

ISSN 2072-0297



МОЛОДОЙ[®] УЧЁНЫЙ

международный научный журнал



7

2017
Часть III

16+

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 7 (141) / 2017

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

Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам

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

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 Бекмуратович, *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)*

Курпаяниди Константин Иванович, *доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)*

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, Майер 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: 08.03.2017. Цена свободная.

Материалы публикуются в авторской редакции. Все права защищены.

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

На обложке изображен *Федор Филиппович Ко-нюхов* (родился 12 декабря 1951 года) — путешественник, писатель, художник, священник, яхтсмен, пилот воздушного шара.

Свое первое путешествие Федор Конюхов совершил в 15 лет — переплыл Азовское море на весельной лодке.

Позже он 17 раз пересекал Атлантический океан. С декабря 2013 по май 2014 года он впервые за всю историю переплыл на весельной лодке Тихий океан от континента до континента, не заходя в порты, и без посторонней помощи. На это путешествие у него ушло 160 дней (мировой рекорд). Еще один мировой рекорд был установлен во время кругосветного полета на воздушном шаре: 11 дней, 4 часа и 20 минут.

Федор Конюхов — первый в мире человек, который достиг пяти полюсов Земли:

- Северного географического (трижды);
- Южного географического;
- полюса относительной недоступности в Северном Ледовитом океане;
- Джомолунгмы (полюса высоты);
- мыса Горн (полюса яхтсменов).

Путешественник покорил семь вершин во всех частях света.

Свое видение мира, пережитый опыт и размышления Федор Конюхов описал в 18 книгах и более чем в трех тысячах картин.

Путешествуя более 40 лет, он понял, что во всех его странствиях рядом с ним был Бог, и в 2010 году принял сан священника Украинской Православной Церкви.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Аллаярова М. К.

Пути совершенствования пенсионной системы в Республике Узбекистан в условиях рыночной экономики..... 207

Альберт Е. А.

Научная проблема и обоснование темы исследования 208

Ахлатян З. С.

Влияние стран ОПЕК на мировом нефтяном рынке в современных условиях..... 210

Болиева И. А., Сурхаева И. Н., Текиев М. В.

Методические основы формирования системы стратегического управления человеческими ресурсами 216

Болиева И. А., Текиев М. В., Алборова З. Э.

Государственное регулирование инвестиционной политики в отраслях народного хозяйства..... 219

Бороздина Е. А., Семенова А. Н.

Сравнение требований МСФО (IAS) 18 «Выручка» и МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями» 221

Войпанюк С. Ю., Семенова А. Н.

Некоторые аспекты аудита финансовых результатов компаний телекоммуникационного сектора..... 224

Гибескул М. С., Борзина А. В.

Специфика применения мирового опыта в области методов налогового администрирования в ПМР 226

Голубева Е. В.

Преимущества и перспективы развития лизинга в современных российских условиях 230

Гришкова Д. Ю.

Прогнозирование объемов работы автомобильного транспорта при обслуживании клиентов..... 233

Джалалов Ж. М.

Стратегия совершенствования электронной коммерции и создание конкурентных преимуществ у интернет-магазинов 237

Егорцева Е. В.

Деятельность банков в рамках контрактной системы в сфере закупок товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд 240

Ершова А. Н.

Управление рисками инвестиционных проектов разработки нефтяных месторождений 242

Завгородняя В. В.

Особенности финансирования науки и инноваций в зарубежных странах на примере Великобритании и Китая 245

Иминова Н. А.

Стратегия формирования электронного университета в Республике Узбекистан на примере ТУИТ 250

Крицкая А. А.

Анализ современной миграционной ситуации в Российской Федерации..... 253

Лужнова Н. В., Тарануха И. А.

Механизм размещения рекламы на различных коммуникативных площадках в сети Интернет 256

Мазаева М. Р., Луферова А. Д.

Индивидуальные особенности при мотивации труда управленческого персонала строительных организаций..... 263

Маслова А. В. Роль системы электронного документооборота в автоматизации бизнес-процессов компании. Эффективность автоматизации документооборота.....	265
Митрофанов Д. Е. Email-маркетинг: как создать эффективную рассылку.....	267
Муфтахутдинова А. Т. О сближении РСБУ и МСФО.....	269
Петросян С. Ю. Современные проблемы и перспективы рынка кредитования физических лиц в России.....	271
Райимбердиева О. Р. Особенности развития туризма в Узбекистане.....	273
Селиверстов А. С., Митрофанов Д. Е., Буцкая А. А., Евстратов А. Д., Николаева К. А. Элементы системы менеджмента качества на предприятии по ISO9001.....	275
Селиверстов А. С., Митрофанов Д. Е., Буцкая А. А., Евстратов А. Д., Николаева К. А. Проблема бедности в современной России и возможные пути её решения.....	276
Сергеенков Д., Пономарева Г. Т. Внедрение инноваций в организации: начальный этап.....	278
Старченко И. В. Коммерческий расчет как основа экономического механизма хозяйствования.....	280
Тарасова М. А. Инвестиционный аудит как инструмент анализа и управления.....	283
Татаренко А. М., Басова Н. В. Совершенствование налогового администрирования как метод государственного контроля.....	286
Хаймин Д. П. Проблемы реализации полномочий муниципального образования в сфере жилищно-коммунального хозяйства (на примере муниципального образования г. Екатеринбурга).....	288
Хакимджанова Д. К. Развитие ИКТ и их влияние на экономику.....	290
Хоршикян Г. В. Применение дисперсионного анализа для анализа эффективности элементов рекламной компании.....	293
Челпанова И. М. Реализация жилищных программ в Республике Коми (на примере Министерства экономики Республики Коми).....	296
Чельдиева З. К., Толпарова А. А. Особенности формирования экономики промышленных предприятий.....	298
Чельдиева З. К., Толпарова А. А. Развитие промышленных предприятий в России в настоящее время.....	301
Чернышева А. А. Криминальные риски платежных систем.....	303
Шаисламова М. Р., Рахматкариев Д. Р. Рынок труда и его основные понятия в условиях информационного общества.....	305
Шаронова О. В. Структурно-логическая модель управления персоналом в период экономического кризиса.....	307
Шкетова М. В. Трансформация модели издания под влиянием цифровых технологий на примере газеты «Приазовские степи».....	311
Шуленин И. С. Виртуальная логистика как свойство глобализации бизнеса.....	314

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Пути совершенствования пенсионной системы в Республике Узбекистан в условиях рыночной экономики

Аллаярова Мастура Кудратуллаевна, старший преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Исследование проблем пенсионного обеспечения на сегодняшний день становится все более актуальным, так как именно оно служит основным источником благосостояния и материальной поддержки человеческого капитала в нетрудоспособном, престарелом возрасте. Пенсионное обеспечение — это денежная форма материального обеспечения для людей, которые становятся не трудоспособными в силу различных причин. Когда речь идет о пенсионной системе, имеется в виду система, которая функционирует в том или ином государстве. Поэтому при определении понятия «пенсионная система» необходимо добавлять слово «государство», где функционирует такая система.

Пенсионная система Узбекистана — это совокупность создаваемых в нашей стране правовых и организационных институтов и норм, имеющих цель предоставления гражданам материального обеспечения, гарантированного Конституцией Республики Узбекистан. Поэтому важной составной частью системы социальной защиты в нашей стране служит пенсионное обеспечение, предусматривающее осуществление комплекса мер экономического, правового, социального и организационного характера, направленного на обеспечение и поддержания жизненного уровня нетрудоспособного населения и малоимущих граждан.

В течение ряда лет в Узбекистане были предприняты меры по реформированию пенсионной системы. В 2005 году Пенсионный фонд, действовавший при Министерстве труда, был преобразован во внебюджетный Пенсионный фонд при Министерстве финансов. В этом же году в дополнение к действующей государственной системе пенсионного обеспечения была введена система обязательной накопительной системы пенсионного страхования. Граждане Республики Узбекистан имеют право на государственное пенсионное обеспечение в порядке определяемом Законом «О государственном пенсионном обеспечении граждан». Так с 1 января 2005 года работающим гражданином ежемесячно производятся накопительные пенсионные счета с уменьшением суммы начисленного в

соответствии законодательством налога на доходы физических лиц, зачисляемого в бюджет.

В отличие от других государств система накопительного обеспечения в Узбекистане вводится как дополнение к действующей государственной системе пенсионного обеспечения.

Основными отличительными особенностями накопительной системы являются:

1. Она предполагает индивидуальный характер пенсионных накоплений. Размер пенсии зависит только от взносов граждан и результатов их финансирования.

2. При использовании накопительной системы, поступающие страховые взносы не сразу расходуются на выплату пенсий, а накапливаются в виде определенного (резервного) капитала.

3. После достижения пенсионного возраста получатели имеют право выбора на получение этих средств единовременно или в течение периода, устанавливаемого ими самостоятельно.

В целях защиты от инфляции, средства накопительной пенсионной системы могут быть использованы в качестве кредитных и инвестиционных ресурсов. Обязательные накопительные пенсионные взносы, процентные и другие доходы, полученные гражданами от использования средств на индивидуальных накопительных пенсионных счетах, не подлежат к обложению налогами и другими обязательными платежами.

Сохранность и выплату средств, накопленных на индивидуальных накопительных пенсионных счетах гражданам, участвующим в накопительной пенсионной системе, гарантирует государство.

Накопительная пенсионная система, по сравнению с распределительной, обладает рядом преимуществ. Одним из главных преимуществ данной системы является то, что бюджетное бремя государство уменьшилось, так как теперь каждый работающий сам заботится о своей будущей пенсии.

Отрицательным моментом накопительной пенсионной системы является то, что ее участниками преимуще-

ственно являются граждане, осуществляющие трудовую деятельность по трудовому договору. Лица, формально не связанные трудовыми отношениями и относящиеся к категории граждан, для которых законодательством предусмотрено добровольное участие в накопительной пенсионной системе (частные предприниматели, члены дехканских хозяйств и другие) не спешат вступить в нее.

Главной стратегией преобразований и реформ действующий системы пенсионного обеспечения в Узбекистане имеются принципиальные изменения и законодательное обновление функциональных механизмов системы пенсионного обеспечения, повышение финансовой сбалансированности, поднятие эффективности и гарантированности пенсионного обеспечения.

С учетом вышеизложенного даются следующие рекомендации:

1. Учитывая, что в связи с демографическим прогнозом населения ожидается рост доли населения пенсионного возраста, соответственно будет увеличение разности между доходом и расходом Пенсионного Фонда. Поэтому необходимо принять меры по предотвращению угроз ожидаемой проблемы пенсионного обеспечения.

2. Наиболее действенным подходом в нынешнем развитии Узбекистана для решения проблемы покрытия расходов Пенсионного Фонда можно принимать меры по увеличению среднегодового роста зарплаты в сравнении со среднегодовым размером пенсии.

3. Доля численности работников в численности трудоспособного возраста в настоящее время находится крайне низком уровне. Поэтому на мой взгляд, имеется достаточный резерв увеличения ее. Приняв, необходимые меры по увеличению численности работников до 10–15 процентов также достигается необходимый уровень баланса Пенсионного Фонда.

Литература:

1. Абдуллаев, М. Замоनावий пенсия тизими ва унинг истиқболлари. Бозор, Пул ва Кредит. № 62012 й. 12 с.
2. Мухамедханова, К. Социальная защита. Экономическое обозрение. № 12014. с. 30.

Научная проблема и обоснование темы исследования

Альберт Евгения Александровна, студент

Научный руководитель: Ширяева Наталья Викторовна, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой Ульяновский государственный технический университет

Научная проблема — это совокупность новых, диалектически возникающих сложных теоретических или практических вопросов, противоречащих существующим знаниям или прикладным методикам в данной науке, требующая решения путем научных исследований. В экономике научные проблемы возникают не стихийно, а закономерно, под действием экономических законов, в связи с

4. Механизм увеличения доходной части Пенсионного Фонда на основе увеличения процентных ставок взносов выплат Пенсионному Фонду находится почти максимальном уровне для нынешнего социально-экономического развития страны. Для роста экономики требуется снизить их.

5. На основе выполненных расчетов и разработанных вариантов, определен наиболее эффективный из них. В этом варианте раскрыто, что если достигается увеличение роста средней заработной платы до и удельного веса работников, тогда можно снизить и ставки взносов Пенсионного Фонда от фонда оплаты труда и оставить 4 процента от работника, а также снижение от объема реализации до 1 процента.

6. Необходимо разработать концепцию применения механизмов регулирования (по увеличению количества работающих и соответственно налоговых сборов в Пенсионный Фонд, изменению ставок, возраста и получены расчетные значения изменений в пенсионной системе), которую можно использовать при подготовке программ совершенствования пенсионной системы.

Таким образом, пенсионное обеспечение это важнейшее направление социальной политики. Со дня независимости пенсионная система Узбекистана столкнулась с целым рядом внутренних и внешних проблем, что затрудняло возможности поддержания достаточного уровня обеспечения человеческого капитала. На сегодняшний день уровень жизни населения соответствует принципам социальной справедливости и данная пенсионная система способна противостоять будущим демографическим изменениям, так как включает в себя как распределительные механизмы (исходящие от государства), так и накопительные механизмы (исходящие от самого населения).

развитием производительных сил и производственных отношений. Они решаются на основе планового руководства при помощи методов, предложенных наукой. Следовательно, постановка и решение научной проблемы может стать движущей силой в развитии экономической науки.

Для решения научной проблемы в современных условиях развития научно-технического прогресса требуются

усилия большого коллектива специалистов различного профиля. Каждый член научного коллектива должен обладать волевыми качествами в проведении исследований, быть целеустремленным в достижении научной истины. Эти качества необходимо принимать во внимание при выборе направления научного исследования.

Выбор проблемы исследования обосновывается прежде всего ее актуальностью, то есть насколько предполагаемые исследования будут способствовать выполнению практических задач.

Проблема должна содержать определенность, последовательность и непротиворечивость экономическим законам. Важным условием истинности проблемы является свойство ее доказательности, которое выражается в формальной логике **законом достаточного основания**.

Поскольку научная проблема представляет собой совокупность сложных теоретических или практических вопросов, то в процессе научного исследования или определения его параметров проблемы делят на составляющие компоненты — темы.

Тема — часть научной проблемы, охватывающая один или несколько вопросов исследования.

Исследователь выбирает тему научной работы, исходя из цели исследовательской работы, которая должна предусматривать разработку новых концепций или направлений развития данной науки, совершенствование существующей методологии или разработку новых методик по отдельным разделам экономической науки. По конкретной экономике темы научных исследований формируются в пределах проблем данной науки, которые подразделяют на:

— *Теоретические*, относящиеся к исследованию отдельных концепций теории данной науки, касающиеся ее научных законов, разработки аксиоматических знаний.

— *Методологические*, касающиеся методов данной науки, применяемых в процессе изучения ее объектов.

— *Организационные*, включающие организацию исследований по данной науке и применение ее результатов в практической деятельности.

Обоснование выбора перечисленных тем исследования определяется следующими критериями: народнохозяйственной эффективностью, соответствием профилю учреждения, обеспечением финансирования и возможностью внедрения результатов исследования.

Для определения **народнохозяйственной эффективности** темы необходимо определить ее актуальность и степень научной новизны для развития определенных знаний, направленных на решение практических вопросов конкретной экономики. Поэтому при выборе темы следует по литературным источникам определить степень и уровень разработки запроецированного исследования, обобщить передовой опыт предприятий и объединений. Важно ознакомиться также с планами научно-исследовательских учреждений, которые разрабатывают аналогичные темы, а по возможности изучить их отчеты по выполненным научно-исследовательским работам. Для этих целей в качестве

источников информации используют реферативные сборники, книжные летописи, периодические издания.

Начинающему исследователю следует избрать более узкую тему, однако, не теряя связи с общей научной проблемой, в которую она входит. При этом принимается во внимание прошлая деятельность исследователя, а для экономических исследований обязательна связь с предприятиями и объединениями — объектами будущего исследования. Чем больше высказывает исследователь критических замечаний по проектируемой теме работы, делает предложений по направлениям совершенствования экономической работы, тем увереннее можно судить об успешном ее выполнении.

Исследователь должен сам избрать тему исследования, сделать ее обоснование в части предполагаемой научной новизны и практической значимости результатов исследования. Но самостоятельное избрание темы вовсе не предполагает игнорирование опыта руководителя. К его советам и консультациям начинающему исследователю следует прислушиваться, но окончательное решение остается за ним. Он должен быть внутренне глубоко убежден в актуальности и необходимости разработки избираемой темы. Только самостоятельное, всестороннее, научно аргументированное решение вопроса выбора темы обеспечивает успешное завершение исследовательской работы.

Определение народнохозяйственной эффективности темы, как правило, базируется на решениях правительства по вопросам экономического и социального развития страны. Особенно это касается выбора тематики исследований для научных коллективов, работающих в НИИ или вузах. Одновременно учитывается отраслевая направленность исследований, которая содержится в планах министерств и ведомств, планирующих развитие науки.

При изучении состояния научных разработок по предполагаемой теме исследований необходимо произвести группировку имеющихся знаний следующим образом:

а, знания, получившие всеобщее признание научной общественности и применяемые на практике;

б. дискуссионные вопросы, недостаточно разработанные и требующие научного обоснования;

в. вопросы, возникающие в порядке постановки и содержащиеся в литературных источниках, предложенные практикой или вытекающие из выводов, возникших на стадии выбора темы.

На стадии выбора темы определяется ее наименование — содержательный заголовок: простой, точный, ясный, краткий, оригинальный. В письме к К. Марксу Ф. Энгельс писал: «Что касается заглавия, то я повторяю, что самым неудачным является во всяком случае такое заглавие, которое можно понять лишь после того, как прочтешь половину книги. Простое заглавие несомненно лучше всего». И действительно, кратко, просто и оригинально назван такой труд К. Маркса, как «Капитал».

В самом заглавии темы исследования должно содержаться динамическое развитие научных знаний, что вытекает из функций и роли науки в обществе.

Руководствуясь литературным наследием классиков, в заглавие темы исследования по конкретной экономике необходимо вкладывать содержание, динамизм и комплексность, оно должно отражать достижения научно-технического прогресса, например, «О совершенствовании финансового анализа с применением экономико-математических методов». В приведенном заголовке темы содержится динамическое развитие исследования и предположительное направление его развития.

Студентам при выборе темы исследования наряду с изложенными принципами обоснования актуальности, научной новизны и практической значимости следует предусматривать возможность использования результатов исследований при написании курсовых и дипломных работ.

Так, комплексная тема «Совершенствование учета, аудита и анализа затрат на производство продукции с применением ЭВМ», избранная студентом для научных исследований, содержит вопросы, связанные с изучением курсов «Бухгалтерский учет в промышленности», «Аудит», «Анализ хозяйственной деятельности промышленных предприятий», «Автоматизированная обработка экономической информации». Научные результаты по этой теме можно применять в глубоком, творческом изу-

чении указанных курсов, а также при подготовке докладов и рефератов для выступлений на студенческих научных конференциях, в конкурсах научных работ. При этом студент будет приобретать навыки применения научных методов в решении практических вопросов экономики по избранной специальности.

Соответствие профилю учреждения — важнейший критерий выбора темы исследования, который включает специализацию научного учреждения, наличие кадров по профилю работы, материально-техническую базу. Этот критерий в основном применяется при выборе темы коллективного исследования, где специализация научного учреждения позволяет применять накопленный опыт выполнения научных работ по определенной тематике. Наличие кадров по профилю темы исследования сокращает срок работы и снижает расходы по НИР. Для апробации результатов исследования и ускорения внедрения их в практику в состав материально-технической базы, которая берется в расчет при выборе темы исследования, необходимо предусматривать новейшие средства ЭВМ, терминальные устройства подготовки сбора и передачи информации из предприятий и объединений на вычислительный центр и затем обратно пользователю данных.

Литература:

1. Научные студенческие работы: методические рекомендации для преподавателей и студентов. — Хабаровск: ХИНХ, 2015.
2. Основы научных исследований / Под ред. В. И. Крутова, В. В. Попова. — М.: Высшая школа, 2015.
3. Философия и методология науки: Учебник для высших учебных заведений. Ч. 1, 2. — М.: SVR, 2014.

Влияние стран ОПЕК на мировом нефтяном рынке в современных условиях

Ахлатян Зарине Степановна, магистрант

Научный руководитель: Бурьянова Наталья Владимировна, кандидат экономических наук, доцент
Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону)

В работе рассмотрены вопросы влияния стран ОПЕК на международный нефтяной рынок, а также проведен анализ состояния нефтяного рынка и колебания цен на нефть на макроэкономическом уровне за 2011–2016 гг.

Ключевые слова: ОПЕК, нефть, мировой рынок, ценовой фактор, углеводороды, экспорт, МВФ, спрос, предложение

Роль стран ОПЕК на мировом нефтяном рынке в современных условиях обусловлена тем, что организация стран экспортёров нефти является основным регулятором квот на добычу углеводородов. Он показывает среднюю цену нефти, которую поставляют на мировой рынок страны международной организации нефтяных экспортёров. Цены на нефть рассчитываются ежедневно, беря за основу данные за предыдущий торговый день, секретариатом ОПЕК, который с 1 сентября 1965 года расположена в федеральной столице Австрии в Вене.

«Черное золото», как принято называть нефть в современном обществе является одним из востребованных природных ресурсов нашего современного мира. В связи с чем, развитие международных экономических отношений, во многом зависит от объёма поставок нефти на мировой нефтяной рынок. Страны, обладающие большими запасами, как правило, должны иметь сильное влияние на торги, для контроля над текущим собственным политическим и экономическим положением в мировой экономике.

В сентябре 1960 года на конференции в Багдаде по решению пяти развивающихся стран (Ирак, Иран, Кувейт, Саудовская Аравия, Венесуэла), занимающих главенствующие позиции в нефтедобыче, была создана Организация стран — экспортёров нефти. Следом, к ним присоединились: Ливия, Катар, Индонезия, Алжир, Нигерия, Эквадор, Габон, Объединенные Арабские Эмираты, Ангола. Созданию международной межправительственной организации и устранению последующего понижения цен, в середине 20-го века оказал влияние чрезмерный рост предлагаемой на мировом рынке нефти. Страны создатели стремились к контролю имеющихся у себя ресурсов и их разумному потреблению, опираясь на собственные экономические интересы в период глобализации рынка нефти. Основная идея организации состоит в регулировании уровня цен на международном уровне, а также максимальный контроль над долей нефтедобычи и национального потребления. Основную часть полученного капитала от реализации черного золота, ОПЕК инвестирует в нефтяную отрасль. Существует ряд объективных причин, с помощью которых ОПЕК воздействует на ценовой фактор нефти. Они представлены в табл. 1

Таблица 1. **Объективные причины воздействия картеля на ценовой фактор нефти**

Фактор	Результат	Распространение
Спрос и предложение на нефть	В зависимости от спроса и предложения, цены на нефть могут варьировать (увеличиваться, уменьшаться)	Мировой рынок нефтепродуктов
Валютный фактор	Понижение курса доллара влечет за собой понижение реальной стоимости нефти, в то время как инвесторы в целях защиты своего капитала инвестируют свои средства в рынок нефти.	Мировой рынок нефтепродуктов
Политическая нестабильность на Среднем Востоке	Относительно нестабильное взаимовлияние стран. Прерывание производства, повлекшее за собой конфликты на местном уровне.	Катар, Египет, ОАЭ, Ливия
Налоговая политика государств	Высокий уровень налогов приводит к повышению цен на нефтепродукты	Страны Западной Европы, Япония.
Политика стран ОПЕК в отношении установления цен на нефть	Доминирующая роль предложения энергоресурса принадлежит ОПЕК, который владеет примерно 80% от установленных резервов нефти, а объем выработки приравнивается к 40% всей доли общемирового рынка углеводородов. Вследствие чего страны ОПЕК в состоянии устанавливать мировые цены на нефтепродукты, основываясь на собственных национальных интересах.	Мировой рынок нефтепродуктов
Экзогенные факторы (скорость стабилизации цен после воздействия внешних факторов)	Внутри стран-участников, наблюдается низкий показатель восстановления цен на добываемую нефть.	Страны картеля

В отличие от большинства стран, добывающих нефть, ОПЕК в состоянии легко варьировать (уменьшать или увеличивать) степень добычи углеводородов, в то время как большинство других стран занимаются добычей нефти в полную силу.

Главными странами-нефтедобытчиками на сегодня считаются такие страны, как Россия, Саудовская Аравия и США. Средняя добыча каждой из этих стран достигает 500 и более млн./тонн в год. Проанализируем уровень добычи углеводородов между Россией, Саудовской Аравией и Штатами за минувшие годы и наглядно рассмотрим динамику производства нефти за 2013–2015 гг. (рис. 1).

