из Гарварда, когда компания Sanyo приобрела этот завод, принадлежащий ранее американской компании Warvick и оказавшийся на грани краха, одним из первых шагов, предпринятых новым руководством, была уборка предприятия в выходные дни и покрытие полов полиуретаном. Благодаря этому предприятие не только стало выглядеть нарядным и чистым, но и понизилось содержание в воздухе пыли, которая раньше вызывала неполадки в работе оборудования и засоряла контакты электронных схем в изделиях. Кроме того, при такой чистоте полов все, что попадает на пол, сразу бросается в глаза, и автоматически поднимешь упавшую вещь.

Западные производители нередко допускают работу оборудования с перегрузкой и излишне полагаются на отдел текущего ремонта, тогда как японские рабочие холят и лелеют свои станки. Например, каждое утро ра-

бочий-станочник совершает ряд операций по проверке своего оборудования. Началу рабочего дня обычно предшествует смазка, отладка, закрепление и заточка инструмента. Для рабочих, в первую очередь заботящихся о качестве, ежедневная проверка оборудования — дело вполне

естественное, так как неисправность в его работе зачастую является причиной брака. Однако общей тенденцией остается небрежное отношение к оборудованию [2]; внедрение средств автоматического предотвращения ошибок; функционирование кружков качества.

Литература:

1. Каору, И. «Японские методы управления качеством». — М.: 2009.
2. Оучи, У.Г. «Методы организации производства: японский и американский подходы». — К.: 2011.

# Молодой ученый

Международный научный журнал

Выходит два раза в месяц

№ 10 (114) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

**Главный редактор:**

Ахметов И. Г.

**Члены редакционной коллегии:**

Ахметова М. Н.  
Иванова Ю. В.  
Каленский А. В.  
Куташов В. А.  
Лактионов К. С.  
Сараева Н. М.  
Абдрасилов Т. К.  
Авдеюк О. А.  
Айдаров О. Т.  
Алиева Т. И.  
Ахметова В. В.  
Брезгин В. С.  
Данилов О. Е.  
Дёмин А. В.  
Дядюн К. В.  
Желнова К. В.  
Жуйкова Т. П.  
Жураев Х. О.  
Игнатова М. А.  
Калдыбай К. К.  
Кенесов А. А.  
Коварда В. В.  
Комогорцев М. Г.  
Котляров А. В.  
Кузьмина В. М.  
Кучерявенко С. А.  
Лескова Е. В.  
Макеева И. А.  
Матвиенко Е. В.  
Матроскина Т. В.  
Матусевич М. С.  
Мусаева У. А.  
Насимов М. О.  
Паридинова Б. Ж.  
Прончев Г. Б.  
Семахин А. М.  
Сенцов А. Э.  
Сениюшкин Н. С.  
Титова Е. И.  
Ткаченко И. Г.

Фозилов С. Ф.

Яхина А. С.

Ячинова С. Н.

**Международный редакционный совет:**

Айрян З. Г. (Армения)  
Арошидзе П. Л. (Грузия)  
Атаев З. В. (Россия)  
Ахмеденов К. М. (Казахстан)  
Бидова Б. Б. (Россия)  
Борисов В. В. (Украина)  
Велковска Г. Ц. (Болгария)  
Гайич Т. (Сербия)  
Данатаров А. (Туркменистан)  
Данилов А. М. (Россия)  
Демидов А. А. (Россия)  
Досманбетова З. Р. (Казахстан)  
Ешиев А. М. (Кыргызстан)  
Жолдошев С. Т. (Кыргызстан)  
Игисинов Н. С. (Казахстан)  
Кадыров К. Б. (Узбекистан)  
Кайгородов И. Б. (Бразилия)  
Каленский А. В. (Россия)  
Козырева О. А. (Россия)  
Колпак Е. П. (Россия)  
Куташов В. А. (Россия)  
Лю Цзюань (Китай)  
Малес Л. В. (Украина)  
Нагервадзе М. А. (Грузия)  
Прокопьев Н. Я. (Россия)  
Прокофьева М. А. (Казахстан)  
Рахматуллин Р. Ю. (Россия)  
Ребезов М. Б. (Россия)  
Сорока Ю. Г. (Украина)  
Узаков Г. Н. (Узбекистан)  
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)  
Хоссейни А. (Иран)  
Шарипов А. К. (Казахстан)

**Руководитель редакционного отдела:** Кайнова Г. А.

**Ответственные редакторы:** Осянина Е. И., Вейса Л. Н.

**Художник:** Шишков Е. А.

**Верстка:** Бурьянов П. Я., Голубцов М. В., Майер О. В.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

**АДРЕС РЕДАКЦИИ:**

**почтовый:** 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231;

**фактический:** 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: [info@moluch.ru](mailto:info@moluch.ru); <http://www.moluch.ru/>

**Учредитель и издатель:**

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Подписано в печать 10.06.2016. Тираж 500 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, 25