Применим метод аналитического выравнивания для каждого из стран (рис. 1) и выявим тенденцию роста добычи нефтепродуктов за указанный период (табл. 3). Воспользуемся формулой выравнивания ряда динамики по прямой

$$\tilde{y}_t = a_0 + a_1 \cdot t.$$

Параметры уравнения тренда найдем по следующим формулам:

$$a_0 = \bar{y} - a_1 \cdot \bar{t}; a_1 = \frac{\sum y_t - \frac{\sum y \cdot \sum t}{n}}{\sum t^2 - \frac{(\sum t)^2}{n}}$$

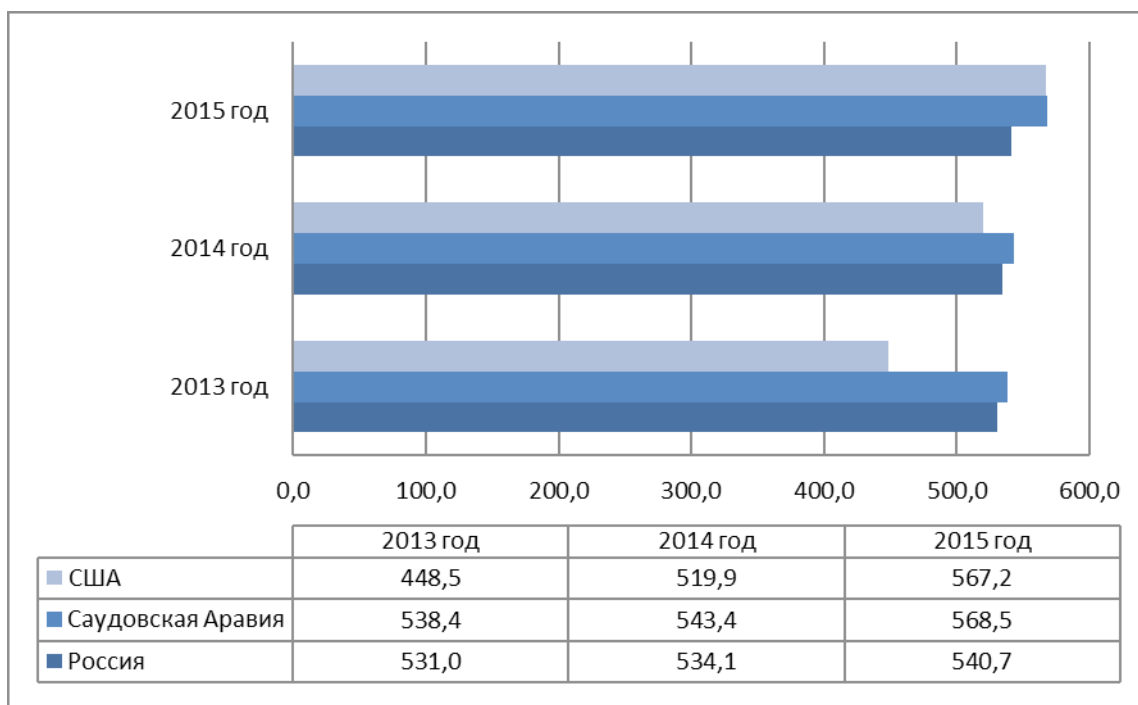


Рис. 1. Динамика добычи нефтепродуктов за 2013–2015 гг. (млн. тонн в год)

Если периоды или моменты времени пронумеровать так, чтобы $\sum_{i=1}^n t_i = 0$, то $a_0 = \frac{\sum y}{n} = \bar{y}$; $a_1 = \frac{\sum y \cdot t}{\sum t^2}$.

Методика нумерации моментов времени в этом случае различна для рядов имеющих четное и нечетное число наблюдений. Так как в данном примере, число наблюдений нечетное, то нумерация проводится так (табл. 2):

Таблица 2. Нумерация моментов времени

Год	2013	2014	2015
t	-1	0	1

Таблица 3. Динамика роста добычи нефтепродуктов млн./тонн в год

Год	Уровень добычи нефти млн./тонн в год, y	t	t^2	yt	$\hat{y} = a_0 + a_1 \cdot t$
США					
2013	448,5	-1	1	-448,5	393,68
2014	519,5	0	0	0	512,38
2015	567,2	1	1	567,2	685,9
Итого	1537,13	1	1	118,7	1591,96
Саудовская Аравия					
2013	538,4	-1	1	-538,4	520,87
2014	543,4	0	0	0	549,67
2015	567,2	1	1	567,2	578,47
Итого	1649	1	1	28,8	1649,0
Россия					
2013	531,0	-1	1	-531,0	525,57
2014	534,1	0	0	0	535,27
2015	540,7	1	1	540,7	544,97
Итого	1605,8	1	1	9,7	1605,81

$$\text{США: } a_0 = \frac{\Sigma 1537,13}{3} = 512,38; a_1 = \frac{\Sigma 118,7 \cdot 1}{\Sigma 1} = 118,7;$$

$$\text{Саудовская Аравия: } a_0 = \frac{\Sigma 1649}{3} = 549,67; a_1 = \frac{\Sigma 28,8 \cdot 1}{\Sigma 1} = 28,8;$$

$$\text{Россия: } a_0 = \frac{\Sigma 1605,8}{3} = 535,27; a_1 = \frac{\Sigma 9,7 \cdot 1}{\Sigma 1} = 9,7;$$

Таким образом, уравнение тренда для США может быть записана как $\tilde{y}_t = 512,38 + 118,7 \cdot t$, т. е. добыча нефте-продуктов возрастала на 118,7 млн./тонн в год, в Саудовской Аравии на 28,8 млн./тонн в год ($\tilde{y}_t = 549,67 + 28,8 \cdot t$) и в России на 9,7 млн./тонн в год ($\tilde{y}_t = 535,27 + 9,7 \cdot t$).

В 2011 году цены на нефть варьировали около 100 долл/барр. К установившимся ценам участники мирового рынка вполне приспособились. Кроме того, сложившаяся ситуация на рынке со стоимостью стало необходимым для основных поставщиков нефти, т. к. финансовое положение этих стран находится в прямой зависимости от полученных за продажу нефтедолларов.

Что касается 2012–2013 гг., то ситуация нефтяного рынка сохранялась на уровне предыдущего года, а средний показатель марки «Brent» варьировал до 112 долл/барр. Причиной тому послужило повышение спроса на нефть, вызванное глобализацией мировых рынков, в частности экономическим ростом Китая и Индии, а также довольно холодная политика ОПЕК по отношению к увеличению нефтедобычи членами организации.

В 2014 году замедленное развитие экономики повлекло за собой падение спроса на нефть, в то время как добыча сырья в Ливии достигла до 1 млн. барр/день. Итогом сентября 2014 года стало постепенное снижение цен, а в дальнейшем полное падение, вследствие чего под принуждением Саудовской Аравии, ОПЕК решил не убавлять норму добычи нефти. В начале декабря падение цен составило от 115 долл/барр. до 65 долл/барр., вслед за тем и до 53 долл/барр. Решение, принятое странами ОПЕК, повлекло за собой не удовлетворяющий результат для своих стран. Исходя из данных международного валютного фонда, крупные нефтеэкспортирующие страны Ближнего Востока из-за понижения цен в 2015 году потерпели убытки приблизительно до 390 миллиарда долларов. По прогнозам к концу 2016 года потери составят около 540 миллиарда долларов.

Начало 2015 года характеризуется выравниванием сложившейся ситуации на рынке, цены на нефть начали расти. В апреле того же года, в Саудовской Аравии прослеживалась рекордная добыча до 10,3 млн. барр/день. Изменения коснулись также стран, не являющиеся членами ОПЕК, в то время как в США наблюдалось сокращение бурения сланцевой нефти, но добыча ее не прекращала расти до 9,6 млн. барр/день.

По прогнозам организации стран экспортёров нефти к концу 2016 года увеличение мирового спроса на нефть достигнет 1,2 млн. барр/сутки.

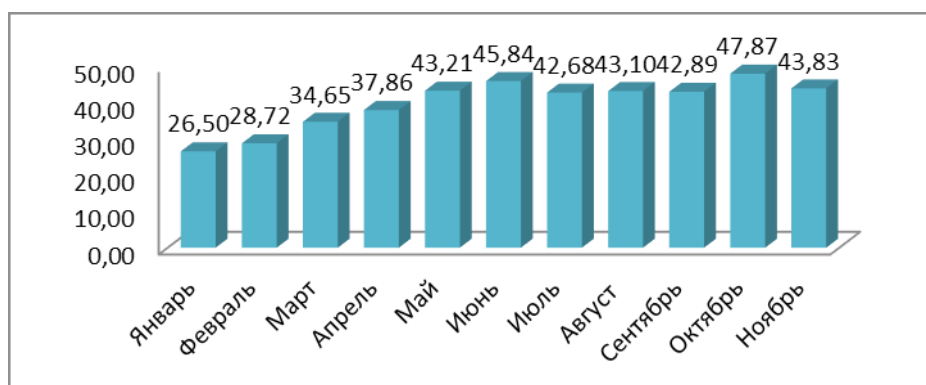


Рис. 2. Цены на нефть ОПЕК (доллар за баррель) в 2016 году

Ценовая корзина за баррель стран ОПЕК в июне выросла до 45,84 долл./барр. (рис. 2), а концу октября достигал 47,87 долл./барр.

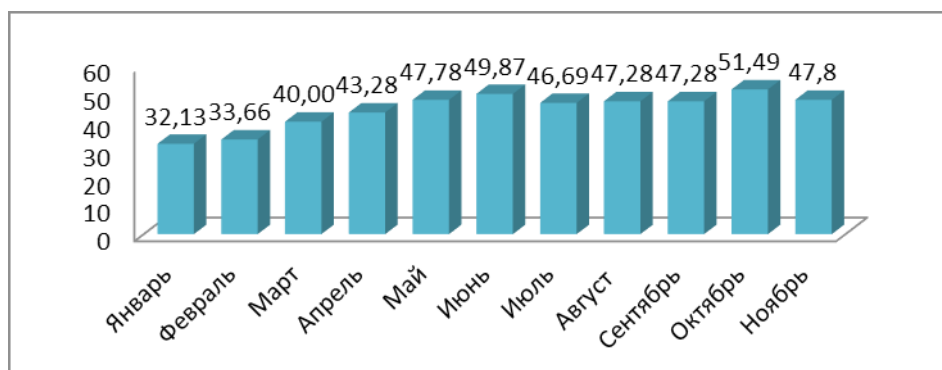


Рис. 3. Цены на нефть Brent (доллар за баррель) в 2016 году

Цены на нефть Brent в июне достигли до 49,87 долл./барр. (рис. 3), а в октябре 2016 года выросли до 51,49 долл./барр.

Опираясь на прогностические данные большинства участников международного нефтяного рынка, в 2017 году ценовой фактор в лучшем случае увеличится незначительно, а в худшем — продолжит снижаться.

Проанализируем цены и последствия их влияния крупнейших организаций по состоянию на 2017 год (табл. 4):

Таблица 4. Прогноз цен и анализ последствий влияний международных организаций

Организация	Прогноз цен	Последствия влияния
ОПЕК (The Organization of the Petroleum Exporting Countries; ОПЕК)	Цена нефти будет расти, но не выше 60 долл./барр.	Ослабление роста развивающихся экономик; средний положительный мировой рост как фактор увеличения спроса на топливо; снижение капитальных расходов международных нефтедобывающих компаний.
Международное энергетическое агентство (International Energy Agency)	В краткосрочной перспективе цены на нефть расти не будут, но существует риск её дальнейшего снижения до среднего значения до 35 долл./барр.	Переизбыток нефти на рынке — сложность в достижении компромисса между странами-экспортерами; ослабление роста крупнейших развивающихся экономик — России, Бразилии, Китая.
Управление информацией по энергетике (Energy Information Administration)	Средняя цена нефти незначительно увеличится и достигнет значения в 38 долл./барр.	Продолжение процесса накопления нефтяных запасов; рост мирового потребления нефти; снижение объемов добычи в России и Северном море; рост объемов добычи в странах ОПЕК
Всемирный Банк (World Bank)	Ожидается снижение цен на нефть со средним значением в 37 долл./барр.	Замедление роста развивающихся экономик; рост предложения, вызванный снятием санкций с Ирана, устойчивым ростом добычи нефти в США и приоритетом рыночной доли для стран ОПЕК.
Международный валютный фонд (International Monetary Fund)	Постепенно восстановятся цены в 2017 году со средним значением в 37 долл./барр.	Интенсивное поступление на рынок иранской нефти; снижение роста Китая, стран БРИКС и других развивающихся экономик; снижение инвестиций в добывающую промышленность; средний положительный экономический рост в мире.

Результатами последствий влияния нефтяного рынка на экономику в будущем, может стать переход от современной ситуации избыточного предложения к ситуации дефицита предложения, однако рост цен по-прежнему будет ограничен сверху рентабельностью «сланцевого навеса». Это может вызвать достаточно резкий рост цен до «потолка» в 55–60 долл./бар на период до года, однако такой уровень неустойчив в среднесрочной перспективе.

Организация Стран Экспортёров нефти, несомненно, явилось одним из важнейших событий, способствовавший развитию и сотрудничеству международных и межправительственных организаций. ОПЕК имеет значительное влияние над установлением цен, уровнем добычи и степенью эксплуатации мощностей. Экономическая политика стран ОПЕК не только обладает значительным влиянием на международную экономическую систему, но также, прямо пропорционально зависит от темпов ее развития. При этом, исходя из прогностических данных экспертов, рост расходования энергетических ресурсов не уменьшится, а наоборот будет расти, что послужит причиной для дальнейшего усиления влияния стран ОПЕК на мировой арене.

Роль стран ОПЕК на современном этапе заключается в разработке совместной политики государств-членов для установления справедливых и стабильных цен на нефть и нефтяные продукты. Одним из важнейших факторов неопределённости перспектив дальнейшего влияния ОПЕК является неясность в развитии мировой энергетики, которая при достижении значительных успехов в использовании новых источников энергии, таких как гелиоэнергии, атомной энергии и т. д., может привести к снижению роли нефти на мировой арене, соответственно и уменьшению влияния на рынок нефти странами ОПЕК. Однако, по прогнозам международных организаций нефть остаётся главным энергоресурсом нашей планеты на будущие десятилетия.

По итогам переговоров, состоявшихся в Вене 10 декабря 2016 года между странами ОПЕК и странами, не входящими в картель, была достигнута договоренность о сокращении добычи нефти с января 2017 года на 558 тыс. баррелей в сутки. Страны, не входящие в ОПЕК снизят добычу с уровня достигнутого в сентябре и в октябре 2016 года. Одиннадцать стран, не входящих в ОПЕК (Бахрейн, Малайзия, Азербайджан, Казахстан, Оман, Южный Судан, Экваториальная Гвинея, Мексика, Россия, Бруней и Судан) приняли участие в соглашении о снижении объёмов нефтедобычи.

Большая часть запланированных объёмов по сокращению нефтедобычи берет на себя Россия, около 300 тыс. баррелей в сутки. Российская Федерация планирует снизить добычу нефти с уровня 11,247 млн. баррелей в сутки до 10,947 млн. баррелей в сутки. Мексика снизит добычу до 100 тыс. баррелей в сутки, Казахстан сократит добычу нефти до 20 тыс. баррелей в сутки, Азербайджан на 35 тыс. баррелей в сутки, а Оман сократит производство на 40 тыс. баррелей в сутки.

России играет важную роль в мировом энергетическом рынке, являясь одним из крупнейших добытчиков и экспортёров нефти в современном мире. Совместно со странами организации экспортёров нефти, Россия стремится к стабилизации рынка сырья на глобальном уровне, способствуя регулированию ситуации с ценами на энергоресурсы. Высокие цены на российскую нефть приводят к внушительному притоку иностранной валюты в Россию, что влечет за собой увеличение издержек при производстве собственных товаров с большей добавленной стоимостью. Россия участвует в процессе стабилизации цен на углеводороды не только контактируя со странами ОПЕК, но также взаимодействием со странами-потребителями.

Таким образом, общей целью России и ОПЕК, является поддержание цен на нефть в оговоренных пределах. Существующая договоренность не должна покрывать производственные затраты и риски производителей, а с другой стороны, регулируемые цены не должны отрицательно влиять на мировое экономическое развитие и негативно отражаться на инвестициях в нефтяную промышленность.

Литература:

1. Бурьянова, Н. В. / Учебно-методическое пособие по дисциплине «Статистика» для студентов экономического бакалавриата / Н. В. Бурьянова, О. Н. Малова-Скирко. — Таганрог: Издатель Ступин А. Н., 2012. — 41 с.
2. Карпушин, А. ОПЕК: нефтяной кнут // Нефть России. — 2005. — № 8. — с. 30–39.
3. Елисеева, И. И. / Общая теория статистики: Учебник / Под ред. чл.-корр. РАН И. И. Елисеевой, Юзбашев М. М., — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 244 с.
4. Шоев, А. Х. / Нефтяной фактор в развития геополитики в современном мире / Экономика, управление, финансы: материалы VI междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2016 г.). / Шоев А. Х., Махкамова Ф. М. — Краснодар: Новация, 2016. — 37–40 с.
5. Сарма, А. О. / Факторы влияния на инвестиционные процессы в современном мире / Актуальные вопросы экономических наук: материалы III междунар. науч. конф. (г. Уфа, июнь 2014 г.). / Сарма А. О. — Уфа: Лето, 2014. — 71–72 с.
6. Губайдуллина, М. Ш. / ОПЕК и Россия: формат энергетического сотрудничества / М. Ш. Губайдуллина, С. Мисина / Вестник КазНУ, 2012. — URL: <http://articlekz.com/article/7833>.
7. Официальный сайт ОПЕК — URL: http://www.opec.org/opec_web/en/.

Методические основы формирования системы стратегического управления человеческими ресурсами

Болиева Инга Ахтемировна, кандидат экономических наук, доцент;
Сурхаева Илита Наваговна, магистрант;
Текиев Марат Владимирович, кандидат экономических наук, зав. кафедрой
Северо-Кавказский горно-металлургический институт (г. Владикавказ)

В статье раскрыто понятие стратегического управления человеческими ресурсами, рассмотрены его основные этапы, цели и задачи. Изучены основные методы стратегического управления человеческими ресурсами и проблемы, для решения которых они применяются.

Ключевые слова: стратегическое управление персоналом; внешняя среда; внутренняя среда; миссия организации; конкурентное преимущество

Methodical bases of formation of strategic human resource management system

Bolieva Inga Akhtemirovna;
Surkhaeva Ilita Navagovna;
Tekiev Marat Vladimirovich

In the article the concept of strategic human resource management, considered its main stages, goals and objectives. Studied the basic methods of strategic management of human resources and the problems for which they are used, competitive advantage.

Keywords: strategic human resource management; the external environment; internal environment; the mission of the organization

Положение персонала предприятия, степень его квалификации и мастерства, умение наёмных работников эффективно регулировать стоящие перед ним производственные проблемы и приносить компании прибыль находятся в непосредственной зависимости от теоретических подходов и методов работы с людьми, которые находят применение в повседневной работе менеджеров компании. Они, первоочередно, взаимосвязаны со стратегическим управлением персоналом, зависящим от реализуемой стратегии управления персоналом компании. Более того, стратегическая кадровая политика определяет и стратегию управления персоналом компании. Стратегическая кадровая политика создаёт условия для принятия решений, которые будут удовлетворять и компанию, в целом, и её персонал, в частности. Благодаря стратегической кадровой политике определяется в какой степени реализуема единая цель и стратегия развития компании, а также — что следует изменить в работе с персоналом. [5,1]

Стратегия управления персоналом — это руководство созданием конкурентоспособного трудового потенциала компании с учётом совершающихся и будущих перемен в её внешней и внутренней среде, которое позволяет предприятию выживать, совершенствоваться и эффективнее добиваться своих целей как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе.

Основная цель стратегического управления персоналом — гарантировать скоординированное и соответ-

ствующее состоянию внешней и внутренней среды, развитие конкурентоспособности рабочих возможностей в расчете на продолжительный период времени. Роль системы управления персоналом и непрерывного наращивания компетентности работников в условиях стратегического управления значительно возрастает. Однако технологические процессы стратегического управления персоналом пока что недостаточно выработаны, что считается одним из факторов появления трудностей в концепции управления персоналом.

К подобным трудностям принадлежат:

- возникновение недостаточных видов специальностей и трудности с наймом требуемых сотрудников;
- увеличение стоимости услуг образовательных и консалтинговых органов;
- трансформация в новейшие виды деятельности, довольно стремительная замена технологий производства и услуг, потребность увольнения согласно данным обстоятельствам доли персонала;
- недостаток экономических ресурсов и резкое снижение количества и структуры сотрудников во взаимосвязи с неопределённостью при создании «портфеля» заявок.

Одним из наиболее результативных методов решения отмеченных трудностей считается развитие концепции стратегического управления людскими ресурсами. В рамках такого рода концепции процедура стратегического управления содержит 5 взаимозависимых стадий. Они зако-

номерно следуют одна из другой. При этом имеется стабильная обратная связь и противоположное воздействие любой из стадий на все остальные (Рис. 1).

1 стадия. Исследование внешней и внутренней среды считается основополагающим, так как оно является основой как для установления миссии и целей компании, так и для разработки стратегии поведения в окружающей конкурентной среде, позволяющей реализовать миссию и в полной мере достичь всех поставленных целей.

2 стадия. Установление миссии компании и конкретных стратегических целей для её реализации. Миссия — это ни что иное, как чёткое предназначение компании, установление того, для чего и с какой целью она существует.

3 стадия. Построение и подбор стратегии — предполагает установление главного направления, характера движения, подход, придерживаясь которого предприятие сумеет достигнуть поставленных целей и миссии.

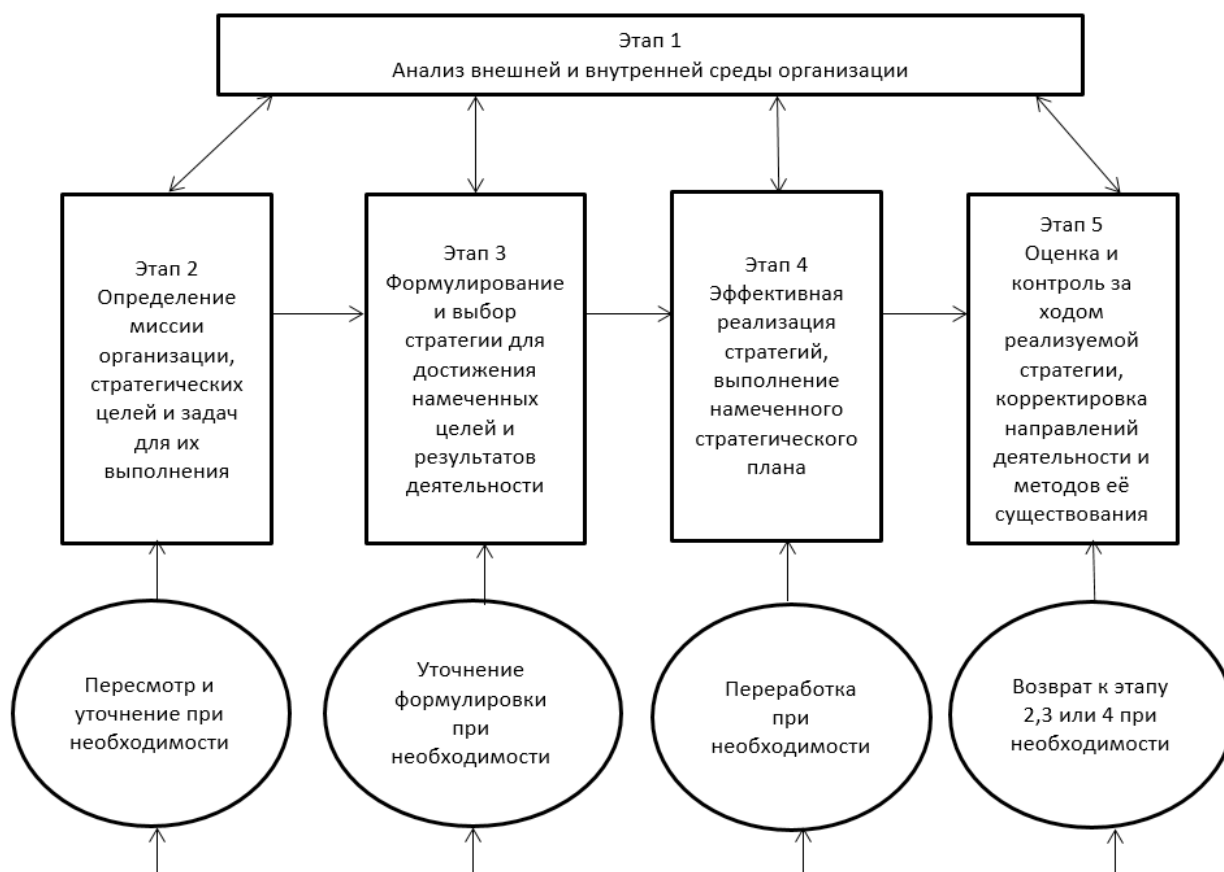


Рис. 1. Этапы процесса стратегического управления организацией

4 стадия. Осуществление стратегии — исполняется совокупность операций, нацеленных на повышение деловой активности в экономической, финансовой, организационной и иных областях, на повышение мотивирование персонала, формирование корпоративной культуры и внутреннего состава компании в целях достижения запланированных результатов.

5 стадия. Анализ и контроль реализуемой стратегии — сопряжён с непрерывным возникновением новейшие факторов, переменой условий внешней и внутренней сфер, действующих на предприятие, что приводит к потребности постоянной корректировки избранной ранее стратегии. В таких условиях цели и даже миссия организации могут быть неоднократно пересмотрены, деятельность компании переориентирована, стратегия, бюджет, технология производства и структура компании изменены. [1,135]

Методическая база развития концепции стратегического управления человеческими ресурсами обязана содержать в себе последующие наиболее известные способы развития стратегии управления персоналом, используемые ведущими иностранными компаниями:

1. Метод формирования ресурсной способности: анализирует фирму как «связку» материальных и нематериальных ресурсов и возможностей, которые соответствуют условиям рыночной конкуренции. Человеческие ресурсы в этом случае рассматриваются как главный ресурс конкурентного преимущества перед другими предприятиями в данной отрасли. Основой данного метода считается принятие значимости наличия ноу-хау в компании.

2. Метод управления формированием высокой степени приверженности: управление формированием высокой степени приверженности основывается на предположении, что высокий уровень эффективности труда

и желание работать в конкретной организации проявляются в тех компаниях, которые не применяют жестких методов контроля, где, напротив, на работников возлагается больше ответственности, менеджеры вдохновляют их на труд и помогают получить удовлетворение от работы.

3. Метод управления формированием высокого уровня эффективности: управление формированием высокого уровня эффективности направлено на увеличение производительности труда за счёт эффективного применения человеческого потенциала. Практическая деятельность в этой сфере содержит в себе ресурсное обеспечение, формирование персонала, руководство эффективностью и структурой вознаграждения, которые фокусируются на формировании добавочной ценности.

4. Метод «наилучшей практики»: данный метод базируется на утверждении того, что имеется «концепция наилучшей практики» управления человеческими ресурсами компании и что её осуществление гарантирует увеличение эффективности. Иначе говоря, этот метод подразумевает формализацию неповторимого, т. е. уникального эффективного практического навыка. Задача метода — предоставление возможности выявления и применения того, что ранее уже имело место быть.

Вся совокупность мероприятий системы стратегического управления человеческими ресурсами даёт возможность регулировать решение следующих задач:

1. Предоставление компании трудового потенциала в том размере, который необходим для реализации её стра-

тегических целей.

2. Формирование и развитие внутренней среды предприятия таким образом, что внутриорганизационная корпоративная культура, приоритеты и ценностные ориентации работников будут соответствовать общефирменным и способствовать достижению как частных потребностей, так и общей для всех миссии и целей организации.

3. Отталкиваясь от направлений стратегического управления и создаваемых им конечных продуктов деятельности, возможно регулировании трудности, сопряжённые с многофункциональными организационными структурами управления, включая управление человеческими ресурсами. Методы стратегического управления персоналом организации дают возможность совершенствовать и и сохранять гибкость организационных структур.

4. Возможность разрешения противоречий в вопросах централизации-децентрализации управления персоналом. Субъектом стратегического управления персоналом выступает служба управления персоналом организации и вовлеченные по роду деятельности высшие линейные и функциональные руководители». [3,137]

Правильное применение методов формирования системы стратегического управления человеческими ресурсами и эффективное решение всех задач, стоящих перед предприятиями в этой области приведут к повышению эффективности кадровой политики и деятельности всего предприятия, в целом.

Литература:

1. Бекренева, Н. Н., Кузнецова Е. В., Тарасова Т. В. Управление человеческими ресурсами. — Пенза: Бибком — 2013. — 137 с.
2. Винокуров, В. А. Организация стратегического управления на предприятии. М: Центр экономики и маркетинга, 1996. — 345 с.
3. Волгин, А. П. Управление персоналом в условиях рыночной экономики: Опыт ФРГ. М.: Дело, 1992—178 с.
4. Громова, О. Н. Стратегия управления персоналом организации: Учебное пособие/ М.: ГАУ, 1997, — 99 с.
5. Кибанов, А. Я. Кадровая политика и стратегия управления персоналом. -М.:Прспект-2012.—41 с.
6. Лукашевич, В. В. Основы управления персоналом. — М.: Кнорус-2010. — 141 с.
7. Смирнов, Б. М. Кадровые нововведения в системе управления персоналом. — М.: ГАУ, 1996. — 313 с.
8. Хучек, М. Стратегия управления трудовым потенциалом предприятия. М.: РАУ, 1993. — 214 с.
9. Шекшня, С. В. Управление персоналом современной организации. М.: Интел-Синтез. 1996. — 389 с.

Государственное регулирование инвестиционной политики в отраслях народного хозяйства

Болиева Инга Ахтемировна, кандидат экономических наук, доцент;
Текиев Марат Владимирович, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой;
Алборова Залина Эльбрусевна, магистрант
Северо-Кавказский горно-металлургический институт (г. Владикавказ)

В статье рассматривается регулирование инвестиционной деятельности на государственном уровне, согласно закону об инвестициях, а также государственные инвестиции в отраслях народного хозяйства.

Ключевые слова: инвестиции, государственное регулирование, народное хозяйство

State regulation of investment policy in the national economy sectors

The article discusses the regulation of investment activity at the state level, in accordance with the Investment Law, as well as public investment in the national economy sectors.

Key words: investments, government regulation, national economy

Инвестиционная политика государства является важным рычагом воздействия на деятельность субъектов хозяйствования и экономику страны в целом.

Цель инвестиционной политики — реализация стратегического плана экономического и социального развития страны. Конечной целью инвестиционной политики является оживление инвестиционной деятельности, направленной на подъем экономики страны и повышение эффективности общественного производства.

Задачи инвестиционной политики зависят от поставленной цели и конкретно сложившейся экономической ситуации в стране.

Инвестиционной политике в нашем государстве до недавнего времени уделялось недостаточное внимание, однако государство начало понимать важность правильной инвестиционной политики, и что самое важное, начало предпринимать шаги в нужном направлении. Последние годы наблюдаются сдвиги в изменении инвестиционной политики государства, ликвидируются структурные перекосы в экономике.

Политика в сфере инвестирования предусматривает участие государства в роли инвестора и регулятора инвестиционных операций одновременно.

Государственное регулирование инвестиционной деятельности — комплекс мер, способствующих умножению эффекта от вложения денег в развитие приоритетных сфер народного хозяйства. Методы государственного регулирования инвестиционной деятельности включают непосредственные и опосредованные методы.

Суть прямых методов регулирования заключается в финансовой поддержке отраслей экономики или отдельных предприятий, которые гарантированно не выстоят в конкурентной борьбе.

Опосредованное государственное регулирование инвестиций — это совокупность методов, которыми пользуется государство с целью непрямого воздействия на инвестиционные процессы, проявляющегося в инструментах бюджетирования, кредитования и налогообложения. С помощью этих инструментов государство пытается оказать эффективное влияние на субъекты, вовлеченные в процесс инвестирования.

Формы государственного регулирования инвестиционной деятельности можно представить в виде схемы (рис. 1).

Регулирование органами местного самоуправления инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений, предусматривает:

1) создание в муниципальных образованиях благоприятных условий для развития инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений, путем:

- установления местных налогов;
- защиты интересов инвесторов;
- предоставления субъектам инвестиционной деятельности не противоречащих законодательству РФ льготных условий пользования землей и другими природными ресурсами, находящимися в муниципальной собственности;
- расширения использования средств населения и иных внебюджетных источников субъектам инвестиционной деятельности льгот по уплате;
- финансирования жилищного строительства и строительства объектов социально-культурного назначения.

2) прямое участие органов местного самоуправления в инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений, путем:



Рис. 1

— проведения экспертизы инвестиционных проектов в соответствии с законодательством РФ;

— выпуска муниципальных займов в соответствии с законодательством РФ;

— вовлечения в инвестиционный процесс временно приостановленных и законсервированных строек и объектов, находящихся в муниципальной собственности.

Органы местного самоуправления предоставляют на конкурсной основе муниципальные гарантии по инвестиционным проектам за счет средств местных бюджетов. Порядок предоставления муниципальных гарантий за счет средств местных бюджетов утверждается представительным органом местного самоуправления в соответствии с законодательством РФ.

Расходы на финансирование инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений органами местного самоуправления, предусматриваются местными бюджетами. Контроль за целевым и эффективным использованием средств местных бюджетов, направляемых на капитальные вложения, осуществляют органы, уполномоченные представительными органами местного самоуправления.

В случае участия органов местного самоуправления в финансировании инвестиционных проектов, осуществляемых РФ и его субъектами, разработка и утверждение этих инвестиционных проектов осуществляются по согласованию с органами местного самоуправления.

При осуществлении инвестиционной деятельности органы местного самоуправления вправе взаимодействовать с органами местного самоуправления других муниципальных

образований, в том числе путем объединения собственных и привлеченных средств на основании договора между ними и в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Регулирование органами местного самоуправления инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений, может осуществляться с использованием иных форм и методов в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Органы местного самоуправления в пределах своих полномочий в соответствии с Федеральным законом, другими федеральными законами и иными нормативными правовыми актами РФ, законами его субъектов и иными нормативными правовыми актами субъектов РФ гарантируют всем субъектам инвестиционной деятельности:

— обеспечение равных прав при осуществлении инвестиционной деятельности;

— гласность в обсуждении инвестиционных проектов;

— стабильность прав субъектов инвестиционной деятельности.

Ниже представлена таблица, в которой отображены инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности в разрезе форм собственности в процентах к общему объему по видам деятельности в 2015 г.

Как видно из таблицы доля государственных инвестиций составляет в 2015 году 13,7% от общего объема инвестиций. В сельское хозяйство государство инвестировало 5,5% от общей объема инвестиций в данный вид экономической деятельности. Наиболее активно государство вкладывало в транспорт и связь — 42,8%. Также государство активно инвестировало в строительство — 23,6%.

Таблица 1

Виды экономической деятельности	Российская	из нее:				Иностр.	Совместная российская и иностр.
		госуд.	муниц.	частная	смешанная российская		
Всего ¹⁾	86,3	13,7	2,6	59,5	9,1	7,3	6,4
в том числе: с/х, охота и лесное хозяйство	90,5	5,5	0,8	83,0	1,1	3,2	6,3
рыболовство, рыбоводство	99,7	4,5	0,1	87,5	7,3	-	0,3
добыча полезных ископаемых	79,4	0,1	-	67,3	11,8	9,4	11,2
обрабатывающие производства	67,3	5,3	-	47,8	13,1	13,6	19,1
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	91,2	10,8	6,0	34,0	24,1	0,5	8,3
строительство	90,3	23,6	4,6	58,8	3,3	4,9	4,8
оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	65,0	0,6	0,1	59,7	3,8	31,3	3,7
транспорт и связь	88,4	42,8	2,1	33,8	9,7	4,4	7,2

¹⁾ Данные приведены по полному кругу хозяйствующих субъектов, включая досчеты на инвестиции, не наблюдаемые прямыми статистическими методами

Таким образом, можно сделать вывод о том, что государственное регулирование инвестиционной деятельности на данном этапе еще не окрепло и не набрало полную мощь, но все меры для этого принимаются.

Литература:

1. Федеральный закон от 25.02.1999 № 39-ФЗ (ред. от 28.12.2013) «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений».
2. Аскинадзи, В. М. Инвестиции: учеб. для студ. вузов, бакалавров, [магистров] / Учеб.-метод. объединение по образованию. — М.: Юрайт. — 2014.
3. Теплова, Т. В. Инвестиции. Теория и практика: учеб. для студ. вузов, бакалавров / Учеб.-метод. объединение по образованию. — М.: Юрайт. — 2014.
4. Николаев, М. А. Инвестиционная деятельность: учеб. пособие для студ. вузов, [аспирантов] — М.: Финансы и статистика: ИНФРА-М. 2014.
5. <http://www.gks.ru>

Сравнение требований МСФО (IAS) 18 «Выручка» и МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями»

Бороздина Екатерина Андреевна, студент;
Семенова Альбина Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

Своим приказом от 27 июня 2016 г. N 98н Минфин Российской Федерации ввел в действие международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями».

Стандарт станет обязательным к применению в России с 01.01.2018 года согласно Приказу Минфина РФ, в ре-

дакции от 14.09.2016 N 156н. При этом, организации уже сейчас могут начать использовать его, раскрыв этот факт.

Данный стандарт заменит МСФО (IAS) 11 «Договоры на строительство» и МСФО (IAS) 18 «Выручка», а также некоторые разъяснения (КРМФО (IFRIC) 13 «Программы лояльности клиентов», КРМФО (IFRIC) 15

«Соглашения на строительство объектов недвижимости», КРМФО (IFRIC) 18 «Передача активов от клиентов», ПКР (SIC) 31 «Выручка — бартерные операции, включающие рекламные услуги»).

МСФО (IFRS) 15 был разработан с целью сблизить международные стандарты финансовой отчетности и стандарты бухгалтерского учета GAAP США: GAAP США содержит около 100 подробных требований к признанию выручки, в то время как МСФО имели более общие положения. Из-за значительных различий в требованиях данных систем, одинаковые сделки учитывались по-разному.

Целями создания нового стандарта о выручке было:

— устранить недостатки и несоответствия в существующих требованиях к учету;

— создать требования, которые могли бы использовать компании разных стран и отраслей деятельности;

— сделать информацию, раскрываемую в отчетности, более полной, понятной и полезной для пользователей.

Новый стандарт имеет более структурированный подход к учету выручки, подробно освещая стадии взаимоотношений на основании договора выручки. МСФО (IFRS) 15 предусматривает такие ситуации, как объединение договоров и модификацию договора, излагая требования и правила признания выручки в таких случаях. Также, новый стандарт предлагает новые требования к объему информации, обязательной для раскрытия; указывает критерии для различных контрактов, делая требования более ясными и точными, избегая обобщенных положений. Стандарт предлагает единую модель учета для всех договоров с покупателями. Он также раскрывает особенности признания выручки для сделок, обязательства для которых исполняются в определенный момент времени или в течение периода времени.

Помимо этого, стандарт содержит предписания по учету и отражению стоимости исполнения и получения договора, а также капитализации таких расходов.

Модель учета, предложенная МСФО (IFRS) 15, включает в себя следующие шаги:

1. Идентификация договора.

Стороны должны утвердить договор, в котором четко прописаны права каждой стороны, а также условия оплаты. Договор также должен подразумевать передачу риска при его исполнении и вероятность получения продавцом вознаграждения.

На данном этапе отличий от старых стандартов МСФО нет, но организация должна более внимательно выбирать и анализировать потенциальных покупателей, выбирая тех, которые с большей вероятностью принесут ей выгоду.

2. Идентификация обязанностей к исполнению.

На данном этапе определяется, что же именно станет предметом договора: это должна быть отличимый товар или услуга. Продажа такого товара и будет единицей учета выручки. Под отличимым товаром понимается товар, от которого можно получить выгоду по отдельности, и его можно отдельно идентифицировать.

На данном этапе особых отличий также не возникнет. Однако, в случае продажи комбинированных продуктов (например, продажа оборудования с дополнительными услугами по его постгарантийному обслуживанию) будут возникать существенные различия.

3. Определение цены сделки.

Организация анализирует условия договора и свою обычную деловую практику с целью установления цены.

При этом установленная цена должна учитывать следующее:

— Переменное возмещение;

— Наличие значительного компонента финансирования;

— Неденежное возмещение.

Переменное возмещение: согласно МСФО (IAS) 18 продавец должен был оценить вероятность поступления выгод от сделки в будущем и того, будут ли переданы все риски при совершении сделки. При несоответствии сделки хотя бы одному из этих условий выручка не могла признаваться.

Прим. этому, МСФО (IFRS) 15 говорит о передаче контроля и подробно указывает критерии оценки вероятности наступления событий, которые позволят признать выручку. То есть, организация одним из двух методов (ожидаемой стоимости или наиболее вероятной величины) оценивает ожидаемое возмещение, после чего оно может признавать выручку. Благодаря новому стандарту, организация может на более раннем этапе признать выручку.

Значительный компонент финансирования: согласно МСФО (IAS) 18 выручка должна оцениваться по справедливой стоимости полученного возмещения, то есть стандарт не рассматривал ситуацию, когда покупатель финансирует продавца.

Согласно же МСФО (IFRS) 15 сумма выручки отражает ту цену, которую покупатель заплатил бы денежными средствами в момент перехода к нему обещанных товаров или услуг.

4. Распределение скидки на единицу учета выручки.

В МСФО (IAS) 18 не упоминалось распределение стоимости скидки на выручку, но говорилось о том, что выручка должна оцениваться по справедливой стоимости полученного возмещения. То есть, при каждом случае использования скидки необходимо анализировать операцию и вносить изменения в учетную политику, отражая ее подробности.

В МСФО (IFRS) 15 это является одним из этапов модели. В стандарте указывается способ распределения суммы скидки по товарам и услугам, указанным в договоре.

Например, интернет-провайдер предоставляет платные услуги абоненту, при этом бесплатно предоставляя в пользование оборудование для оказания этих услуг. По МСФО (IAS) 18 выручка от продажи этого оборудования будет нулевой, в то время как по МСФО (IFRS) 15 она будет распределена на цену продажи.

5. Определение момента признания выручки.

Компания должна определить, будет ли выручка признаваться в какой-то момент времени или в течение какого-то определенного периода.

По МСФО (IAS) 18 выручка признается в момент перехода рисков и вознаграждения, связанного с правом собственности на товар. В некоторых случаях выручка признается в течение какого-то времени, путем оценки степени завершенности процесса оказания услуг, либо линейным методом, либо в зависимости от ключевого момента оказания услуг.

МСФО (IFRS) 15 дает более точные рекомендации к определению момента признания выручки в зависимости от ситуации.

Например, в случае консигнационного соглашения, если организация, которой мы поставляем продукцию (дилер или дистрибьютор), не получила контроль над продукцией, то наша организация не имеет права признавать выручку.

Наглядным примером, показывающим различия в учете по новому и старому стандарту, будет являться описанная ниже ситуация.

Пример.

Компания, оказывающая услуги кабельного телевидения, для увеличения продаж подписки на годовой пакет услуг ввела акцию, по которой предоставляет абонентам бесплатный тюнер. Стоимость такого пакета услуг составит 600 рублей в месяц при ежемесячной оплате. В то же время организация продает такие тюнеры по цене 1800 рублей. Если же абонент покупает годовую подписку уже имея тюнер, стоимость такой подписки составит 550 рублей.

Допустим, абонент заключил договор с организацией 1 февраля 2016 года.

Учет согласно МСФО (IAS) 18:

Идентификация договора: Транзакция делится на продажу товара и услуги.

Признание и оценка выручки от продажи товара: Выполняются критерии признания выручки (так как тюнер переходит в собственность абонента). Сумма выручки оценивается как справедливая стоимость компенсации. Но стоимость тюнера равна нулю, значит его можно отнести к затратам на привлечение клиента.

Признание и оценка выручки от оказания услуг: Сумма выручки будет равна сумме договора за вычетом суммы выручки от продажи товара. Критерии признания выручки выполняются, поэтому сумма распределяется равномерно, то есть каждый месяц будет признаваться выручка в размере 600 рублей.

Учет согласно МСФО (IFRS) 15:

Литература:

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 18 «Выручка»: Приложение N 10 к Приказу Министерства финансов Российской Федерации от 28.12.2015 N 217н // КонсультантПлюс. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=202428#0> (дата обращения 08.02.2017)

Определение обязательств: Организация имеет два обязательства: передача товара и оказание услуг в течение 12 месяцев.

Определение цены договора: Общая цена равна 600 рублям в месяц, то есть 7200 рублей в год.

Распределение цены на обязательства: 7200 рублей стоит распределить на товар и услугу на основании цены товара и услуги, продаваемой по отдельности. По отдельности тюнер и пакет услуг стоят 8400 рублей в год. Получается, акция дает абоненту скидку в 1200 рублей.

Скидка распределяется пропорционально на каждое обязательство:

$$7200 * 1800 / 8400 = 1543 \text{ рублей — тюнер}$$

$$7200 - 1543 = 5657 \text{ рублей — услуга}$$

Признание выручки: Выручка от продажи тюнера будет признана на момент времени — на 1 февраля 2016 года.

Дт Контрактный актив Кт Выручка Сумма 1543 рубля

Контрактный актив будет переходить в дебиторскую задолженность, когда абонент будет платить организации по второму обязательству, то есть каждый месяц.

Каждый месяц будут делаться проводки:

Дт Дебиторская задолженность Кт Выручка Сумма 471 рубль (= 5657/12)

Дт Дебиторская задолженность Кт Контрактный актив Сумма 129 рублей (= 1543/12)

Выручка будет признаваться равномерно.

На конец отчетного 2016 года, в отчете о прибылях и убытках при учете в соответствии с МСФО (IAS) 18 будет отображена Выручка в размере 6600 рублей (= 600 руб * 11 мес). При учете в соответствии с МСФО (IFRS) 15 будет отображена выручка в размере 6724 рублей (= 1543 + 471 * 11) и контрактный актив в размере 124 рублей.

Приведенный нами пример наглядно показывает разницу в учете по старому и новому международному стандарту учета выручки.

Приведенное сравнение позволяет сделать выводы о том, что новый стандарт МСФО (IFRS) 15 более четко и структурированно представляет требования к учету выручки организации, освещает значимые области и вопросы, которым ранее не уделялось достаточного внимания. Также следование новому стандарту отчетности позволит организации отражать информацию более понятно, что является положительным фактором, который облегчит внешним пользователям понимание отчетности организаций. МСФО (IFRS) 15 особенно повлияет на такие отрасли как строительство, телекоммуникации, информационные технологии и оборонная промышленность, которым придется пересмотреть порядок признания выручки.

2. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями»: Приложение N 5 к Приказу Министерства финансов Российской Федерации от 27.06.2016 N 98н // Консультант-Плюс. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=201985#0> (дата обращения 09.02.2017)
3. Вышел новый стандарт по выручке МСФО (IFRS) 15 // Институт проблем предпринимательства. URL: www.iprnou.ru/article.php?idarticle=013417 (дата обращения: 10.02.2017)

Некоторые аспекты аудита финансовых результатов компаний телекоммуникационного сектора

Войпанюк Софья Юрьевна, студент;

Семенова Альбина Николаевна, кандидат экономических наук, доцент

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

Важнейшей составной частью информационной базы для проведения аудита являются данные о финансовом положении организации. Финансовые результаты предприятия представляют собой конечные итоги хозяйственной деятельности, которые отражают экономическую эффективность работы организации, показывая прибыль или убыток. Цель аудиторской проверки заключается в выражении мнения о достоверности бухгалтерской отчётности компании и её соответствии нормативно-правовому законодательству.

Считаем необходимым выделить, что результаты аудита рассматриваемого вида напрямую влияют на управленческие решения, которые принимает руководство организации, поскольку аудитор в ходе проверки, рассматривая отчётность компании и её внутренние документы, анализирует деятельность организации и как итог информирует о её финансовом состоянии, которое во многом зависит от системы управления [3, с. 35].

Для того, чтобы оценить финансовые результаты деятельности организации, необходимо обладать определенными источниками информации (первичными документами организации, прежде всего) [2].

Таким образом, можно отметить, что результаты аудита финансовых результатов в совокупности с анализом различных показателей обеспечивает пользователям финансовой отчетности возможность «отслеживания» финансового положения компании, проводить мониторинг изменений и вовремя устранять проблемы и принимать правильные стратегические, маркетинговые и управленческие решения.

При проведении аудита финансовых результатов проверки подлежат следующие бухгалтерские счета:

непосредственно связанные с отражением операций по формированию доходов: 99 «Прибыли и убытки», 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток»;

предпосылки, которые сделаны руководством аудируемого лица в финансовой отчетности: 01 «Основные средства», 04 «Нематериальные активы», 09 «Отложенные

налоговые активы», 10 «Материалы», 14 «Резервы под снижение стоимости материальных ценностей», 51 «Расчетные счета», 66 «Расчеты по краткосрочным кредитам и займам», 67 «Расчеты по долгосрочным кредитам и займам», 68 «Расчеты по налогам и сборам», 75 «Расчеты с учредителями», 77 «Отложенные налоговые обязательства», 90 «Продажи», 91 «Прочие доходы и расходы», 98 «Доходы будущих периодов» и др.

Первоначальным этапом проведения аудита является подготовка плана и программы. План аудиторской проверки финансовых результатов составляется с учётом всех факторов, которые влияют на результаты аудита, а именно: специфика и масштаб деятельности организации, сложность проверки, методики, которые будет использовать аудитор при проверке аудируемого лица.

По завершению проверки в аудиторском заключении фиксируется степень доверия к системе учета организации; также в нем аудитор обобщает результаты проверки, на основе которых даёт советы о том какая учетная политика больше всего может обеспечить реализацию выбранной финансовой стратегии компании.

Хотелось бы отметить, что финансовые результаты организации — это отражение деятельности компании, а значит, при правильном составлении бухгалтерской отчетности они дают объективную картину финансового положения организации. «Устойчивость организации можно рассматривать как условие его прогрессирующего движения» [1].

По мнению профессора В. И. Подольского [4, с. 232], при разработке методик аудиторских проверок необходимо выделять подходы, представленные в таблице 1.

Исходя из проведенного исследования, можно сделать вывод, что из перечисленных подходов — специфические особенности компании, работающей в определенной сфере, в большой степени, способен учесть отраслевой подход методологии аудиторской проверки.

XXI век — век высоких технологий, век непрерывающегося потока информации, что подтверждает скорость

Таблица 1. Подходы методик аудиторских проверок

Наименование подхода	Комментарии
Учетный подход	Данные подходы так или иначе пересекаются между собой и самый эффективный подход, по нашему мнению, это совокупность подходов в зависимости от аудируемой организации.
Специальный подход	
Отраслевой подход	
Правовой подход	

развития телекоммуникационного сектора. Ежегодно такие компании как ПАО «Мегафон», ПАО «МГТС», ПАО «Ростелеком» проводят обязательный аудит. Изучая аудиторские заключения компаний, можно заметить не только специфику организаций данного сектора, но и то, к примеру, как компании отражают расходы в своей финансовой отчетности. Прежде всего, это связано с тем, что

компании применяют различные способы учета расходов, которые определены в их учетной политике.

Наибольший спектр раскрытия информации в финансовой отчетности по финансовым результатам можно наблюдать в МСФО. На рисунке 1 представлены линейные статьи по основным видам деятельности компаний телекоммуникационного сектора.

ПАО "Ростелеком"	ПАО "Мегафон"
- составляет отчет с анализом расходов <u>по характеру</u> : расходы Заработная плата, прочие выплаты и социальные отчисления Амортизационные отчисления и убытки от обесценения внеоборотных активов Расходы по услугам операторов связи Материалы, ремонт и обслуживание, коммунальные услуги Прибыль/(убыток) от выбытия основных средств и нематериальных активов Расходы по сомнительным долгам Прочие операционные доходы Прочие операционные расходы	- составляет отчет с анализом расходов <u>по функциям</u> : расходы Себестоимость услуг Себестоимость оборудования и аксессуаров Коммерческие расходы Общие и административные расходы Амортизация основных средств Амортизация нематериальных активов Убыток от выбытия внеоборотных активов

Рис. 1. Представление линейных статей в отчетности

Сведения из отчетности (рисунок 1) хорошо иллюстрируют то, что компании имеют разный подход при формировании своей отчетности, в данном случае информация представлена из консолидированных отчетов о совокупном доходе.

Телекоммуникационные компании отличаются спецификой услуг, которые они предоставляют. К основным отраслевым видам деятельности телекоммуникационных компаний можно отнести:

— все виды услуг связи, включая услуги местной, внутризоновой, междугородной и международной фик-

сированной телефонной связи и услуги мобильной связи;

- услуги передачи данных;
- Интернет-услуги;
- услуги платного кабельного телевидения;
- аренды каналов связи и радиосвязи на территории Российской Федерации.

Необходимо отметить, что данные виды деятельности являются не только спецификой отрасли телекоммуникаций, но и спецификой при проведении аудита, поскольку финансовый результат любой компании напрямую зависит

от их расходов, а значит это можно отнести и к специфике аудита финансовых результатов. Более того, телекоммуникационный сектор отличается своей быстрой динамикой развития отрасли, что можно отнести к ещё одной особенности при проведении аудиторской проверки.

Ещё одним весомым аспектом при проведении аудита финансовых результатов телекоммуникационных компаний является биллинг или «Автоматизированная Система Расчетов». Биллинг — это совокупность мер и решений на предприятиях связи, автоматизированная система расчетов с клиентами, которая необходима для того, чтобы вычислить стоимость оказанных услуг на основе определенных тарифов, выставить счета клиентам, а также обработать платежи.

Задачей аудитора является определение модели биллинговой системы компании — Prepaid или Postpaid. Из названия моделей несложно определить их различие, которое заключается в моменте оплаты предоставляемых услуг. Prepaid — это модель, под которой понимается предварительная оплата услуг, которые впоследствии расходуются согласно тарифам, а Postpaid — модель, при которой сначала абоненту предоставляются услуги согласно договору, и только потом происходит расчет стои-

мости услуг, исходя из тарифов и цен, и, выставляется счет на оплату. Акцент на эти модели сделан не случайно, поскольку аудитору это необходимо учитывать при проверке определения доходов и расходов, которые организации отражают в своей отчетности.

На этом основании можно подтвердить, что аудитор является не только квалифицированным специалистом бухгалтерского учёта, но и универсальным специалистом, который способен «подстроиться» под любой сектор деятельности компании, разрабатывая при этом авторский «подход» (методологию). Важными аспектами аудита финансовых результатов организаций телекоммуникационного сектора в первую очередь является понимание всех процедур и услуг аудируемой компании, а также владение аудитором достаточными знаниями в отраслевой специфике.

Таким образом, считаем необходимым отметить, что аудит финансовых результатов компаний телекоммуникационного сектора имеет довольно узкую специфику, поскольку данная отрасль стремительно развивается и появляется что-то новое, что подразумевает под собой различные определения расходов и доходов, которые впоследствии складываются в финансовый результат организаций.

Литература:

1. Письмо Минфина РФ от 27.01.2012 № 07–02–18/01 «Рекомендации аудиторским организациям, индивидуальным аудиторам, аудиторам по проведению аудита годовой бухгалтерской отчетности организаций за 2011 год» // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_125400/ (дата обращения: 07.02.2017);
2. «Рекомендации аудиторским организациям, индивидуальным аудиторам, аудиторам по проведению аудита годовой бухгалтерской отчетности организаций за 2012 год» (приложение к письму Минфина России от 09.01.2013 N 07–02–18/01) // СПС «КонсультантПлюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140747/ (дата обращения: 07.02.2017);
3. Булавина, Л. Н., Булавин М. В.. Аудит финансовых результатов от обычных видов деятельности // Международный бухгалтерский учет. — 2011. — № 45. — с. 35–44;
4. В. И. Подольский, А. А. Савин, Л. В. Сотникова. Аудит: Учебник для вузов. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. — 583 с.

Специфика применения мирового опыта в области методов налогового администрирования в ПМР

Гибескул Михаил Сергеевич, старший преподаватель;

Борзина Анна Валерьевна, студент

Приднестровский государственный университет имени Т. Г. Шевченко (г. Тирасполь, Молдова)

На современном этапе развития происходит социально-экономическая трансформация общества, параллельно с которой совершенствуются и государственные институты. Эти процессы невозможно реализовать без государственных расходов и обеспечивающих их доходов. В большинстве случаев основными источниками доходов являются налоговые платежи, поступление которых в бюд-

жетную систему обеспечивается системой налогового администрирования.

Мировой кризис существенно подорвал экономику многих государств, поэтому проблема налогового администрирования особенно актуальна вследствие того, что дефицит бюджета принимает систематически нестабильный характер.

Для слабых и медленно развивающихся стран дефицит бюджета является катастрофическим, поскольку провоцирует рост безработицы и еще больше усугубляет положение бедных. Так, в 2014 году законодательством ПМР был установлен размер дефицита консолидированного бюджета не более 1517764068 руб., или около 14 % ВВП. Принятый бюджет в 2015 году предусматривал предельный размер дефицита до 1947168833 руб., или к ВВП немногим более 21 %. Законом ПМР «О Республиканском бюджете на 2016 год» установлен размер дефицита в сумме не более 865146804 руб., или около 12 % к уровню ВВП.

Несмотря на намечающуюся тенденцию к снижению уровня бюджетного дефицита, очевидно, что работа Правительства и Верховного Совета ПМР должна быть направлена как на сокращение расходов, так и на увеличение доходов бюджета за счет налоговых поступлений.

Сокращение бюджетного дефицита — это важная задача, которую ставят перед собой все страны, в том числе и лидеры по экономическому развитию. Для ее решения используются различные методы, но налоговое администрирование является одним из самых эффективных инструментов, позволяющих это сделать.

Основные направления администрирования налогов и сборов реализуются через функции планирования, учета, контроля, анализа и регулирования. Такой подход позволяет охватить все сферы управления налоговым процессом [1].

С точки зрения методов, применяемых к налогоплательщику и установления взаимоотношений между налоговыми структурами и налогоплательщиками, могут быть реализованы два основных метода — силовой и партнерский.

Силовое принуждение проявляется в применении системы штрафов, ареста банковских счетов, имущества налогоплательщиков, ограничения его свободы действий. Такой метод предполагает больший уклон на контрольную составляющую налогового администрирования. Задача налоговых служб — максимизировать суммы налоговых поступлений в бюджет за счет жестких мероприятий налогового контроля с целью выявления фактов налоговых сокрытий. Данный метод предполагает участие силовых структур при осуществлении мероприятий налогового контроля [2].

В качестве примера можно привести налоговую реформу Греции. Мировой кризис привел эту страну практически к дефолту, поэтому властями было принято решение об усилении мер по администрированию и контролю над качественным сбором налоговых платежей.

Дефицит госбюджета этой страны с 2013 до 2015 года снизился с 2,9 % до 0,2 % ВВП без учета долговых обязательств. На положительную тенденцию к снижению дефицита бюджета повлияли предоставленные Греции кредитные программы ЕС и МВФ, а также принятие двух важных пакетов мер по реформированию экономики, куда вошли:

- повышение ставок на НДС;
- увеличение налога на роскошь и другие.

Одновременно с этим Налоговая служба министерства финансов Греции продолжает вести активную борьбу с коррупцией и уклонением от уплаты налогов. В 2015 году процент предприятий, ведущих незаконный денежный оборот, составил 23 % [3]. Взамен компромиссам и снижению штрафов для тех, кто «забывает» подать налоговую декларацию и заплатить налоги, предусмотрена конфискация имущества и тюремное заключение без отсрочки исполнения приговора.

Италия — еще одна страна, которая была вынуждена применить кардинальные силовые методы налогового администрирования. Причиной этому стал высокий объем теневой экономики. В 2000-х годах он составлял около 27 % ВВП [4].

Большая часть итальянского производства заключается в изготовлении брендовых продуктов высокого класса потребления, которые создаются семейными мануфактурами (кланами). Чтобы избежать налогообложения они зачастую выплачивали заработную плату рабочим наличными. Это и порождало возникновение неофициальной экономики, которая препятствовала разработке специфических программ для реанимации экономического и индустриального пространства неблагоприятных зон.

Теневая экономика сделала практически невозможным внедрение программ по борьбе с коррупцией и обеспечению рабочих мест для молодежи. Профсоюзы, с членов которых налоги снимают еще до выплаты зарплат, предложили увеличить наказания за неуплату налогов и ввести налог на богатство.

Кроме этого, налоговая политика Италии направлена на ужесточение мер, принимаемых к предприятиям, ведущим бизнес в оффшорных зонах. Например, итальянская фирма, извлекающая прибыль через оффшорную компанию подлежит двойному налогообложению. Эти меры привели к положительному результату, уже в 2015 году размер теневой экономики Италии сократился до 20,6 % [5].

Для налоговых служб силовой метод является весьма результативным, поскольку обеспечивает полноту собираемости налогов. Но такому подходу присущи и негативные черты:

- снижается деловая активность налогоплательщиков, провоцируя снижение конкурентоспособности всей экономики государства;
- разрываются доверительные связи между налоговыми органами и налогоплательщиками;
- растет коррупция и теневая экономика;
- для обеспечения эффективного налогового контроля требуется вложение материальных ресурсов, что может привести к их истощению.

В Приднестровье реализация силовых методов приводит к логическому осуществлению фискальной функции налоговой системы, но в то же время может увеличить отток капитала за рубеж, коррупцию и теневую экономику.

мику. Более низкие цены на продукты и услуги в соседних государствах неизбежно приведут к тому, что население республики будет тратить заработанные деньги не у себя дома, а за его пределами.

Следует отметить еще одну проблему, связанную с управлением государственными финансами — существующая система сбора статистических данных не позволяет объективно судить о том, какие реальные доходы населения, какое имущество и денежные средства имеются у налогоплательщиков за рубежом (Украина, Россия, Молдова).

Еще одна проблема — весьма специфическое и архаичное налоговое законодательство. Во многом оно способствует свободному и безнаказанному уклонению от уплаты налогов, которыми и пользуются предприниматели.

Силовые методы в ПМР должны применяться, но их главная задача — не запугать налогоплательщика и не чрезмерно увеличить налоговое бремя, а найти способы выявления нарушений и предотвратить причины их возникновения.

Партнерские методы предполагают заключение соглашений с налогоплательщиками по вопросам отчетности, использования налоговых льгот, уплаты налогов и другие. Налогоплательщикам предоставляется свобода выбора между разрешенными на законодательном уровне вариантами ведения предпринимательской деятельности, порядка ведения учета и отчетности, способа исполнения обязательств по уплате налогов.

Метод регулирования альтернатив становится все более популярным. Его суть заключается в предоставлении налогоплательщикам свободы выбора между разрешенными законом разными вариантами юридической формы ведения его деятельности, порядка ведения и составления учета и отчетности, способа исполнения обязательств по уплате налога, применением и распределением налоговых льгот и т. д.

Законы, регулирующие налоговые отношения в ПМР, содержат обширный перечень льгот и вычетов для различных категорий граждан и бизнеса.

29 сентября 2011 года был принят Закон ПМР «Об упрощенной системе налогообложения для юридических лиц», который облегчил ведение бизнеса для многих предпринимателей.

На упрощенную систему налогообложения перешли более 330 предприятий. УСН помогла малому бизнесу снизить затраты на ведение бухгалтерского учета, а также уменьшила налоговую нагрузку для фирм с численностью работников до 15 человек. Следствием стало развитие производства, общественного питания и торговли, расширение инвестиционной деятельности, выход части малого бизнеса из «тени».

В общем, система партнерских взаимоотношений предполагает достижение баланса налогоплательщиков и государства на основе сотрудничества. Налоговая служба при таком подходе является консультирующим органом.

При партнерской концепции налогового администрирования главной задачей является не контроль всех налогоплательщиков с точки зрения неуплаты налогов и привлечение нарушителей к ответственности, а обеспечение своевременности и полноты уплаты налогов.

Принципы партнерства в налоговом администрировании не лишены и недостатков. Далеко не все страны готовы к воплощению данной доверительной модели взаимодействия. Причинами такого нежелания можно назвать:

- слабую заинтересованность налогоплательщиков в развитии партнерских отношений при ожидании получения больших финансовых преимуществ от неформальных договоренностей;

- низкую мотивацию налоговых органов к изменению устоявшихся принципов и методов налогового администрирования.

К преимуществам партнерского метода администрирования налогов и сборов относят:

- появление возможности у налоговых служб обеспечить эффективный контроль соблюдения налогоплательщиками требований действующего налогового законодательства;

- предсказуемость налогообложения бизнеса для решения сложных вопросов налогообложения в открытом диалоге с налоговыми органами;

- налоговые консультанты превращаются в важное связующее звено между налоговыми органами и налогоплательщиками, предлагая законные способы оптимизации налоговых платежей.

Опыт многих стран мира (Ирландия, Швейцария, Нидерланды, США) доказал справедливость вышеизложенных выводов [6].

Реализация методов партнерства и сотрудничества в Приднестровье могла бы способствовать достижению баланса между публичными интересами государства и частными интересами налогоплательщиков.

Одной из современных тенденций, связанных с использованием информационных технологий в комплексе с партнерскими методами налогового администрирования, стал «горизонтальный мониторинг». Впервые этот способ был применен налоговыми органами Нидерландов.

Суть такого мониторинга заключалась в том, что государство должно выстраивать отношения с налогоплательщиками на основе *принципов взаимного сотрудничества и прозрачности бизнес-процессов*. При этом государство берет на себя ответственность за соблюдение законодательства всеми налогоплательщиками. Кроме этого, государство должно способствовать развитию саморегуляции и самоконтроля в соблюдении законодательства предприятиями и гражданами.

В Нидерландах были реализованы три основные формы горизонтального налогового мониторинга: взаимодействие с крупными корпорациями, предприятиями среднего и малого бизнеса. Взаимодействие с крупными и средними по доходности предприятиями выстраиваются

на основе индивидуальных соглашений. А отношения с малым бизнесом осуществляются при участии налоговых консультантов и компаний, оказывающих аудиторские услуги.

Горизонтальный мониторинг получил широкое распространение во многих развитых странах мира: США, Великобритании, Франции, Германии, Австралии и других. Например, в США в корпоративной практике налогового планирования широко применяется предварительное заключение соглашений с налоговым органом.

ФНС России продвигает концепцию налогового администрирования, базирующуюся на расширенном информационном взаимодействии с налогоплательщиком. С 2013 года были заключены соглашения о «горизонтальном мониторинге» между ФНС России и рядом крупных налогоплательщиков. Основной целью этого пилотного проекта являлся контроль за исполнением налогоплательщиками своих обязанностей по уплате налогов посредством информационного обмена между налоговыми органами и налогоплательщиками.

Главной задачей, которую позволяет решать горизонтальный мониторинг, специалисты называют создание благоприятных условий для компаний, стремящихся к высокой степени прозрачности и готовности к сотрудничеству с налоговыми органами. Такое сотрудничество позволяет значительно повысить эффективность управления налоговыми рисками и снизить издержки разрешения спорных ситуаций с налоговыми органами [7].

Сценарий горизонтального мониторинга строится следующим образом: налогоплательщик в режиме реального

времени (онлайн) сообщает в налоговые органы обо всех возможных рисках с целью получить консультацию и избежать ошибок и штрафных санкций.

Крупные корпорации способны сами дать оценку таким рискам, а вот небольшим компаниям приходится обращаться к услугам аудиторских фирм. В ПМР реализация системы горизонтального мониторинга практически невозможна, поскольку затраты на оценку рисков будут несопоставимы с возможными потерями из-за этих рисков. Кроме того, не все руководители компаний согласятся на открытое сотрудничество с налоговыми органами. Неформальные договоренности дают более выгодный результат, чем предоставление фактических данных бухгалтерской отчетности.

В заключении стоит отметить, что в основе построения налогового администрирования ПМР предпочтение следует отдать гармоничному сочетанию силовых и партнерских методов. Первые улучшат налоговую дисциплину, а вторые — будут обеспечивать фискальную функцию налогообложения.

Администрирование налоговой системы Приднестровья требует существенных изменений, которые необходимо вносить с учетом мирового опыта и неповторимых особенностей Приднестровья. Для этого целесообразно ускорить переход с существующей системы налогообложения на классическую.

Это поможет облегчить выполнение налоговых обязанностей, сократить потери бюджета, а также установить доверительные отношения между налогоплательщиками и представителями налоговых служб.

Литература:

1. Лыкова, Л. Н., Букина И. С. Налоговые системы зарубежных стран — М: Юнирайт, 2015.
2. Куклина, Т. В. Теоретические основы и классификация налогового администрирования, Вестник Томского государственного университета. Экономика, № 4 (24) / 2013.
3. Федеральное бизнес-агентство «Экономика сегодня», статья «Греция выявила более 20% уклоняющихся от налогов предприятий», режим доступа: guesopomics.ru
4. Электронный ресурс Кноема, графические данные New Estimates for the Shadow Economies all over the World, режим доступа: <http://knoema.ru/NESE/new-estimates-for-the-shadow-economies-all-over-the-world?tsId=1000730>
5. Электронный ресурс Size and Development of the Shadow Economy of 31 European and 5 other OECD Countries from 2003 to 2015, режим доступа: <http://www.econ.jku.at/members/Schneider/files/publications/2015/ShadEcEurope31.pdf>
6. Цветков, И. В. доктор юридических наук, журнал Налоговед, № 6/2008.
7. Шамсиева, М. В. журнал Вестник Поволжского института управления, № 1 (46) /2015.

Преимущества и перспективы развития лизинга в современных российских условиях

Голубева Екатерина Витальевна, студент
Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону)

Из года в год в России остается нерешенной проблема обновления основного капитала организаций. Несмотря на то, что существуют определенные механизмы, направленные на модернизацию физических активов, темпы обновления производятся крайне медленно. Поэтому финансирование внеоборотных фондов и расширение материальной базы производства, в особенности в период экономической нестабильности в РФ, требует особого внимания. В статье рассмотрены возможности применения лизинга как гибкого инструмента финансирования.

Ключевые слова: лизинг, обновление основных средств, лизинговый договор, льготный лизинг, госпрограммы по субсидированию

Национальная экономика переживает нелегкие времена из-за введения экономических санкций со стороны США и Евросоюза, что, несомненно, повлияло на сокращение объемов инвестиций, привело к отказам в кредитовании зарубежными банками, к разрыву деловых сделок, а также к введению контр-санкций со стороны России, которые, по сути, вводят эмбарго на ввоз зарубежных товаров. Все эти меры и ограничения в отношении России подводят к единственному решению — необходимости реструктуризации экономической политики и поиску новых методов финансирования.

Основываясь на майских указах Президента РФ, основными задачами в реализации плана по стимулированию и развитию экономики России считается создание и модернизация высокопроизводительных рабочих мест, увеличение объемов инвестиций и увеличение доли продукции высокотехнологичных и наукоемких отраслей экономики [2]. Решение данных задач возможно при определенном уровне инвестирования и обновления производственной базы предприятий.

Однако текущее состояние экономики страны привело к заморозке планов предприятий по обновлению основных фондов: инвестиции в основной капитал за 2015 год сократились на 8,4 % по сравнению с 2014 годом (по данным Росстата). Сокращение объема нового бизнеса (стоимости имущества) за 2015 год составило около 20 %, а его номинальный объем не превысил 545 млрд. рублей [14]. В 2016 году инвестиционный спад в России продолжился: по итогам I полугодия сокращение инвестиций в основной капитал по всем организациям составило 4,3 % в годовом выражении [3].

Серьезная причина, которая затормаживает принятие инновационных решений — это финансовый аспект процедуры. Государство не имеет возможности профинансировать каждую организацию, которой необходимы инструменты модернизации производства. В итоге предприятиям необходимо самостоятельно задуматься об обновлении и пополнении внеоборотных активов, чтобы сохранить возможность конкурировать на рынке.

Обновить активы или приобрести новое оборудование помогает такой инструмент как лизинг. При помощи лизинга организация может по выгодной схеме приобрести необходимое оборудование. Подробнее рассмотрим возможности данного инструмента.

Под лизингом понимается вид инвестиционной деятельности, при котором лизингополучатель имеет возможность приобрести во временное пользование у лизингодателя некоторое оборудование, средства производства или имущественные комплексы на определенных условиях, за определенную плату и на определенный срок.

Объектом лизинговой сделки может быть любое имущество, предназначенное для хозяйственной деятельности, кроме земельных участков и других природных объектов. Стоит отметить, что в случае с лизингом, имущество может быть как новым, так и предназначенным для вторичного использования. Благодаря этому, у лизингополучателя появляется возможность не ограничивать себя в выборе при заключении договора лизинга, так как объектом аренды может быть не только совершенно новое оборудование.

Заключенный договор лизинга подтверждает право лизингополучателя арендовать и распоряжаться предметом лизинга, которым могут выступать любые непотребляемые вещи на определенный в договоре срок. За лизингодателем, в свою очередь, сохраняется право владения предметом лизинга в течение всего периода до полного погашения всей суммы лизинговых платежей арендатором и окончания действия договора лизинга.

Плату лизингодателю за пользование объектом составляют лизинговые платежи, которые включают в себя: проценты за привлечения средств (кредит), маржу лизинговой компании, возмещение основной стоимости имущества, налог на добавленную стоимость, налог на имущество, стоимость страховки и другие платежи, предусмотренные договором.

Существует несколько видов лизинга, каждый из них имеет определенные особенности. По параметру продолжительности сделки лизинг разделяют на оперативный и

финансовый [5]. Первый предполагает, что лизингополучатель приобретает имущество на срок равный нормативному сроку службы имущества. Также говорят, что имущество передается в лизинг с полной амортизацией. При финансовом лизинге арендатор несет ответственность за риски, связанные с владением и использованием имущества.

Оперативный лизинг отличается от финансового тем, что имущество передается лизингополучателю на срок, который существенно меньше нормативного срока службы объекта. В этом случае имущество, взятое в аренду, возвращается по окончании действия договора. Как правило, преимуществом такой сделки является то, что все расходы по ремонту и содержанию имущества, а также его страхованию несет лизингодатель [5]. Данный вид используется лизингодателем для того, чтобы неоднократно передавать оборудование в лизинг. В основном оперативный лизинг используют для приобретения оборудования особой специализации, сложной вычислительной техники, так как они больше подвержены моральному износу и постоянно требуют обновления.

Еще одним преимуществом оперативного лизинга для арендатора является обслуживание. Клиентоориентированные лизингодатели заинтересованы в хорошем состоянии оборудования, поэтому практически всегда оборудование, приобретенное в оперативный лизинг сопровождается сервисным обслуживанием, предполагает настройку и наладку, подготовку к использованию а так же подготовку специалистов. Кроме того, у лизингополучателя есть возможность опробовать оборудование в действии, проверить его на соответствие требуемым параметрам выполнения функционала, что поможет принять решение о необходимости приобретения данной модели оборудования.

В связи с экономическим кризисом, финансовые институты, которые осуществляют процедуру лизинга от лица лизингодателей, ужесточили ряд требований по предоставлению данной услуги. По данным МСП Банка, большинство лизинговых компаний (более 55%) незначительно, но ужесточили во второй половине 2015 года условия отбора клиентов. Каждая третья — стала требовательнее к обеспечению [13].

Так, многие лизинговые компании ужесточили требования к финансовой надежности клиента. Если ранее организации уделяли не такое пристальное внимание к документации и финансовым данным клиента, то теперь тщательно проводят анализ платежеспособности клиента. Еще одним пунктом стало ужесточение по приобретению вида актива. Лизингодатели уделяют особое внимание, какого рода объект хочет приобрести в лизинг лизингополучатель. Большую заинтересованность в данной ситуации лизингодатели уделяют предметам с большей ликвидностью, товарам, в случае расторжения сделки, которые можно с легкостью реализовать. Например, с большей вероятностью лизинговые организации подпишут договор на поставку грузовых автомобилей, чем на станок или другое оборудование узкой специализации.

Рассматривая новые реалии бизнеса в рамках экономических санкций, со стороны производителей возникает новый спрос на оборудование для создания импортозамещающей продукции. На что кредитный сектор должен откликнуться новыми программами и продуктами по финансированию для поддержки достаточного уровня денежных средств у организаций.

Для развития инноваций необходимы т. н. «длинные деньги», т. е. долгосрочные (привлекаемые на срок более одного года) финансовые ресурсы [9]. В развитых экономиках такие долгосрочные ресурсы предоставляются кредитными учреждениями и специализированными институтами финансовой системы (страховыми компаниями, инвестиционными и пенсионными фондами, венчурными инвесторами). В настоящее время коммерческие банки заняты в основном кредитованием высокорентабельных и быстро окупающихся проектов и крайне неохотно взаимодействуют с технологическими компаниями, деятельность которых связана с высокими рисками [5]. К сожалению, Центральный Банк пока не идет навстречу предпринимателям, ставки остаются неоправданно высокими и недоступными для реального бизнеса. На рынке капитала в ситуации нестабильности со стороны банков просматривается политика всесторонней экономии, тщательно анализируют показатели рентабельности, особое внимание уделяют рискам [8]. Фокусируя свое внимание на кредитовании оборотного капитала, банки отвечают текущим запросам руководителей средних и малых компаний [7]. Длинные инвестиционные деньги выдаются редко и только под проекты, окупаемость которых очевидна.

Ставки кредитования снижались на протяжении всего 2016 года, но не так заметно, как ключевая ставка ЦБ. По данным Банка России, средняя ставка по кредитам МСБ сроком на год снизилась с 16,5% на начало года до 15,5% на 1 сентября. Средняя ставка по кредитам для корпоративных клиентов сроком на год снизилась с 13,4% на начало года до 12,2% на 1 сентября [10]. Если принять во внимание данное снижение ставок, заемные средства все равно остаются достаточно дорогими, чтобы использовать их для текущего процесса обновления основных средств.

Данный аспект касается и лизинговых операций, так как лизингодатель напрямую зависит от ставок на кредитные ресурсы. Ведь по условиям лизингового договора, после того как лизингополучатель согласовал с лизингодателем объект лизинговой сделки, лизингодателю необходимо приобрести данный объект на денежные средства, которые он взял в кредит, если данная организация не является банком или производителем оборудования и не предоставляет свою собственную продукцию в лизинг.

Без определенной поддержки со стороны государства многим предпринимателям было непросто согласиться на условия лизинговых контрактов [6]. Но с 2015 года государство разработало программу по предложению субсидий на уплату первого взноса (аванса) по договору лизинга на приобретение оборудования и транспорта. В данном случае механизм субсидирования идет через ли-

зинговую компанию: покупателю предоставляется скидка при оформлении техники (транспорта) в лизинг, непосредственно вопросы субсидирования предпринимателя не затронут. Опасность «купить и не получить субсидию» исключается [11].

Данная госпрограмма по льготному лизингу значительно увеличила число сделок МСБ по автотранспорту. По данным РАЕХ, более трети всех транспортных сделок лизинга в прошлом году было реализовано в рамках этой программы. Спрос превысил все ожидания — средства в размере 2,5 млрд. руб. были выбраны уже за первые полгода работы программы. Программу субсидирования части авансового платежа по договорам лизинга на транспортные средства продлили еще на один год [14].

Еще одним примером участия государства в стимулировании развития лизинговой деятельности стала госпрограмма от Минпромторга. Министерство создало Фонд развития промышленности (ФРП), который с этого года субсидирует взносы на лизинг оборудования. Фонд запустил программу «Лизинговые проекты», по которой предприятие может получить заем по ставке 5% годовых на выплату половины аванса за новое промышленное оборудование, взятое в лизинг. Сумма займа по этой программе лизингополучателя будет варьироваться от 5 млн. руб. до 250 млн. при минимальном общем бюджете проекта 20 млн. руб. Основная часть средств для лизингового проекта будет привлекаться лизинговыми компаниями в виде кредитов от банков. При этом Центробанк предоставит уполномоченным фондом кредитным организациям доступ к механизму рефинансирования таких кредитов на льготных условиях. В программе будут участвовать три банка: Сбербанк, ВТБ и Газпромбанк, — а также 13 лизинговых компаний [12].

Программа направлена на поддержку отечественного машиностроения, поэтому лизинг на льготных условиях предоставляется на закупку только отечественного оборудования [13]. На льготный лизинг могут рассчитывать 18 отраслей — промышленные предприятия из легкой промышленности, мебельного производства, производители химических веществ, лекарств, электронных изделий, машин, транспорта, металлургии и другие.

Реализация программы даст не только дополнительный финансовый ресурс российским предприятиям из определенных отраслей, но и увеличит спрос на отечественное промышленное оборудование, обеспечивая заказ. Кроме того, программа, должна привлечь в сектор лизинга высоко-

котехнологичное, специализированное оборудование, которое в силу своей низкой ликвидности не было востребовано лизинговыми компаниями [9].

К сожалению, государственные программы сопряжены с некоторыми сложностями в части процедуры реализации. Вначале заемщику необходимо обратиться в лизинговую компанию из списка, одобренного ЦБ и экспертным советом ФРП, затем лизинговая компания направляет проект в фонд. Следовательно, весь процесс зависит от слаженности и координации работы департаментов. Однако, данные программы приносят положительный эффект для экономики, так как приводят к увеличению количества совершаемых сделок, помогают лизингополучателям приобрести необходимое оборудование, а производителям реализовать свой товар.

Экономические тенденции ослабления курса рубля и значительного подорожавшего импортного оборудования оказали свое влияние и на изменение спроса со стороны арендаторов. Особое внимание теперь уделяют более дешевому оборудованию китайских производителей и отечественному оборудованию в некоторых сегментах бизнеса.

В заключении хотелось отметить, что лизинг отвечает всем требованиям по реорганизации и модернизации производственного процесса, потому как заключается в привлечении долгосрочных инвестиций для расширения производства, приобретении современного оборудования и внедрения новых технологий. Лизинг является востребованным инструментом в нестабильный кризисный период, так как у лизингополучателя нет необходимости покупать оборудование навсегда, что способствует его гибкости и мобильности.

Согласно экспертным прогнозам РАЕХ (Эксперт РА), в 2016 году лизинговый рынок замедлит темпы падения и сократится не более чем на 15%, что дает надежду на будущее увеличение доступности и дальнейшее внедрение инструмента в финансирование предприятий различных отраслей экономики.

На сегодняшний день в России действует несколько эффективных отраслевых программ по поддержке лизинга, благодаря которым даже в кризисные времена производители способны приобрести необходимое оборудование или транспорт. Цели данных программ также заключаются в стимулировании спроса на отечественное промышленное оборудование и снижении затрат лизингополучателей. В конечном итоге это зависит от предпринимателей и их желания и готовности наращивать объемы производства.

Литература:

1. Федеральный закон от 29.10.1998 N 164-ФЗ (ред. от 31.12.2014) «О финансовой аренде (лизинге)».
2. Указ Президента РФ 07 мая 2012 г. № 596 «О долгосрочной государственной экономической политике».
3. Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики // Аналитический центр при Правительстве РФ [Электронный ресурс] — <http://ac.gov.ru/>
4. Басалаев, Д.Э. Применение лизинга как одного из источников финансирования инвестиционных проектов предприятия // Известия Тульского Государственного Университета. Экономические и Юридические науки. — 2014. — № 4—1.

5. Деменков, С. В., Корнева Е. В. Роль лизинга в условиях макроэкономической нестабильности // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 1—2.
6. Реальный сектор экономики: проблемы финансирования, инвестирования и управления: монография / под ред. Л. А. Толстолесовой. — Новосибирск: Изд. «СибАК», 2016.
7. Савенко, О. Л., Абрамян Г. А. Проблемы и перспективы кредитования малого и среднего бизнеса в условиях волатильной экономики // Вестник международных научных конференций. — 2015. — № 7 (11).
8. Шевченко, Д. А., Енотов Д. В. Перспективы развития банковского кредитования малого бизнеса // Финансовые аспекты модернизации экономики России: Сборник статей. — Ростов н/Д.: Содействие-XXI век, 2014.
9. Шевченко, Д. А., Тедеев З. Г. О задачах банковской системы по финансовому обеспечению инновационного развития // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. — 2014. — № 42.
10. Газета «Коммерсантъ» № 226 [Электронный ресурс] — <http://www.kommersant.ru/>
11. Господдержка предпринимательства: перспективы 2016 // [Электронный ресурс] — <http://субсидии-по-кредитам.рф/>
12. Модернизация в лизинг // РБК [Электронный ресурс] — <http://www.rbcplus.ru/>
13. Может ли кризис стать драйвером роста лизинга в сегменте малого и среднего бизнеса? // РБК [Электронный ресурс] — <http://www.rbcplus.ru/>
14. Рынок лизинга по итогам 2015 года // Рейтинговое агентство Эксперт РА [Электронный ресурс] — <http://raexpert.ru/>

Прогнозирование объемов работы автомобильного транспорта при обслуживании клиентов

Гришкова Диана Юрьевна, кандидат технических наук, доцент
Сибирский государственный университет путей сообщения (г. Новосибирск)

В настоящее время все большее количество грузоперевозок осуществляется транспортно-экспедиторскими фирмами. Обусловлено это, в первую очередь тем, что производителям содержать собственный парк подвижного состава и логистический отдел невыгодно. Так же, прежде чем выбрать оптимальный вариант перемещения груза от поставщика к конечным потребителям, необходимо разработать несколько вариативных цепей поставок и выбрать из них наилучшую. Помимо этого, приходится сталкиваться с отсутствием навыков оформления документации и прочими нюансами и форс-мажорными обстоятельствами. Именно поэтому клиентам проще обратиться в транспортную компанию и заплатить им небольшую сумму за полный перечень необходимых услуг, чем самим заниматься организацией перевозки с большими трудовыми и временными затратами.

В связи с популяризацией экспедиторских фирм на транспортном рынке, к современным экспедиторам предъявляются высокие квалификационные требования. Чтобы фирма была конкурентоспособной среди прочих, необходима постоянная модернизация производственных и управленческих процессов на предприятии, что в свою очередь обеспечивает развитие транспортной инфраструктуры государства и уменьшение транспортных издержек, находящих свое отражение в цене конечного продукта. Таким образом, совершенствование работы транспортно-экспедиторских фирм отразится на конкурентоспособности отечественной продукции.

Клиентоориентированность является важным элементом антикризисного управления.

Очень важно понятие клиентоориентированности и с точки зрения транспортного бизнеса. В условиях современного рынка наблюдается жестокая борьба транспортных предприятий за привлечение новых и удержание уже сотрудничающих с предприятием клиентов. Помимо человеческого фактора, а именно квалификации персонала и их личных качеств, способствовать улучшению клиентоориентированности компании также будет и индивидуальный подход к клиенту, заключающийся в разработке индивидуальных схем крепления и размещения груза, рациональных схем доставки груза в определенные точки выгрузки, направленность на сокращение расходов клиента и улучшение сохранности перевозок [1].

Группа компаний «С» более 15 лет успешно работает на рынке транспортной логистики и предлагает полный спектр услуг в области внутрироссийских и международных перевозок грузов.

В наличии компании имеется собственный контейнерный парк — более 2000 TEU, парк фитинговых платформ и автомобильный парк.

Группа компаний «С» осуществляет доставку в любую точку России, СНГ и дальнего зарубежья и обратно по технологии «Door-to-door», включая следующие услуги:

— транспортно-экспедиционное обслуживание при перевозках любым видом транспорта по России и за рубежом;

- организация мультимодальных импортно-экспортных перевозок;
- грузоперевозки в собственных 20-ти и 40-ка футовых контейнерах через морские порты (Восточный, Владивосток, Новороссийск, Санкт-Петербург и другие), а также через сухопутные пограничные переходы (Москва, Забайкальск, Достык и другие), в том числе нестандартных (негабаритных) грузов и пищевой продукции;
- экспедирование в портах (через свои филиалы), организация перегруза на сухопутных границах;
- обеспечение сохранности груза в пути, в частности страхование груза, бесплатное предоставление оперативной информации о местонахождении груза;
- услуга «Контрактодержание»;
- услуги по таможенному оформлению, сертификации различного происхождения;
- консолидация груза на складах в Шанхае, Гуанчжоу (сборные грузы);
- организация автомобильной, железнодорожной, морской и авиадоставки, в том числе сборных грузов, из Китая и других стран.

Для удовлетворения потребностей клиентов необходимо оптимизировать технологии «Doog-To-Doog», «Just-In-Time», принцип «одного окна» [2]. Эти технологии находят свое применение при осуществлении ГК «СЭ» развоза от складов, тяготеющих к железнодорожным станциям до клиентов (в т. ч. мелких грузовладельцев). Осуществим прогнозирование объемов работы автомобильного транспорта при развозе груза для клиента «Э».

Прогнозирование — вероятностное суждение, обоснованное научно, о перспективах возможных состояний того или иного явления в будущем и об альтернативных путях и сроках их осуществления [3].

При анализе объектов в теории прогнозирования производится классификация прогнозов. В качестве основных признаков в данном случае указываются:

- масштабность (отражает количество значимых переменных величин при описании объекта);
- сложность (характеризует степень взаимосвязанности переменных);
- детерминированность или стохастичность переменных;
- информационная обеспеченность периода ретроспекции (включает в себя как объекты с полным количественным обеспечением, так и объекты, у которых данное обеспечение отсутствует).

На рисунке 1 представлена схема, позволяющая соотнести цели прогнозирования, объем исходных данных и вид данных для получения корректного прогноза. В зависимости от количества исходных данных и вида прогноза возможны прогнозы на один или несколько шагов, проверка модели прогнозирования на предмет адаптации к исходным данным. Для получения прогноза используются разные методы, для выбора которых важно соотнести имеющийся вид и количество данных с требованиями к мини-

мальному количеству исходных данных, на основании которых можно сделать прогноз.

Существует ряд различных методов для получения прогноза. Для выбора нужного метода важно соотнести количество и вид имеющихся данных с требованиями к минимальному количеству исходных данных, на основе которых можно сделать прогноз. Общие рекомендации по выбору метода прогнозирования приведены в таблице 1 [4].

В работе для прогнозирования используется простой метод сглаживания данных. Для любого метода сглаживания очень важно использование последних данных ряда, поскольку информация имеет свойство устаревания, причем, чем ближе данные к интервалу прогноза, тем их значимость для прогноза должна быть больше.

Исходя из имеющихся данных и из таблицы 1, для прогнозирования объемов работы применяется метод экспоненциального сглаживания с одним параметром (однопараметрическая модель Брауна), согласно которого прогнозируемое значение в определенный момент времени $(t+1)$ представляет собой сумму фактического значения показателя на момент времени t и прогнозируемого.

$$y'_{t+1} = \alpha y_t + (1 - \alpha)y'_t, \quad (1)$$

где y_t — фактическое значение показателя;

y'_t — прогнозируемое значение на момент времени t ;

$\alpha = 0...1$ — параметр сглаживания — подбирается путем последовательного приближения, в результате которого выбирается наименьшая погрешность среднеквадратичного отклонения:

$$S = \sqrt{\frac{\sum_t^n (y_t - y'_t)^2}{n - m}}, \quad (2)$$

где n — число учитываемых периодов;

m — количество параметров показательного сглаживания, $m = 1$.

Прогнозирование на следующий год выполняется на основе статистических данных прогноза за предыдущие три года по клиенту «Э».

Для расчетов принимаем $\alpha = 1$. Годовой объем погрузки автомобильных транспортных средств на складе № 2 «Э» определим как среднееарифметическое значение, рассчитанное на основе трех предыдущих лет.

$$(1140 + 1760 + 1820) / 3 = 1574 \text{ авт./год};$$

Тогда:

1 год:

$$y_{1+1} = 0,1 \cdot 1140 + (1 - 0,1) \cdot 1574 = 1531 \text{ авт./год};$$

2 год:

$$y_{2+1} = 0,1 \cdot 1760 + (1 - 0,1) \cdot 1531 = 1554 \text{ авт./год};$$

3 год:

$$y_{3+1} = 0,1 \cdot 1820 + (1 - 0,1) \cdot 1554 = 1581 \text{ авт./год}$$

Рассчитаем погрешность:

$$S = \sqrt{\frac{(1140 - 1531)^2 + (1760 - 1554)^2 + (1820 - 1581)^2}{3 - 1}} = 355,3.$$

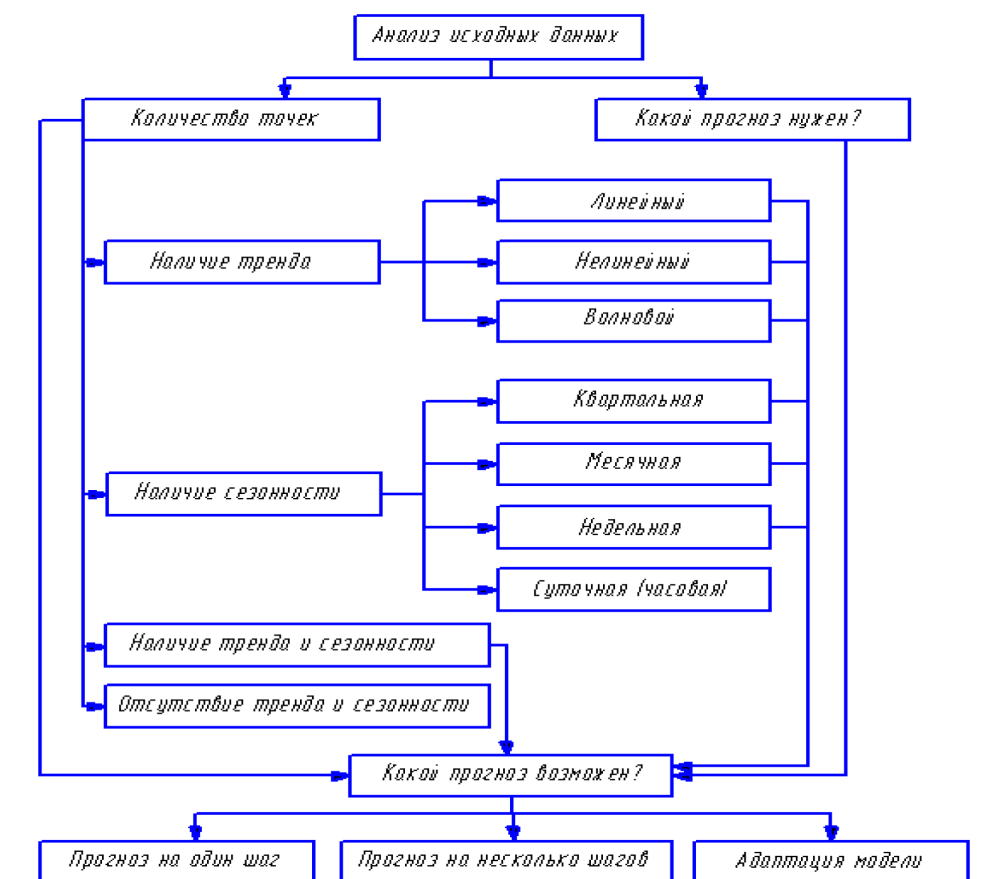


Рис. 1. Схема подготовки прогнозных решений

Таблица 1. Общие рекомендации по выбору метода прогнозирования

Метод прогнозирования	Наличие тренда	Наличие сезонности	Требования к минимальному количеству данных		Прогноз возможен	
			несезонные	сезонные	на один шаг	на несколько шагов
экспертный	не обязательно	не обязательно	0	0	да	да
наивный	да/нет	да/нет	1	-****	да	нет
экспоненциальное сглаживание (простое)	нет	нет	2	-	да	нет
арифметическое сглаживание	нет	нет	4	-	да	нет
метод Хольта	да	нет	3	-	да	нет
			10	-	да	да
метод экспоненциальных средних (метод Брауна)	да	нет	3	-	да	да *
экстраполяция тренда	да	нет	3	-	да	да *
	да	да	-	1·T**	да	да *
метод Винтерса	да	да	-	2·T	да ***	
комбинированный прогноз (оценка среднего значения)	да/нет	да/нет	1	-	да	нет
комбинированный прогноз (оценка среднего значения и отклонения)	да/нет	да/нет	3	-	да	нет

* Прогноз на несколько шагов возможен при соблюдении соотношения длины предпрогнозного периода и периода прогнозирования 3:1.

** T — периодичность сезонности.

*** Прогноз на один период, содержащий сезонность (например, на 1 год поквартально).

**** «-» — метод не используется для учета сезонности.

Количество погруженных собственных машин на складе ООО «Э» равно количеству выгруженных автомобилей на данном складе.

Результаты прогнозирования годовых объемов погрузки и выгрузки сведены в таблицу 2.

По данным прогнозирования наименьшая погрешность обеспечивается при $\alpha=0,9$ — прогнозные значения по погрузке и выгрузке составят $U_{\text{год}}^{\text{отпр}} = U_{\text{год}}^{\text{приб}} = 1809$ авт./год.

Таблица 2. Прогнозирование годовых объемов погрузки и выгрузки

Период	Значение	Значение параметра α								
		$\alpha=0,1$	$\alpha=0,2$	$\alpha=0,3$	$\alpha=0,4$	$\alpha=0,5$	$\alpha=0,6$	$\alpha=0,7$	$\alpha=0,8$	$\alpha=0,9$
Погрузка										
1	1140	1531	1487	1444	1401	1357	1314	1271	1227	1184
2	1760	1554	1542	1539	1545	1559	1582	1614	1654	1703
3	1820	1581	1598	1624	1655	1690	1725	1759	1787	1809
S		355,3	329,6	299,7	266,1	228,5	188,4	145,3	99,7	51,5
Выгрузка										
1	1140	1531	1487	1444	1401	1357	1314	1271	1227	1184
2	1760	1554	1542	1539	1545	1559	1582	1614	1654	1703
3	1820	1581	1598	1624	1655	1690	1725	1759	1787	1809
S		355,3	329,6	299,7	266,1	228,5	188,4	145,3	99,7	51,5

Среднемесячные объемы погрузки и выгрузки определяются по следующей формуле:

$$U_{\text{мес}} = \frac{U_{\text{год}} \cdot \alpha_{\text{нер}}}{12}, \quad (3)$$

где $\alpha_{\text{нер}}$ — коэффициент неравномерности перевозок, $\alpha_{\text{нер}} = 1,1 \dots 1,2$;

12 — число месяцев в году.

Среднемесячный объем работы по погрузке и выгрузке составит:

$$U_{\text{мес}} = \frac{1809 \cdot 1,15}{12} = 174 \text{ авт./мес.}$$

Таким образом, можно отметить, что правильный подбор метода прогнозирования должен обеспечить максимальную сходимость с результатами фактически выполненной работы. Прогнозирование определяет дальнейшую политику транспортно-экспедиционной фирмы в отношении своих клиентов, позволяет оценить объемы работ, более точно соотнести свои технические и технологические возможности со спросом клиента, а, следовательно, и повысить уровень качества его обслуживания [5].

Литература:

1. Гришкова, Д. Ю. Оказание логистического сервиса клиентам железнодорожного транспорта / Д. Ю. Гришкова // Сборник материалов VII Международной научно-практической конференции НГТУ «Производственный менеджмент: теория, методология, практика», Новосибирск, 2016. с. 26–31.
2. Гришкова, Д. Ю. Применение концепции бережливого производства на станции / Д. Ю. Гришкова // Сборник материалов XV Международной научно-практической конференции НГТУ «Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития», Новосибирск, 2016. с. 128–134.
3. Гаджинский, А. М. Логистика: учебник. [Текст] / Гаджинский, А. М. — Москва, 2010. — С. 345–349.
4. Лукинский, В. С. Модели и методы теории логистики: Учебное пособие. 2-е изд. / Лукинский В. С., Лукинский В. В., Малевич Ю. В., Пластуняк И. А., Плетнева Н. Г. — СПб.: Питер, 2008—448 с.
5. Гришкова, Д. Ю. Определение максимальной разницы времени накопления груза на прямую и сборную контейнерную отправку / Д. Ю. Гришкова // Молодой ученый. — 2016. — № 7. Часть 1. — с. 60–63.

Стратегия совершенствования электронной коммерции и создание конкурентных преимуществ у интернет-магазинов

Джалалов Жамолиддин Музафарович, ассистент
Ташкентский университет информационных технологий (Узбекистан)

Электронная коммерция, или e-бизнес, таково название революции, которая будет формировать экономику нового тысячелетия. Но то, что видят клиенты Интернет-магазинов и Интернет-порталов на экранах своих компьютеров лишь верхушка айсберга электронной коммерции, основа которой экономическая стратегия, бизнес-модели функционирования, инфраструктура управления, финансов, информации, наконец, производство и доставка продукта потребителю. Но любая часть этого айсберга активно эксплуатирует современные компьютерные и Интернет технологии, требует новых подходов для управления и оценки эффективности, создавая принципиально новую форму организации — e-организацию. Электронная коммерция через Интернет: реальные продукты за реальные деньги в режиме онлайн — это наиболее динамично развивающаяся сегодня область e-бизнеса. Но, как и в торговле реального мира, основными бизнес-процессами виртуальных магазинов остаются прием и выполнение заказов покупателей, отвечающая их требованиям доставка товаров и услуг — т. е. логистика [1].

Стратегия совершенствования электронной коммерции включает введение совершенствований от выбора покупателем заказа до момента его получения. На конкурентоспособность интернет-магазина влияют такие критерии как:

1. Доступность и удобность сайта интернет-магазина.
2. Система логистики.
3. Система оплаты.
4. Ассортимент услуг.

Для того чтобы интернет-магазин устоял в конкурентной борьбе, необходимо совершенствовать все выше перечисленные критерии электронной коммерции.

1. Для обеспечения доступности информации интернет-магазина и его удобства необходимо, чтобы интернет-магазин состоял из следующих функциональных частей:

- каталог товаров.
- поисковая система.
- информационная поддержка покупателя.
- виртуальная торговая тележка.
- регистрационная форма.
- форма отправки заказа.

Каталог товаров. Полнота размещенной в каталоге информации, удобная структура и быстрый поиск во многом определяют успех магазина. Ведь именно здесь располагается вся доступная потенциальному клиенту информация о товаре, которая должна полностью компенсировать отсутствие образцов и продавца-консультанта. Каталог

представляет собой сложную и многоуровневую структуру данных, которая должна простым и понятным способом производить упорядочивание товаров. Проще всего такой каталог представить в виде дерева объектов, верхний уровень которого состоит из списка разделов. Разделы могут содержать подразделы или ссылки на конкретный товар и т. д. Такое упорядочивание просто необходимо для удобного и быстрого поиска и заказа товаров. Поисковая система. Клиенту нужно легко и быстро найти требующуюся информацию либо руководствуясь структурой каталога, либо используя систему поиска. В первом случае обычно требуется быстрая загрузка нужных страниц для получения первичной информации о товарах, а после этого, при необходимости, осуществляется переход к более подробному описанию. Во втором случае, помимо поиска по названию и основным характеристикам, требуется возможность осуществления поиска по контексту. Поисковая система является обязательным элементом динамического каталога и реализуется на стороне сервера. Несмотря на то, что каталог обеспечивает упорядочивание и группировку данных, поисковая система дает пользователю возможность быстрого поиска информации, что особенно важно в том случае, когда каталог представляет собой достаточно разветвленную структуру данных с большим количеством разделов, подразделов и товаров, пользователь плохо представляет в каком разделе может находиться интересующий его товар и есть ли он в каталоге вообще. Поисковая система в некоторых случаях позволяет значительно сократить количество переходов между страницами каталога для доступа к интересующей информации. Особенность реализации поиска в Интернете заключается в том, что здесь происходит выборка всех записей, которые удовлетворяют условиям запроса (данный механизм поиска я называю поиск с избытком). В случае большой выборки данных вывод результатов поиска осуществляется постранично для того, чтобы посетителям не приходилось долго ждать загрузки всей выборки, которая может включать в себя сотни, тысячи и более записей. Как правило, посетители не просматривают все страницы выборки, ограничиваясь двумя или тремя. Поэтому данный механизм поиска во многих случаях работает крайне медленно и неэффективно. Однако он позволяет осуществить выборку одинаковых товаров от разных поставщиков, сравнить их параметры между собой и выбрать оптимальный вариант.

Информационная поддержка покупателя. Потенциальный клиент должен иметь возможность в любой момент получить ответы на любой вопрос, сопутствующий покупке. Это условия послепродажного сервиса, консультации по особенностям схем оплаты и многое другое.

Виртуальная торговая тележка. В процессе выбора товара формируется список отобранного товара — виртуальная «торговая тележка» или «корзина». Как и в случае с реальной тележкой, любое наименование товара должно быть изъято в любой момент по желанию покупателя с последующим пересчетом общей стоимости покупки. Необходимо, чтобы текущее содержимое тележки отображалось постоянно. После окончания отбора товара наступает момент оформления заказа с выбором метода оплаты и доставки, а также регистрация покупателя. В тех случаях, когда выбор условий доставки произведен покупателем заранее, стоимость доставки может сразу учитываться при расчете общей стоимости покупки.

Регистрационная форма. Служит для ввода персональных данных пользователей. В дальнейшем эта информация используется для их идентификации между сессиями работы с интернет-магазином. Данная информация может храниться как на стороне сервера, так и на стороне клиента.

Регистрация происходит после выбора товаров, что позволяет покупателю сохранить анонимность и экономит время, если покупатель не принял решения что-либо купить в этом электронном магазине. Во время регистрации система обеспечивает безопасность личной информации покупателя, пользуясь при передаче данных защищенным каналом по протоколу SSL. Итак, мы кратко рассмотрели основные функциональные элементы интернет-магазина. В качестве дополнительных элементов можно встретить различные рейтинги с автоматической выборкой товаров для демонстрации в разделе «Специальное предложение» или «Десятка лучших», системы слежения, которые могут учитывать предпочтения посетителей и предоставлять им дополнительный сервис, личные настройки, учет заказов, различные интерфейсы, системы обработки кредитных карточек, платежей.

2. Логистическая система, должна включать следующие звенья:

- быстрое время обработки заказов;
- быстрая скорость доставки;
- высокий уровень сервиса;
- безупречное качество конечного продукта;
- низкая цена доставки и т. п.

В электронной коммерции поставка станет той единственной сферой, в которой компания действительно может отличаться. Она станет основной сферой компетенции. Фирмы будут торговать не тем, что производят, а тем, что смогут поставить покупателю.

Одним из слабых мест логистики электронной коммерции является проблемы с обратной логистикой (reverse logistics) т. е. послепродажным обслуживанием, приемом использованных товаров для их переработки и рециклирования и возврата товаров, от которых покупатель по тем или иным причинам откатывается. Процент возвратов в онлайн на порядок выше, чем в офлайн, в обычном магазине, где покупатель может реально увидеть, пощупать, померить нужную ему вещь. Процент возвратов в Интер-

нет-торговле доходит до 40–50%, что существенно увеличивает затратную часть логистики интернет-магазина.

Теоретически электронная коммерция предоставляет неограниченные возможности для компании вести международный бизнес. Если появление средств транспорта привело к покорению пространства, то электронная коммерция их ликвидирует. Заказчику все равно где находится поставщик, если его удовлетворят цена и качество, а поставщику тоже не важно где заказчик. Он может вести бизнес на рынке без физического присутствия, если сможет организовать поставку и сервисное обслуживание товара.

Организация логистики — это не только выбор способов доставки, но и информационно-учетные системы, инструменты для планирования и поддержки принятия решений, оценка поставщиков и партнеров, создание складов и распределительных центров. Все это требует, во-первых, серьезных инвестиций, а, во-вторых, профессиональных знаний и навыков. С последним как раз и возникают основные проблемы. Изначально создаваемые как виртуальные, предприятия электронной коммерции сталкиваются со сложными, трудоемкими и незнакомыми им проблемами реального распределения продукции. Предприятия, открывающие виртуальную торговлю параллельно со своей традиционной деятельностью, сталкиваются с несостыковкой, вследствие различия бизнес-моделей, учета и управления реальной и виртуальной логистикой, которая может привести к ухудшению состояния дел в целом.

Таким образом, логистические знания, экспертиза, так же ценны для электронной коммерции, как и знания в области компьютерных, телекоммуникационных и Интернет технологий. А значит, будет расти спрос и на профессионалов, обладающих этими знаниями — логистиков.

Электронная коммерция — это очень перспективный и растущий рынок. По разным оценкам рынок продаж через интернет-магазины растёт во всех странах вместе с развитием информационных технологий.

Каждое звено логистической цепи нужно тщательно просчитывать по критериям экономическим — затраты, качественным — уровень сервиса, количественным — скорость доставки, время обработки заказов.

В некоторых случаях выбирать просто не из чего, так как клиент может находиться там, где работает только Почта Узбекистана, что касается Республики Узбекистан.

Нужно осознавать, что электронная коммерция — это низко маржинальный бизнес, поэтому цена ошибки на порядок выше, чем в офлайн, так как не покрывается хорошей прибылью.

3. Система оплаты. В настоящее время интернет-магазины предоставляют покупателям целый ряд различных способов оплаты, начиная от наличных — курьеру, заканчивая оплатой банковскими картами или наложенным платежом.

Рассмотрим более детально схему прохождения электронного платежа, отметив, что прием (процессинг — об-

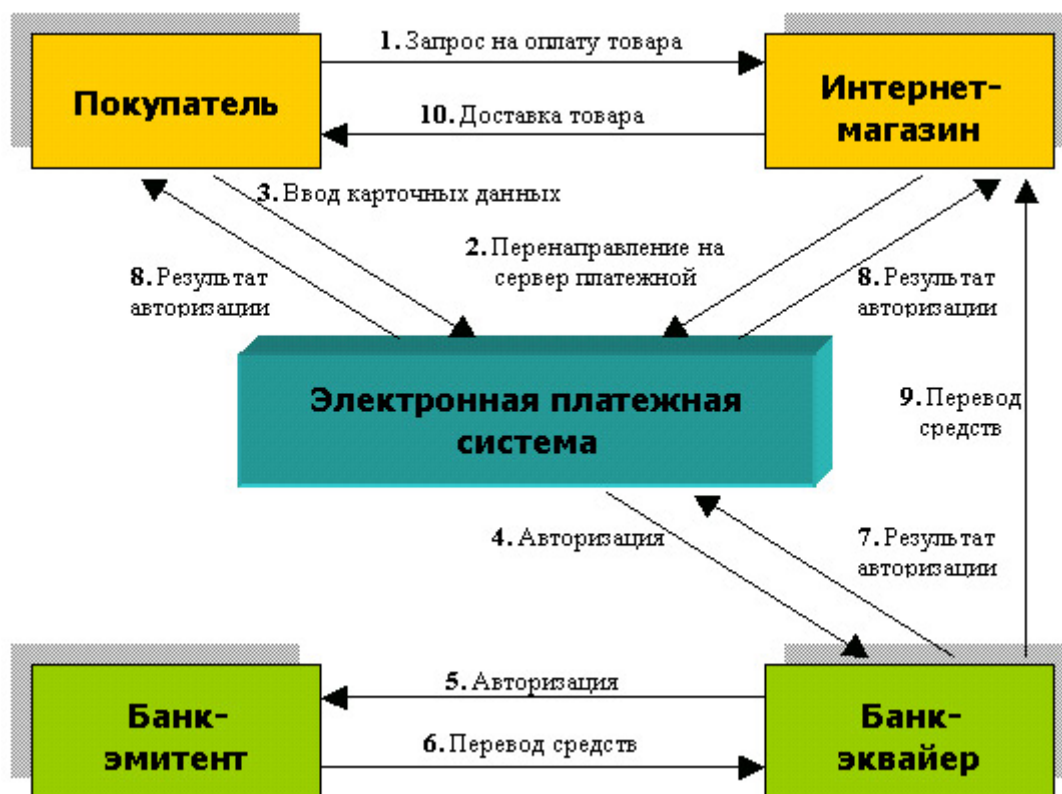


Рис. 1. Типовая схема реализации электронного платежа

работка) пластиковых карт в качестве средств оплаты за товары и услуги в Интернете называется интернет-эквайрингом. К ключевым участникам электронного платежа относятся: 1) покупатель, 2) интернет-магазин, 3) банк-эмитент (выдает карточку), 4) банк-эквайер (проводит первичную обработку транзакции и обеспечивает весь спектр операций с карточками, реализуемыми партнерами), 5) платежный сервер (электронная платежная система, обеспечивающая безопасность прохождения платежа и многое другое). Стоит подчеркнуть, что существуют схемы и без участника № 5, но они утопические и сейчас практически не используются в силу огромных рисков.

Система оплаты должна производиться любым из ниже перечисленных методов:

- Наложенный платеж
- оплата банковскими картами Visa и Mastercard;
- банковский перевод через мобильный банкинг;
- электронные деньги.

Наложенный платеж. Этот вид оплаты имеет ряд несомненных преимуществ для покупателя:

Заказ оплачивается в момент получения посылки. То есть покупателю не нужно предварительно куда-то ходить и оплачивать свой заказ, что существенно экономит время и упрощает получение заказа.

У заказчика есть некоторое время для оплаты заказа. То есть от Вас не требуется на момент оформления заказа иметь необходимую сумму для оплаты, деньги Вам понадобятся, когда Вам надо будет забирать заказ на почте. Но здесь хочу также, и предостеречь — заказ хранится на

почте ровно один месяц, после чего отправляется назад, да и почта часто желает взять пени за хранение заказа.

Скорость обработки заказа менеджером магазина быстрее, чем для предоплаченных заказов. Обычно, если заказ был сделан не накануне выходных и праздников, то он собирается, упаковывается и оформляется для отправки уже на следующий день, а отправляется на почте через день.

Оплата через Интернет электронные кошельки и банковские карты. Электронный кошелек заводят в основном для скачивания музыки и софта в Интернете. Как правило, владельцы электронных кошельков это «продвинутые» Интернет пользователи и те, чья работа непосредственно связана с Интернетом. Несколько лет назад этот вид платежей получил достаточно широкое распространение среди аудитории, как удобный способ оплаты товаров и услуг через Интернет. Оплаты по банковским картам в последнее время становятся все более популярны. В настоящее время практически все население имеют банковские карты, на которые выплачиваются стипендии, заработная плата, социальные пособия, появилась возможность оплачивать поездки в метро и автобус с помощью карт. Крупные компании оформляют своим сотрудникам корпоративные карты. К тому же международные платежные системы совместно с банками проводят маркетинговые акции, стимулирующие клиентов оплачивать покупки при помощи банковских карт из соображений удобства и безопасности.

Данный способ приема платежей через Интернет имеет ряд несомненных преимуществ:

— Оплата по банковским картам является универсальным способом платежа и подходит для оплаты всех видов товаров и услуг.

— При оплате средства поступают на счет продавца моментально.

— Интернет-магазины минимизируют затраты на обслуживание наличности.

— Продавцам не приходится работать с наличными средствами. Платежи поступают сразу на расчетный счет компании.

География совершения платежей не ограничена, и пользователь может осуществлять покупки из любой точки мира. Важной составляющей современного бизнеса как отмечалось в предыдущей главе являются электронные платежные системы (ЭПС), которые весьма условно можно классифицировать на: карточные системы, операторов цифровой наличности, платежные шлюзы. К первым относятся ЭПС, работающие с обычными банковскими картами (Visa, MasterCard и т. д.). Системы второго типа оперируют с так называемой цифровой наличностью — своего рода внутренней валютой, которую можно обналичить у соответствующих участников ЭПС.

Литература:

1. Логистика электронной торговли <http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/e-trade.htm>
2. Развитие электронной коммерции в Узбекистане <http://www.connect.ru/article.asp?id=8848>

Деятельность банков в рамках контрактной системы в сфере закупок товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд

Егорцева Екатерина Валентиновна, магистрант
Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск)

В статье рассматриваются вопросы, связанные с участием банков в контрактной системе в сфере закупок товаров (работ, услуг) для государственных и муниципальных нужд. Производятся классификация и исследование механизмов участия банков в контрактной системе с учетом сложившегося правового регулирования.

Ключевые слова: банк, банковское сопровождение контракта, контрактная система, финансовые услуги

Контрактная система закупок товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд играет важную роль в развитии отечественной экономики. Поэтому ее функционирование не может не затрагивать деятельность банков.

1 января 2014 года в силу вступил Федеральный закон № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее по тексту — Закон № 44-ФЗ). Его принятие не только существенно изменило систему государственных и муниципальных закупок, но и повлияло на функционирование всей отечественной экономики.

Платежные шлюзы представляют собой гибриды карточных систем и операторов цифровой наличности, обеспечивая широкие возможности для взаимной конвертации и применения способов оплаты товаров и услуг в Интернете. Значительная часть существующих ЭПС относится именно к шлюзам, несмотря на то, что многие из них выделяют определенный тип платежей в качестве доминирующего [2].

Ассортимент услуг Интернет-магазина зависит, в основном, от следующих факторов: от суммы инвестиций в создание Интернет магазина, от правильности выбранной идеологии создания Интернет магазина и качества ее реализации, от суммы инвестиций в развитие, поддержку и рекламу Интернет магазина, от наличия товаров на складе фирмы-владельца Интернет магазина, от того, насколько конкурентоспособными являются цены на товары и услуги, предлагаемые в Интернет магазине, от того, насколько профессионально фирма-владелец Интернет магазина общается с клиентами, обратившимися к ней через сайт.

Необходимо составить такой ассортимент товаров, который должен состоять из всех необходимых населению видов товара.

Отметим, что для науки экономическая сущность проблем контрактной системы представляет, как минимум, не меньший интерес, нежели правовая сущность. [2; с. 3]

На основании вышесказанного, необходимо проанализировать роль банков в рамках контрактной системы в сфере закупок, установив механизмы их участия в ней.

Важно отметить, что отдельные нормы Закона № 44-ФЗ связаны с регулированием деятельности банков. В первую очередь, это нормы о банковском сопровождении контрактов (статья 35 Закона № 44-ФЗ). Согласно указанной статье Правительство Российской Федерации устанавливает порядок осуществления банковского со-

провожения контрактов, включающий в себя требования к банкам и порядку их отбора, условия договоров, заключаемых с банком, а также требования к содержанию формируемых банками отчетов.

Случаи осуществления банковского сопровождения контрактов согласно указанной статье определяют в пределах своих предметов ведения Правительство Российской Федерации, высший исполнительный орган государственной власти субъекта Российской Федерации, местная администрация.

Также необходимо упомянуть содержащиеся в Законе № 44-ФЗ правовые нормы об обеспечении исполнения контракта в форме банковской гарантии.

Важно отметить, что общий объем выдаваемых банковских гарантий составляет более чем одну треть от общего объема закупок. [1; с. 8] Данный факт красноречиво свидетельствует о важном значении банковского сектора в существовании и работе отечественной контрактной системы.

Определение банковской гарантии в контрактной системе следующее: это обязательство, выданное банком по просьбе поставщика товаров, работ или услуг, государственному или муниципальному заказчику, по которому гарант (банк) обязуется произвести бенефициару (заказчику) платеж в случае ненадлежащего исполнения поставщиком условий контракта. [1; с. 3]

Банковская гарантия представляет собой способ обеспечения исполнения обязательств. В контрактной системе ее роль очевидна: выступать в качестве способа гарантирования государством надлежащего исполнения контрактов, по которым закупаются товары, работы и услуги для государственных и муниципальных нужд.

Отличительной особенностью банковской гарантии от иных способов обеспечения исполнения обязательств (включая также предусмотренное в Законе № 44-ФЗ внесение денежных средств на счет заказчика) является наличие особого субъекта (банка).

Следует отметить, что хотя банковские гарантии и являются широко распространенным способом обеспечения исполнения контракта, практика их применения в рамках контрактной системы выявила определенные сложности. Так, в научной литературе обращается внимание на ряд практических проблем, осложняющих выдачу банковских гарантий участникам закупочных процедур в соответствии с Законом № 44-ФЗ. Среди таковых перечисляются:

1. Низкий уровень заинтересованности представителей банковского сектора в предоставлении банковских гарантий в связи с существованием более прибыльных вариантов использования средств.

2. Наличие строгих требований к получателям банковских гарантий, установленных Центральным банком РФ.

3. Неготовность банков обслужить поток желающих получить банковские гарантии в целях участия в закупочных процедурах.

4. Неравномерное территориальное развитие инфраструктуры некоторых банков. [5; с. 122]

Таким образом, банковские гарантии хотя и значимы с точки зрения функционирования контрактной системы, однако не являются при этом безусловно действующим на практике механизмом обеспечения исполнения государственных и муниципальных контрактов.

Помимо прочего, следует выделить еще одно направление деятельности банков, регулируемое нормативными актами в сфере контрактной системы. А именно, согласно Постановлению Правительства РФ № 901 от 10.10.2013 «О требованиях к финансовой устойчивости банков, в которых оператором электронной площадки открываются счета для учета денежных средств, внесенных участниками закупок в качестве обеспечения заявок, и требованиях к условиям договоров о ведении счетов, заключаемых оператором электронной площадки с банком, для учета денежных средств, внесенных участниками закупок в качестве обеспечения заявок», существуют требования к финансовой устойчивости банков, в которых операторы электронных площадок обязаны открывать счета для учета средств, которые вносятся участниками закупок для обеспечения своих заявок. Указанное Постановление принято для минимизации рисков в финансовой сфере. [3; с. 244–249]

Среди требований, перечисленных в указанном Постановлении, особо отметим следующие:

1. Банк должен участвовать в системе обязательного страхования вкладов физических лиц.

2. Банку не должно быть запрещено Центральным банком РФ отрывать счета и вклады физических лиц.

3. На последнюю отчетную дату банк должен иметь собственные средства в размере не менее чем 15 млрд. рублей.

Также отметим, что в научной литературе обращается внимание на тот факт, что Постановление устанавливает требования к условиям договоров между банком и электронной площадкой. [4; с. 28] Данное обстоятельство обусловлено необходимостью обеспечить эффективную работу банков и гарантировать их ответственность за функционирование счетов, открываемых для электронных площадок.

Отметим также, что распространенной в последние годы стала практика закупки финансовых услуг по предоставлению кредитов субъектам Российской Федерации и муниципальным образованиям. В таких закупках банки участвуют с целью стать исполнителями по контрактам на оказание финансовых услуг. Задача банка, в зависимости от способа проведения закупки, или предложить наиболее выгодную цену своих услуг, или цену и иные условия оказания услуг, которые в совокупности будут наиболее выгодны для заказчика.

Отметим также, что закупки могут осуществляться заказчиками с привлечением кредитных средств банков, что также делает банки заинтересованными в механизмах и результатах проведения закупок для государственных и муниципальных нужд.

Например, А.И. Мифтахов отмечает, что в соответствии с Законом № 44-ФЗ осуществляются закупки в

рамках проектов, реализуемых на принципах государственно-частного партнерства через федеральные целевые программы и с привлечением кредитных ресурсов Внешэкономбанка. [6; с. 76]

Таким образом, Закон № 44-ФЗ в совокупности с другими нормативными правовыми актами предусматривает широкий спектр механизмов участия банков в контрактной системе в сфере закупок товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд. Полагаем, что можно выделить следующие такие механизмы:

1. Банковское сопровождение государственных и муниципальных контрактов.
2. Выдача банковских гарантий как способ обеспечения исполнения контрактов поставщикам (подрядчиками, исполнителями).

Литература:

1. Дегтяренко, К. Н. Роль банковской гарантии в сфере госзаказа / К. Н. Дегтяренко, А. В. Матвеев // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. — № 3. — 2015. — с. 1–10.
2. Демин, А. А. Институциональные преобразования системы размещения государственного заказа в Россигозаказа / А. А. Демин, Н. К. Демина // Госзаказ: управление, размещение, обеспечение. — № 1. — 2008. — с. 2–22.
3. Зинчик, Н. С. Налоговое стимулирование как инструмент повышения инвестиционной активности промышленных предприятий // Вестник ИНЖЭКОНА. — № 7 (42). — 2010. — с. 244–249.
4. Крылова, Е. Б. Отдельные аспекты финансирования государственных и муниципальных закупок в России // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). — № 2–1 (22). — Т. 6. — 2015. — с. 24–29.
5. Мельников, В. В. Применение банковской гарантии как инструмента обеспечения участия в процедурах государственных закупок / В. В. Мельников, В. А. Тюрина // Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики). — № 3. — Т. 5. — 2014. — с. 116–123.
6. Мифтахов, А. И. Специфика использования государством банковских механизмов финансирования // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. — № 7–8 (51). — 2015. — с. 74–78.

Управление рисками инвестиционных проектов разработки нефтяных месторождений

Ершова Анна Николаевна, студент
Уфимский государственный нефтяной технический университет

В нефтяных компаниях инвестиционная политика является важной частью производственно-хозяйственной деятельности. Инвестиционная деятельность необходима для эффективного воспроизводственного процесса и долгосрочного устойчивого развития организаций. Инвестиционная деятельность нефтяных компаний всегда сопровождается различными видами рисков.

Инвестиционная деятельность — это вложение инвестиций и практические действия по реализации инвестиций. Под инвестиционным проектом понимается обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления капитальных вложений [7].

3. Открытие счетов в целях функционирования электронных торговых площадок, работающих в рамках контрактной системы.

4. Участие в качестве исполнителей в закупках финансовых услуг (в первую очередь, услуг по предоставлению кредитов) для государственных и муниципальных нужд.

5. Кредитное финансирование закупок для государственных и муниципальных нужд.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод о том, что банки занимают важное место в контрактной системе в сфере закупок товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд. Они не только обеспечивают ее деятельность, но и принимают активное участие в ее функционировании.

Риск инвестиционного проекта — это вероятность возникновения непредвиденных неблагоприятных событий, способных оказать негативное влияние на эффективность проекта. Управление проектными рисками невозможно без выявления и систематизации видов рисков, оценки и контроля. Классификация рисков на внешние и внутренние, а также на управляемые и неуправляемые, позволяет разработать программу реагирования на риск, нацеленную на сокращение плановой стоимости проекта. Существует несколько форм управления рисками: активная, адаптивная, консервативная и интегрированная. Активная форма управления рисками предполагает максимальное использование

информации и средств управления для минимизации рисков. При использовании адаптивной формы управления — предотвращается лишь часть ущерба, используется принцип адаптации к сложившейся обстановке. Консервативная форма управления — управляющие воздействия запаздывают. Интегрированная система управления — это система управления, в которой все элементы объединены воедино, в одну систему, дающую возможность достигнуть цели бизнеса и осуществить миссию предприятия.

Схема управления рисками инвестиционного проекта регламентирует методику управления рисками, меры по обеспечению контроля рисков проекта, список альтернативных решений в случае наступления рисков, список участников по контролю рисков проекта, и т. д.

На риски, сопровождающие инвестиционные проекты влияют внешние и внутренние факторы. Внутренние

факторы зависят непосредственно от результатов хозяйственной деятельности компании. Именно внутренние факторы являются основным рычагом влияния на инвестиционную привлекательность предприятия. Внешние факторы — это факторы, не зависящие от результатов хозяйственной деятельности компании [6].

Управление рисками включает в себя этапы, которые позволяют достичь поставленных стратегических целей и минимизировать неблагоприятное влияние этих рисков на компанию.

Данные этапы, включают в себя набор определенных действий, позволяющих проводить мониторинг и предотвращать рискованные события, а в случае их наступления — применять меры по скорейшей ликвидации последствий с наименьшим ущербом (рисунок 1).



Рис. 1. Основные этапы процесса управления рисками инвестиционных проектов

На этапе идентификации риска проводится сбор необходимой информации с использованием официальных и неофициальных каналов. Для идентификации применяются следующие инструменты оперативного менеджмента: причинно-следственные диаграммы, потоковые диаграммы, диаграммы влияния, SWOT-анализ и другие инструменты оперативного менеджмента, позволяющие выявлять сильные и слабые стороны, возможности и угрозы компании, проводить анализ проблем и поиска решений, в которых, так или иначе, рассматриваются причины их возникновения [1].

Анализ рисков может проводиться с помощью количественного и качественного оценки рисков. Количественная оценка рисков инвестиционного проекта предполагает определение величины отдельных видов рисков и риска проекта в целом. Количественная оценка базируется на теории вероятностей, математической статистике, теории исследований операций. Качественная оценка рисков позволяет выявить и идентифицировать возможные виды рисков, свойственных проекту, также определяются и описываются причины и факторы, влияющий на уровень данного вида риска [4].

На четвертом этапе необходима хорошо отлаженная система подготовки и проверки информации, дающая возможность проанализировать имеющиеся ошибки в системе управления и осуществляемые мероприятия для их предотвращения.

На последнем этапе информация консолидируется и, в конечном счете, формируется ежеквартальная отчетность по рискам [8].

Интегрированное управление рисками получило широкое распространение в нефтяных компаниях. Интегрированное управление представляет комплексное и эффективное управление всеми существенными рисками, влияющими на деятельность компании, с учетом взаимозависимости рисков между собой, включающее построение в рамках компании корпоративной культуры риск-менеджмента, а также интеграцию риск-менеджмента в стратегическое планирование [5].

Интегрированное управление рисками является неотъемлемой частью операционного управления, стратегического и бизнес-планирования компании, то есть представляет собой комплекс мер, осуществляемых на всех уровнях управления.

Приоритетные направления развития системы управления рисками:

- разработка механизма использования план-факторного анализа бюджета инвестиционной деятельности играет важную роль для планирования бюджета при управлении рисками;

- количественная оценка влияния ключевых рисков на основные финансовые показатели используется при текущем и стратегическом планировании;

создание единого информационного пространства для участников процесса управления рисками позволяет оперативно влиять на нивелирование рисков [2].

В ПАО АНК «Башнефть» утверждена Политика «Интегрированное управление рисками ПАО АНК «Башнефть» и его ДЗО», определяющая цели, задачи и концепцию Интегрированного управления рисками в компании.

Основными видами деятельности ПАО АНК «Башнефть» являются разведка и добыча нефти и газа, производство нефтепродуктов и нефтехимической продукции, а также сбыт произведенной продукции. В задачи Интегрированного управления рисками входит построение и поддержание на ежеквартальной основе комплекса мер по:

- выявлению и систематическому анализу рисков Группы компаний ПАО АНК «Башнефть»;
- распределению ответственности за управление рисками;
- разработке плана мероприятий для контроля и предотвращения рисков;
- мониторингу рисков и эффективности управления ими [3].

Предложенная система позволит сформировать следующую классификацию управления рисками на примере инвестиционного проекта разработки N-го нефтяного месторождения ПАО АНК «Башнефть». Исследуемое N-ое нефтяное месторождение располагается в юго-западной части республики Башкортостан (таблица 1).

Таблица 1. Показатели экономической эффективности проекта разработки нефтяного месторождения

Показатель	Значение
Чистый дисконтированный доход, тыс. руб.	1707,65
Внутренняя норма рентабельности, %	25

В целях оценки влияния изменения сценарных условий на эффективность проекта проведен анализ чувствитель-

ности показателя чистый дисконтированный доход (таблица 2, рисунок 2).

Таблица 2. Результаты анализа чувствительности чистого дисконтированного дохода проекта разработки нефтяного месторождения, тыс. руб.

Показатель	- 20%	- 15%	- 10%	- 5%	0	+5%	+10%	+15%	+20%
Цена	1601,84	1628,29	1654,74	1681,20	1707,65	1734,10	1760,56	1787,01	1813,46
Капитальные вложения	1758,37	1744,64	1733,01	1720,33	1707,65	1693,92	1682,29	1669,61	1656,93
Ставка дисконтирования	2713,69	2415,80	2151,19	1916,23	1707,65	1522,51	1358,17	1212,26	1082,68

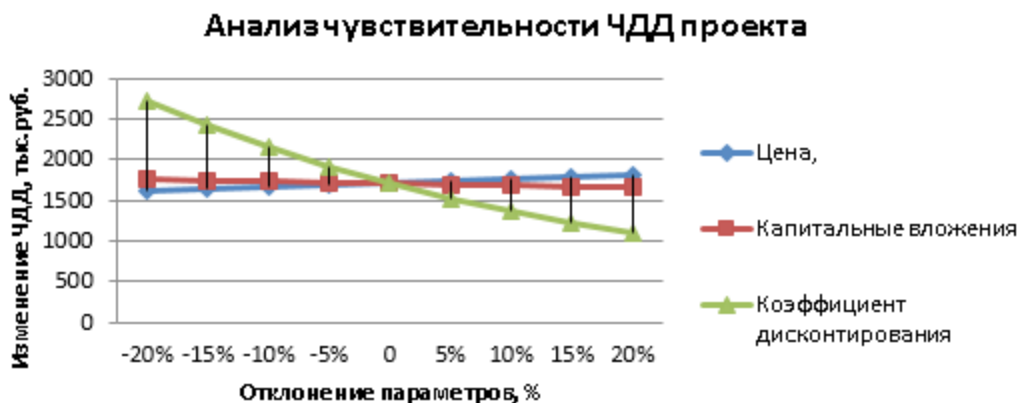


Рис. 2. Анализ чувствительности показателя ЧДД проекта разработки нефтяного месторождения, тыс. руб.

Инвестиционный проект разработки N-го нефтяного месторождения с учетом анализа изменения уровня сопровождающих рисков является эффективным. Наибольшее влияние на показатели экономической эффективности проекта оказали показатели: цена, капитальные вложения и коэффициент дисконтирования. Таким об-

разом, предложенная нами комплексная методика управления рисками, позволит оценивать экономическую эффективность проектов разработки месторождений более обоснованно и повысит эффективность всей инвестиционной деятельности нефтяной компании.

Литература:

1. Анализ методов стратегического планирования для нефтяных компаний. Дудорова Ю.И., Халикова М.А. Проблемы и тенденции развития инновационной экономики: международный опыт и российская практика. Материалы III Международной научно-практической конференции. Уфимский государственный нефтяной технический университет, Институт экономики. 2015. с. 95–98.
2. Башнефть // Википедия. [2016–2016]. Дата обновления: 24.03.2016. URL: <http://ru.wikipedia.org/?oldid=77307933> (дата обращения: 24.03.2016).
3. Башнефть // Официальный сайт компании. [2016–2016]. URL: <http://www.bashneft.ru/> (дата обращения: 28.04.2016). Международный стандарт финансовой отчетности (МСФО) 16 «Основные средства».
4. Марамохина, Е. В. Инновационный риск: понятие, этапы управления // Молодой ученый. 2013. № 5.
5. Механизм формирования оптимальной инвестиционной программы нефтяной компании. Ижбердеев Р.Р., Казаева Л.М., Халикова М.А. Интернет-журнал Науковедение. 2014. № 2 (21). с. 39.
6. Сравнительный анализ методик оценки инвестиционной привлекательности предприятий Каримова А.Р., Халикова М.А., Модернизация экономики регионов России: проблемы, ориентиры и факторы развития. Материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 55-летию ТИИ-ТюмГНТУ. 2011. с. 163–167.
7. Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений». Система ГАРАНТ: <http://base.garant.ru>.
8. Формирование оптимальной инвестиционной программы нефтяной компании Ижбердеев Р.Р., Кузеева Р.Н., Халикова М.А. Аудит и финансовый менеджмент. 2013. № 3. с. 262–265.
- 9.

Особенности финансирования науки и инноваций в зарубежных странах на примере Великобритании и Китая

Завгородняя Виктория Владимировна, кандидат экономических наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В современных условиях развитие экономики государства определяется не только факторами ресурсного обеспечения, но и степенью развития науки и инноваций. Особое значение для экономического потенциала страны имеет взаимодействие науки с производством, т. е. степень использования результатов научных исследований, как фундаментальных, так и прикладных, в реальном секторе экономики.

Взаимодействие науки и реального сектора экономики обеспечивается, прежде всего, государством путем создания организационных, правовых и финансовых условий. Опыт разных стран имеет существенные отличия в реализации данных условий. Данная статья посвящена рассмотрению опыта Великобритании и Китая по созданию организационных и финансовых условий для реализации государственной политики в области науки и инноваций.

Великобритания.

Для Великобритании характерно проведение активной государственной поддержки различных научных и инновационных центров, которые проводят научные исследования, направленные на повышение конкурентоспособности национальной экономики.

В качестве приоритетов выделяется стимулирование повышения эффективности инновационной деятельности исследовательских центров, укрепление государственно-частного партнерства. В этой области применяется концепция создания технологических платформ, ориентированных на создание коммерческих инновационных продуктов и диверсификацию источников финансирования [1].

Финансирование науки и инноваций Великобритании реализуется в рамках Стратегии развития научных исследований и инноваций. Последняя ее версия была принята Правительством Великобритании в декабре 2014 года [1].

Следует отметить, что до 2012 году в Великобритании существовала система регионального бюджетного финансирования науки и инноваций. Однако, правительство решило отказаться от регионального подхода к инновационной политике в пользу общенационального, посчитав, что Агентства регионального развития (далее APP) работают недостаточно эффективно. На территории Англии до марта 2012 г. действовали восемь агентств регионального развития (APP), образованных согласно закону 1998 г. Девятое APP — лондонское (London Development Agency — LDA) было создано в июле 2000 г. вслед за образованием Совета Большого Лондона. Только первые три из этих региональных агентств финансировались из средств центрального правительства и из доходов от своей деятельности, а остальные, как правило, из средств местных органов власти и, за некоторым исключением, из частных источников. Кроме того, самостоятельно работали и сейчас работают Шотландское агентство развития, Совет по развитию горной и островной части Шотландии, Агентство развития Уэльса, Совет по промышленному развитию Северной Ирландии [2].

С марта 2012 г. начался процесс свертывания деятельности APP, поскольку правительство Великобритании в рамках правительственной программы экономии расходов приняло решение об их ликвидации до конца 2012 г., оставив лишь APP Шотландии и Уэльса. Вместо них экономическим развитием регионов (включая и внедрение инноваций) занимаются партнерства местных предпринимателей (Local Enterprise Partnerships — LEPs), центры инновационных технологий и другие организации, состоящие из представителей местных органов власти и бизнеса, и основная цель их деятельности заключается в стимулировании экономического развития своих территорий.

Таким образом, можно отметить, что опыт Великобритании в вопросах финансирования науки за счет региональных бюджетов не был успешным. И также как и в России, на сегодняшний день основная нагрузка по финансированию науки и технологий в Великобритании, ложится на бюджет центрального правительства [3, с. 128].

В целом научно-технологическая и инновационная политика Великобритании реализуется через Департамент по делам бизнеса, энергетики и промышленной стратегии (BEIS), который был создан в июле 2016 г. на основе ранее функционирующего Департамента бизнеса, инноваций и профессиональной подготовки (BIS) [4]. Этот департамент является основным исполнительным органом правительства, ответственным за разработку, финансирование и управление наукой и научными исследованиями в стране. При этом он опирается на научно-технологический потенциал университетов и государственных лабораторий и систему подготовки исследователей, инженеров и техников. Главной задачей BEIS является поддержка развития в Великобритании научной базы мирового класса с учетом интересов потребителей и требований экономики. В ведение Департамент по делам бизнеса, энергетики и

промышленной стратегии входит система научно-исследовательских советов Великобритании (Research Councils of the United Kingdom — RCUK), которые представляют собой партнерство семи исследовательских советов по разным областям науки.

Научно-исследовательские советы (RCUK) финансируют исследования в университетах и научно-исследовательских институтах. Так же эти советы финансируют исследовательские проекты, в которых участвуют бизнес-партнеры и помогают достижению бизнес результатов. Научно — исследовательские советы инвестируют в научные исследования по всем академическим дисциплинам — от медицинских и биологических наук до астрономии, физики, химии, инженерных и социальных наук, экономики, экологии, искусства, языка и культуры.

Научно — исследовательские советы находятся в центре механизмов распределения финансирования, особенно для университетов.

В 2007 г. правительством страны был создан Совет по технологической стратегии (Technology Strategy Board — TSB). Совет по технологической стратегии является вневедомственной государственной организацией, финансируемой как Департамент по делам бизнеса, энергетики и промышленной стратегии, так научно-исследовательскими советами (RCUK). В его компетенцию входит продвижение технологических инноваций в областях, обладающих наибольшим потенциалом для ускорения роста и наращивания производительности британской экономики. Совет по технологической стратегии также оказывает поддержку и осуществляет инвестиции в технологические исследования и в процесс коммерциализации научных разработок [4].

Это направление деятельности особо важно для России, т. к. необходимо развивать институты, обеспечивающие коммерциализацию результатов НИР.

Субъекты бюджетного финансирования научных исследований Великобритании представлены на рисунке 1.

Ключевым детерминантом результативности инновационной деятельности в стране выступает бизнес, и Великобритания обладает в этом отношении довольно сильными позициями во всех секторах экономики. Правительство играет главную роль в создании адекватных условий для инноваций и предоставляет бизнесу различные виды поддержки.

Помимо BEIS в финансировании научных исследований принимает участие Департамент образования, выполняя функции управления и стратегического планирования деятельности системы высшего образования Великобритании. Система финансирования вузов имеет региональный характер. В Англии, Уэльсе, Шотландии и Северной Ирландии созданы Советы по финансированию высшего образования. Наиболее крупным является Совет по финансированию высшего образования Англии (HEFCE).

Совет по финансированию высшего образования Англии (HEFCE), инвестирует средства в проведение НИР



Рис. 1. Субъекты бюджетного финансирования научно-исследовательских работ Великобритании

образовательными организациями, в том числе международных исследований в области образования [5].

Анализ субъектов бюджетного финансирования НИР Великобритании показывает, что деятельность всех субъектов координируется одним субъектом — BEIS, что обеспечивает наиболее эффективную реализацию Стратегии развития научных исследований и инноваций Великобритании.

Особенностью организации финансирования НИР в Великобритании является наличие большого количества научно-исследовательских советов, фондов, которые выполняют функции не только по распределению бюджетных средств, но организационные функции по взаимодействию частного бизнеса и научной сферы страны. Глобальная цель такого взаимодействия — инновационное развитие экономики по приоритетным направлениям.

В целом, как показывает анализ, объединение образовательных и научных организаций Великобритании в рамках научно-исследовательских советов, работающих на принципах партнерства с частным бизнесом, нацелено на проведение и координацию междисциплинарных исследований и разработок, что отвечает современным тенденциям инновационного развития и обеспечивает результативность использования бюджетных средств.

Китай.

В настоящее время Китайская Народная Республика (далее — КНР) является одной из самых динамично развивающихся экономик в мире.

Для развития инновационной экономики наряду с созданием стимулирующей законодательной базы в КНР

сформирована соответствующая государственная политика в сфере финансирования научно-исследовательской работы на основе государственных программ [6].

Управление инновационной системой КНР на национальном уровне осуществляют ряд государственных органов. Субъекты бюджетного финансирования НИР в КНР представлены на рисунке 2.

Следует отметить, что политика, проводимая региональными и муниципальными властями, является в значительной степени автономной. Существуют региональные подразделения всех министерств центрального правительства. Кроме того, в каждой провинции есть своя комиссия по науке и технологиям. Местные органы управления уполномочены подстраивать государственную политику под конкретные социальные, экономические и географические условия региона.

Взаимодействие субъектов, реализующих финансирование НИР в КНР, представляется весьма сложным. Например, межведомственный механизм во главе с Министерством финансов при поддержке Национальной комиссии по развитию и реформам (NDRC) отвечает за планирование и пересмотр стратегии научно-технического развития, определения национальных программ научно-технического развития и их ключевых задач и руководящих принципов, а также обеспечивают контроль за профессиональными организациями, связанными с управлением научными исследованиями [7, с. 415]. Профессиональные организации управления научными исследованиями, в свою очередь, формируют, рассматривают и утверждают финансирование государственных программ науки и техники.



Рис. 2. Субъекты бюджетного финансирования научно-исследовательских работ Китая

На оперативном уровне созданы профессиональные организации управления исследованиями. Через «Единую платформу» — национальную информационную систему управления научно-техническим развитием, они организуют представление проектов, оценку и осуществление управления научными исследованиями.

Министерство по науке и технологии, являясь основным субъектом бюджетного финансирования НИР КНР, отвечает за анализ и контроль, а также за оценку эффективности финансирования государственных программ в области науки и технологий. Данное министерство выполняет координационные функции по отношению к другим министерствам, осуществляющим НИР в рамках своих компетенций.

Данный опыт представляется весьма интересным. Создание единой информационной платформы/базы государственных программ, проектов позволяет не только осуществлять общественный контроль за их реализацией, но и делает доступной информацию о научных исследованиях для широкого круга заинтересованных лиц, аналогичные порталы имеются в России, и они позволяют в открытом доступе осуществлять мониторинг выполняемых в нашей стране государственных программ, в том числе объемов бюджетного финансирования [8].

Стратегия развития науки и технологии КНР потребовала реформирования деятельности Китайской Академии Наук (КАН).

Всего в структуре КАН насчитывается 104 учреждения (Научно-исследовательские институты) и два университета (Научно-технический университет Китая и Университет Китайской академии наук) [9]. Как и в России, Китайская академия наук обеспечивает проведение фундаментальных научных исследований.

В настоящее время проводится реформа КАН. Ее институты подразделяются на два типа.

Институты КАН, которые попадают в Тип 1, должны полностью финансироваться из государственного бюджета и должны будут выполнять только поставленные государством задачи. Типу 2 институты КАН будет разрешено дополнять частичное государственное финансирование поступлениями, полученными за счет других видов деятельности, в том числе посредством государственных заказов научно-исследовательских проектов.

Такой подход по разделению институтов КАН, а также и образовательных учреждений, реализующих НИР за счет бюджетных ассигнований, на наш взгляд, позволяет государству более результативно использовать бюджетные средства, а также реализовывать фундаментальные и прикладные исследования в целях инновационного развития экономики страны.

Еще одним субъектом, обеспечивающим бюджетное финансирование НИР в КНР, является Министерство образования КНР. В его ведении находятся высшие образовательные учреждения, реализующие прикладные НИР.

При китайских университетах создано 100 научных лабораторий и 36 государственных инженерных центров, которые являются объектами бюджетного финансирования НИР [9].

Таким образом, рассмотрение субъектов бюджетного финансирования НИР в КНР, показало, что между ними существует достаточно сложное взаимодействие. Однако, действия всех субъектов бюджетного финансирования НИР подчинены интересам государственной политике развития науки и техники.

Следует отметить, что в КНР многие вопросы построения управленческих структур были заимствованы еще в Советском Союзе. Например, реформа КАН была принята после реформы РАН в 2011 году, т. к. структура и принципы построения КАН были заимствованы у Советской академии наук [10, с. 50].

Учитывая опыт рассмотренных стран, представляется целесообразным создать в России Совет по управлению научными исследованиями.

В частности, в Великобритании и КНР, как было рассмотрено, функционируют советы по управлению научными исследованиями, наделенные правом определения приоритетных направлений и видов научных исследований, а также правом распределения бюджетного финансирования на научные исследования.

В России на сегодняшний день при Президенте создан Совет по науке и образованию, однако, он является консультативным органом и не обладает правом принятия финансовых решений [11].

Считаем необходимым создать Совет по управлению научными исследованиями при Правительстве Российской Федерации.

Данный орган должен состоять из представителей образовательных и научных организаций, бизнеса и промышленности, научных фондов (Российский Научный Фонд, Российский Фонд Фундаментальных исследований и др.), всех министерств и ведомств, осуществляющих научные исследования и разработки.

Задачами Совета по управлению научными исследованиями должны стать:

- разработка предложений в сфере государственной научной политики России;

- определение приоритетных направлений развития фундаментальных и прикладных исследований с учетом мировых тенденций развития науки;

- развитие взаимодействия образовательных и научных организаций, а также их сотрудничества с бизнесом и промышленностью в вопросах финансирования научных исследований и внедрения результатов НИР в реальный сектор экономики;

- межведомственная координация научных исследований по приоритетным направлениям развития фундаментальной науки;

- межведомственная координация научных исследований по приоритетным направлениям развития научно-технологического комплекса страны;

- контроль за внедрением результатов научных исследований в реальный сектор экономики и социальную сферу;

- обеспечение правовой защиты результатов научных исследований;

- развитие системы оценки результативности и эффективности научных исследований и др.

Как уже было отмечено ранее, Совет по управлению научными исследованиями должен быть наделен правом распределения (разработки рекомендаций распределения, контроля распределения) финансирования из средств федерального бюджета между фундаментальными и прикладными исследованиями/государственными программами/ведомственными программами и проектами/субъектами финансирования НИР.

Основными направлениями деятельности Совета по управлению научными исследованиями, должны стать:

- нормотворческая деятельность (разработка предложений по совершенствованию российского законодательства в вопросах: правовой защиты результатов научных исследований, развития организационных форм взаимодействия науки и бизнеса, налогового стимулирования НИОКР) и др.;

- организационная деятельность (обеспечение взаимодействия и координация деятельности федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления, общественных объединений, научных и образовательных организаций, научных фондов, общественных организаций и других участников в области развития науки);

- финансовая деятельность (разработка предложений Правительству Российской Федерации по формированию бюджета на науку и его распределению по участникам научной деятельности).

Создание Совета по управлению научными исследованиями при Правительстве Российской Федерации позволит обеспечить:

- координацию действий министерств и ведомств, образовательных и научных организаций, научных фондов, бизнеса и промышленности в вопросах финансирования и осуществления научных исследований;

- концентрацию бюджетного финансирования на научных исследованиях по приоритетным направлениям развития фундаментальной и прикладной науки;

- усиление взаимодействия образовательных, научных организаций, научных фондов, бизнеса и промышленности в вопросах внедрения результатов научных исследований в реальный сектор экономики;

- и, как следствие, повышение результативности и эффективности бюджетного финансирования научных исследований.

Литература:

1. Our plan for grow: science and innovation [Электронный ресурс]: Department for Business, Innovation & Skills and HM Treasury. — Электронные текстовые данные. — 17 декабря 2014 г. — Режим доступа: <https://www.gov.uk/government/publications/our-plan-for-growth-science-and-innovation>.
2. Черноморова, Т. В. [Электронный ресурс]: Т. В. Черноморова, Великобритания: Инновационная политика и методы ее реализации. — Электронные текстовые данные. — Режим доступа: [APE_2013_1_Chernomorova.pdf](#).
3. Завгородняя, В. В., Ишина И. В. Налоговые льготы как инструменты косвенной государственной поддержки научно-исследовательских работ: российский и зарубежный опыт [Текст] / В. В. Завгородняя, И. В. Ишина // Экономика и предпринимательство. 2016. № 11–2 (76–2). с. 126–131.
4. United Kingdom [Электронный ресурс]: Policy Research and Development. — Электронные текстовые данные. — Режим доступа: <http://www.bis.gov.uk/policies/innovation>.
5. Higher Education Funding Council for England [Электронный ресурс]: Guide to funding 2016–17: How HEFCE allocates its funds. — Электронные текстовые данные. — Режим доступа: <http://www.hefce.ac.uk/pubs/year/2016/201607/>.
6. Закон Китайской Народной Республики «О научно-техническом прогрессе» [Электронный ресурс]. — Электронные текстовые данные. — 2 июля 1993 г. — Режим доступа: <http://www.wipo.int/wipolex/ru/details.jsp?id=6586>.
7. Завгородняя, В. В. Сравнение бюджетного финансирования научно-исследовательских работ в России и зарубежных странах [Текст] / В. В. Завгородняя // Молодой ученый. 2017. № 2 (136). с. 412–417.
8. Государственные программы Российской Федерации [Электронный ресурс]: Официальный портал госпрограмм РФ. — Электронные текстовые данные. — Режим доступа: <http://programs.gov.ru/portal/>.
9. Chinese Academy of Sciences [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://english.cas.cn/institutes/research_bodies/.
10. Завгородняя, В. В. Бюджетное финансирование научных исследований в России: проблемы и пути их решения [Текст] / В. В. Завгородняя // Инновационная наука. 2016. № 10–1. с. 47–51.
11. Советы при Президенте [Электронный ресурс]: Президент России. — Электронные текстовые данные. Москва, 2016. Режим доступа: <http://kremlin.ru/structure/councils#institution-6>.

Стратегия формирования электронного университета в Республике Узбекистан на примере ТУИТ

Иминова Наргиза Акрамовна, кандидат экономических наук, доцент
Ташкентский университет информационных технологий (Узбекистан)

Сегодня повсеместное распространение современных компьютерных технологий и локальных и глобальных коммуникационных сетей создают новое качество мирового информационного общества.

В Указе первого Президента Республики Узбекистан «О дальнейшем развитии компьютеризации и внедрении информационно-коммуникационных технологий» № УП-3080 от 30.05.2002. сказано, что «В целях формирования национальной системы информатизации, создания благоприятных условий для вхождения в мировое информационное сообщество, первоочередными задачами развития и внедрения современных систем компьютеризации и информационно-коммуникационных технологий являются:

— широкое внедрение компьютерных и информационных технологий в отраслях реальной экономики, в сфере управления, бизнеса, науки и образования;

— введение в учебный процесс прогрессивных систем обучения, основанных на овладении и активном использовании современных компьютерных и информационных технологий». [1]

В настоящее время процесс управления столь сложной организацией, какой является Университет, невозможен без широкого использования информационных технологий. Чтобы двигаться в ногу со временем, университет должен предлагать самые современные услуги. Одной из таких услуг является электронное дистанционное онлайн обучение.

Главной задачей в области информатизации любого современного ВУЗа является создание современного электронного университета в качестве образовательного центра конкурентоспособного на мировых рынках труда и знаний.

Внедрение электронного университета обеспечит:

— Современное информационное сопровождение учебного процесса (организационное, методическое, аппаратное и программное);

— Автоматизацию планирования, управления, учета и контроля всех процессов и документооборота.

— Расширение круга потребителей образовательных услуг.

— Развитие системы будет способствовать продвижению новых образовательных, информационных и коммуникационных технологий на мировой рынок, что даст экономический эффект и повысит престиж страны.

Ташкентский университет информационных технологий (ТУИТ) был организован в 1955 как Ташкентский электротехнический институт связи (ТЭИС) году и был единственным высшим учебным заведением, в Центрально-азиатском регионе бывшего СССР, готовящим специалистов в области электросвязи и радиосвязи. В 2002 году в целях формирования национальной системы информатизации, массового внедрения и использования во всех сферах экономики и жизни общества современных информационных технологий, создания благоприятных условий для вхождения в мировое информационное сообщество указом Президента Республики Узбекистан № УП-3080 «О дальнейшем развитии компьютеризации и внедрении информационно-коммуникационных технологий» от 30 мая 2002 он преобразован в Ташкентский университет информационных технологий. [2]. В настоящее время является базовым высшим образовательным учреждением республики по подготовке, переподготовке кадров и по повышению квалификации специалистов в области разработки программных продуктов, сетевых технологий, подвижной радиотелефонной связи, электронной коммерции и информационной безопасности, информационных и телекоммуникационных технологий. На сегодняшний день ТУИТ — это университет современного типа, имеющий высокий научно-педагогический потенциал, обладающий широким спектром образовательных коммуникаций, развитой сетью международных контактов, высоким общественным признанием уровня подготовки специалистов.

В ТУИТ широко развита практика внедрения информационно-коммуникационных технологий в образовательный процесс. Использование информационных технологий в образовании создают предпосылки для перехода к виртуальной, дистанционной, онлайн форме обучения. То есть созданию электронного университета. Формирование и развитие системы электронного университета в ТУИТ является основой для еще более широкого внедрения в учебный процесс новых информационно-коммуникационных технологий.

Целями внедрения системы электронного университета ТУИТ являются:

— предоставление каждому равных образовательных возможностей в любых районах страны и за ее рубежами;

— повышение качественного уровня образования за счет более активного использования научного и образовательного потенциала университета;

— возможность получения как базового, так и дополнительного образования параллельно с основной деятельностью;

— расширение образовательной среды в Узбекистане на наиболее полное удовлетворение потребностей и прав человека в области образования;

— интеграция с очной и заочной формами обучения, из развитие;

— создание условий для непрерывного образования

— обеспечение принципиально нового уровня доступности образования при сохранении его качества.

Внедрение системы электронного университета, а также развитие и объединение уже имеющихся элементов, повлечет за собой углубление внедрения информационных технологий в процесс обучения, что соответствует цели по построению информационного общества в Республике Узбекистан.

Под стратегией формирования «Электронного университета ТУИТ», как комплексной среды дистанционного онлайн образования, понимается комплекс мероприятий по внедрению во все сферы деятельности ВУЗа информационно-коммуникационных технологий.

Создание и внедрение системы электронного университета ТУИТ даст следующие результаты:

— Расширение круга потребителей образовательных услуг, в том числе в труднодоступных, малонаселенных регионах, в районах, удаленных от научных и культурных центров страны.

— Повышение качества обучения студентов независимо от их местонахождения.

— Появится возможность получения основного и дополнительного образования по отечественным образовательным программам для всех слоев населения.

— Сокращение затрат на подготовку специалистов, в связи с тем что студент обучается дома.

— Развитие системы будет способствовать продвижению новых образовательных, информационных и коммуникационных технологий на мировой рынок, что даст экономический эффект и повысит престиж страны.

Экономический выигрыш от внедрения системы дистанционного образования во многом зависит от количества студентов. Чем выше она будет, тем выше экономический эффект. Тогда значительные первоначальные затраты на оснащение, подготовку электронных изданий, обучение преподавателей и т. д. быстро окупятся. Электронная форма обучения предполагает, что слушатель будет обучаться в удобном месте, в удобное время, в удобном темпе времени, используя имеющиеся компьютерные средства для общения с преподавателем, обмениваясь текстовыми сообщениями. Не будет нужды в использовании специальных помещений для обучения студентов, прекратиться отрыв от производства, студент сможет совмещать работу и учебу. Также будет значительная экономия на транспорте, так как пропадет необходимость каждый день ездить в ВУЗ.

Для формирования информационной среды необходимы следующие основные элементы:

- Аппаратное обеспечение
- Сайт университета;
- Электронный деканат;
- Учебный портал;
- Система защиты персональных данных

В 2008 году был зарегистрирован домен tuit. uz, на котором создавался сайт университета. [3].

Сайт имеет три версии: узбекско-, русско-, и англоязычную.

На сайте ТУИТ можно узнать не только последние новости, но и историю университета. Есть возможность посетить фотогалерею, в которой выложены фотографии со всех проведенных мероприятий ТУИТ, скачать устав уни-

верситета, узнать структуру, дни приема руководства, профессорско-преподавательский состав, и многое другое.

В настоящее время сайт ТУИТ является основным источником информации об университете.

На сайте имеется все необходимые данные для абитуриента, в том числе:

- Перечень документов;
- Направления подготовки;
- Вступительные предметы;
- Квота приема и результаты приема прошлых лет.

Студенты могут найти на сайте информацию об учебном графике, расписании занятий, посещаемости и успеваемости, списки выпускников, а также информацию о сти-

Таблица 1. Интерактивные услуги, оказываемые через веб-сайт ТУИТ

Название услуги	Описание услуги	Адрес системы
iSoft. uz.	Мультимедийная интерактивная обучающая онлайн система по информационным технологиям. Данная система разработана для повышения грамотности слушателей. Система содержит мультимедийные обучающие уроки и контрольные тестовые вопросы по ИКТ.	http://teach.tuit.uz
EduTest. uz.	Корпоративная система тестирования и оценки знаний. Система предназначена для проведения аттестации и тестирования знаний слушателей дистанционно.	http://test.tuit.uz
Автоматизированная информационная система «Деканат».	Система предназначена для автоматизации деятельности деканатов ТУИТ и представления сведений об успеваемости и посещаемости студентов через веб-сайт.	http://tuit.uz/student http://decanat.tuit.uz/students* http://decanat.tuit.uz*
Система «Виртуальная приемная».	Система предназначена для приема и обработки электронных обращений через официальный сайт ТУИТ.	http://tuit.uz/reception
Система виртуального обучения.	Система разработана на платформе с открытым кодом MOODLE и предназначена для организации и управления процессом дистанционного обучения.	http://atdt.tuit.uz http://etuit.uz*
Система «Виртуальный университет».	Система предназначена для организации и управления процессами дистанционного обучения.	http://e.tuit.uz
Дистанционная образовательная система Estudy.	Система предназначена для дистанционного обучения учащихся академических лицеев и профессиональных колледжей по физике и математике в режиме онлайн.	http://estudy.uz
Система проверки программных кодов.	Система служит для проверки и оценки программных решений (кодов) и позволяет провести интеллектуальные соревнования по программированию в режиме онлайн.	http://olymp.tuit.uz http://acm.tuit.uz*
Система информационно-ресурсного центра.	Система предназначена для управления электронными ресурсами и содержит базу данных электронных изданий книг и литературы различного жанра, учебных пособий, а также материалы по предметам.	http://library.tuit.uz
Система электронной библиотеки.	Система содержит электронные варианты текстов лекций, материалов презентаций, учебных и методических материалов по всем предметам кафедр ТУИТ.	http://lib.tuit.uz
Услуга электронной почты.	Система предоставляет услуги электронной почты профессорско-преподавательского состава и сотрудникам ТУИТ в режиме онлайн.	https://mail.tuit.uz:83 https://mail.tuit.uz/*
Университет интерактивных услуг.*	Данная услуга позволяет узнать расписание, вакансии. Имеется услуга признания дипломов.	http://interactive.tuit.uz/information/

Примечание: Адреса услуг, отмеченные звездочкой, даются на узбекскоязычной версии сайта.

пендиях и грантах. Помимо этого, на сайте имеется доступ к ресурсному центру института, который включает в себя не только электронную библиотеку и Информационно-ресурсный центр, но и множество специальных интерактивных услуг.

Сегодня на сайте ТУИТ существует список из нескольких интерактивных услуг. (Табл. 1)

Отдельно бы хотелось отметить несколько интерактивных услуг, которые связаны с системой электронного обучения студентов. Это интерактивные услуги:

— Автоматизированная информационная система «Деканат»;

— Система виртуального обучения;

— Система «Виртуальный университет».

Данные системы являются основой для создания системы электронного обучения и электронного университета.

Автоматизированная информационная система «Деканат» содержит данные обо всех студентах и их успеваемости и посещаемости. Данная система является пло-

щадкой для автоматизации всего учебного процесса, в том числе для автоматизации таких под процессов, как электронное расписание, Планирование и контроль учебной нагрузки, Методическое обеспечение образовательного процесса, Контроль успеваемости и другие.

Стоит отметить большое количество курсов, возможность скачать необходимые материалы на компьютер, а также удобную систему проверки знаний учащихся после прохождения каждой лекции курса.

Система позволяет студентам получать дополнительные знания по предметам, а преподаватели могут видеть, кто из учащихся заходил на курс, кто проходил тесты, и какие баллы получил.

Развитие сайта Etuit приведет к созданию полностью функциональной системы электронного образования. Однако на сегодняшний день существуют и некоторые проблемы, которые необходимо решить для реализации проекта современного, информационно развитого электронного университета.

Литература:

1. Указ Президента РУз «О дальнейшем развитии компьютеризации и внедрении информационно-коммуникационных технологий» № УП-3080 от 30.05.2002.
2. Указ Президента Республики Узбекистан № УП-3080 «О дальнейшем развитии компьютеризации и внедрении информационно-коммуникационных технологий» от 30 мая 2002
3. Whois-сервис — <https://www.nic.ru/whois/?wi=1>

Анализ современной миграционной ситуации в Российской Федерации

Крицкая Анна Алексеевна студент
Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону)

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в современном мире проблема миграции занимает особое место и требует постоянного внимания исследователей. Ученые и специалисты различных отраслей знаний активно разрабатывают модель регулирования миграционных процессов, включающую в себя весь многообразный спектр этой общемировой проблемы.

Миграция как особый феномен рассматривается с самых разных точек зрения — экономической, социальной, исторической, культурной, демографической, этнической.

К настоящему времени сложилось два подхода к определению миграции — в широком и узком смысле слова. В широком смысле под миграцией понимается любая форма территориальной мобильности населения безотносительно к ее регулярности, цели и продолжительности. Такого определения придерживаются, например, М. В. Курман и В. И. Староверов.

В узком смысле слова «миграция» — это смена места проживания за пределами конкретного населенного

пункта. Данное определение придерживаются большинство исследователей миграции. Наиболее точное определение дает Л. Л. Рыбаковский, который к миграции относит лишь такую форму пространственной мобильности населения, которая отвечает одновременно двум условиям: население перемещается из одного населенного пункта в другой, и, во-вторых, перемещения сопровождаются сменой постоянного места жительства. [1]

Отметим, что согласно официальной статистике, с 2010 года отмечается медленный, но стабильный прирост численности граждан. Общая численность населения России на 1 января 2016 года составляет 146544710 человек (с Крымом) по данным Росстат (согласно данным от 09.03.2016 об оценке численности населения на 01.01.2016). Численность населения России на 1 января 2015 года составляла 146267288 человек. Увеличение численности населения за январь-октябрь 2016 г. сложилось за счет естественного и миграционного приростов. При этом миграционный прирост составил 91,5% от общего прироста населения.

В 2016 году за период январь-октябрь мы наблюдаем увеличение численности населения путем миграционного притока и уменьшение естественного притока

по сравнению с аналогичными показателями 2015 года (рис. 1). [2]

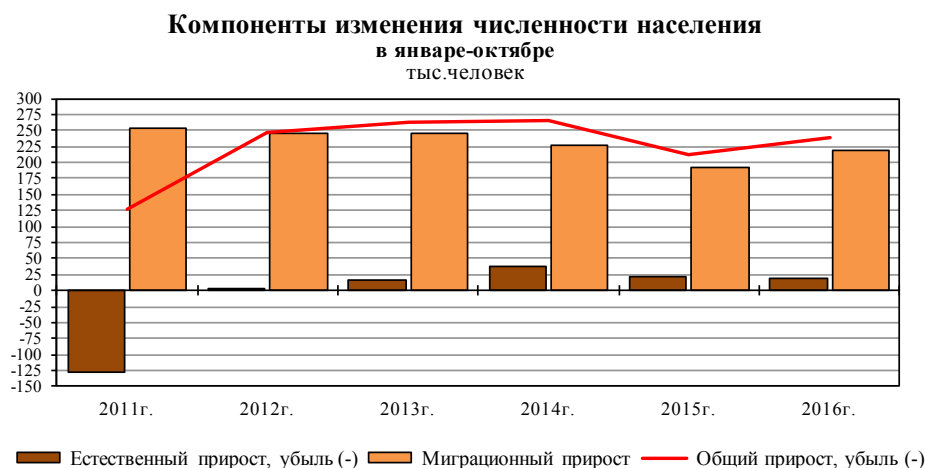


Рис. 1. Компоненты изменения численности населения в РФ в январе-октябре 2016 г.

Таким образом, за январь-октябрь 2016 г. число мигрантов, переселяющихся в пределах России, увеличилось на 12,4 тыс. человек, или на 0,4% по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года. Миграционный приток населения России увеличился на 26,5 тыс. человек, или на 13,9% в результате сокращения числа выбывших из Российской Федерации. Число выбывших

уменьшилось на 43,0 тыс. человек, или на 14,5%, в том числе за счет эмигрантов в государства-участники СНГ на 42,2 тыс. человек, или на 16,7%; число прибывших из-за пределов России также сократилось на 16,4 тыс. человек, или на 3,4%, в том числе из государств-участников СНГ на 17,1 тыс. человек, или на 3,9%. (рис. 2).

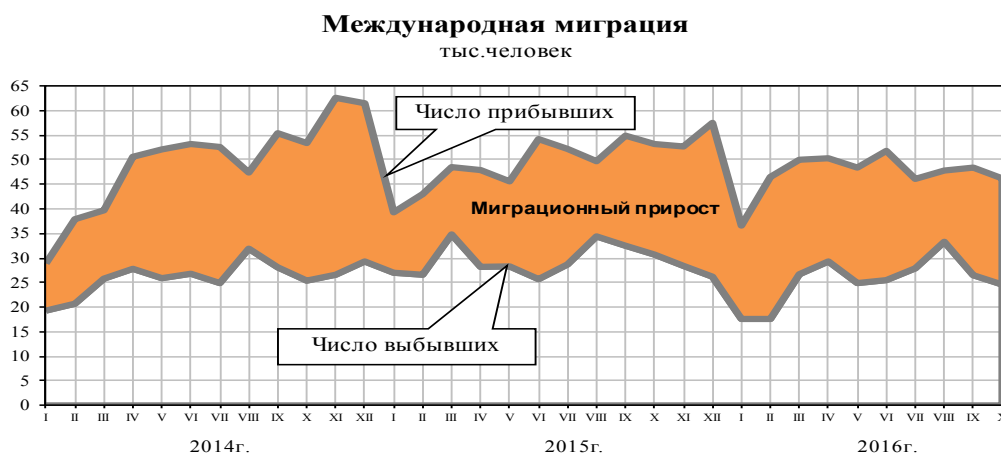


Рис. 2. Международная миграция

В январе-октябре 2016 г. в обмене населением со странами-участниками СНГ в целом отмечается увеличение миграционного притока. Наибольший приток наблюдается в миграционном обмене с Таджикистаном (в 3,0 раза по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года), Киргизией (в 1,4 раза), Казахстаном (на 3,7%). Миграционный отток, сложившийся в 2015 г. с Узбекистаном, сменился притоком населения.

Если рассматривать показатели международной миграции со странами дальнего зарубежья, то можно сделать вывод, что наибольший приток наблюдается в миграционном обмене с такими странами, как Китай, Грузия, Германия, Латвия, США. Также проанализировав статистические данные, мы видим в 2016 год за период январь-октябрь увеличение миграционного притока (+5760) по сравнению с аналогичным показателем за тот же период 2015 года (+4363) (табл. 1).

Таблица 1. Показатели международной миграции

	Январь-октябрь 2016 г.			Справочно январь-октябрь 2015 г.		
	Число при- бывших	Число вы- бывших	Миграци- онный при- рост (+), снижение (-)	Число при- бывших	Число вы- бывших	Миграци- онный при- рост (+), снижение (-)
Международная миграция	472196	254161	+218035	488622	297121	+191501
в том числе: с государствами — участниками СНГ	423532	211257	+212275	440601	253463	+187138
в том числе: Азербайджан	19875	11118	+8757	20226	11406	+8820
Армения	36566	27108	+9458	38082	20942	+17140
Беларусь	12334	10336	+1998	14937	11041	+3896
Казахстан	56375	27124	+29251	53637	25423	+28214
Киргизия	23089	13305	+9784	20693	13767	+6926
Республика Молдова	26682	14720	+11962	27724	13554	+14170
Таджикистан	43320	21300	+22020	39372	31939	+7433
Туркмения	5016	3666	+1350	4685	3037	+1648
Узбекистан	50540	34362	+16178	63198	82748	-19550
Украина	149735	48218	+101517	158047	39606	+118441
со странами дальнего зарубежья	48664	42904	+5760	48021	43658	+4363
в том числе:						
Германия	3709	4068	-359	3448	3835	-387
Греция	361	394	-33	479	248	+231
Грузия	5370	3484	+1886	5740	3062	+2678
Израиль	739	969	-230	877	888	-11
Канада	169	322	-153	161	402	-241
Китай	6499	6952	-453	7393	8340	-947
Латвия	1171	759	+412	1231	770	+461
Литва	641	472	+169	661	485	+176
США	1008	1202	-194	918	1393	-475
Финляндия	329	474	-145	351	582	-231
Эстония	987	926	+61	1107	835	+272
другие страны	27681	22882	+4799	25655	22818	+2837

Кроме того, по данным Федеральной службы государственной статистики число иностранных граждан, получивших официальный статус беженца в территориальных органах Федеральной миграционной службы. Российской

Федерации на 1 января 2016 года составило 770 человек. Из них большая часть являются беженцами из Афганистана (352 чел.), Украины (273 чел.) и Грузии (52 человека). (табл. 2). [3]

Таблица 2. Численность беженцев с начала регистрации (чел. на 1 января)

	2012	2013	2014	2015	2016
Всего	802	763	632	790	770
из них граждане государств / ранее постоянно проживали на территории:					
Азербайджана	11	9	7	7	9
Армении	-	-	-	-	-
Афганистана	584	581	475	414	352
Беларуси	2	-	-	-	-

Грузии	112	87	65	65	52
Казахстана	-	-	1	1	1
Киргизии	5	4	4	4	3
Латвии	2	2	1	1	2
Литвы	-	-	-	1	3
Республики Молдова	1	1	1	4	10
Сирии	1	1	2	2	2
Таджикистана	8	12	11	11	10
Туркмении	2	1	-	-	-
Узбекистана	11	12	19	19	19
Украины	5	5	5	227	273
Эстонии	-	-	-	-	-
других государств или территория не указана	58	48	41	34	34

Таким образом, по сравнению с 2015 годом миграционный прирост населения России увеличился, но это произошло на фоне прошлогоднего падения показателя, в целом значения находятся на уровне прошлых лет

Также эксперты отмечают, что рост населения РФ по-прежнему практически полностью обеспечивает миграция. В качестве центров притяжения мигрантов в 2016 году по-прежнему выделяются две крупнейшие агломерации (Москва с Московской областью и Санкт-Петербург с Ленинградской областью) и Краснодарский край.

Большинство иностранцев на территории РФ — по-прежнему граждане стран СНГ, их доля постоянно находится в пределах 85–86%. При этом основным миграционным донором России является Украина: в 2016 году она обеспечила почти половину миграционного прироста международной миграции

Масштабы внутривосточной миграции в 2016 году практически не изменились, увеличившись по сравнению с январем-сентябром прошлого года на 42,9 тысячи или 1,4%. [4]

Литература:

1. Воробьева, О. Д., Топилина А. В // Миграция населения: теория и практика // Москва // ЗАО «Издательство «Экономическое образование» — 2012 — с. 7–8.
2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
3. Официальный интернет-сайт МВД России [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://мвд.рф/Deljatelnost/statistics/migracionnaya>
4. Эксперты отметили увеличение миграционного прироста в России в 2016 году // РИА новости. Россия сегодня // [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://ria.ru/society/20161206/1482966297.html>

Механизм размещения рекламы на различных коммуникативных площадках в сети Интернет

Лужнова Наталья Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент;
Тарануха Ирина Анатольевна, магистрант
Оренбургский государственный университет

В настоящее время Интернет выполняет не только коммуникативные функции, но и позволяет заключать сделки, совершать покупки и проводить платежи, благодаря этому он приобретает очертания глобального электронного рынка и становится единой многофункциональной бизнес-площадкой. В статье обозначена роль сети Интернет в системе маркетинга современной компании, рассмотрены отличительные черты рекламы в Интернете, представлен процесс организации и проведения рекламной кампании в сетевом пространстве. Описан механизм размещения рекламы на различных коммуникативных площадках в сети Интернет и дана характеристика основным видам интернет-рекламы — медийной (баннерной) рекламе, контекстной рекламе, таргетированной рекламе в социальных сетях, рекламе в сообществах в социальных сетях,

рекламе на страницах блоггеров, а также почтовой e-mail-рассылке. В результате доказано, что одним из наиболее эффективных инструментов продвижения бизнеса, представленного в сетевом пространстве, выступает интернет-реклама.

Ключевые слова: реклама, сеть Интернет, интернет-маркетинг, интернет-реклама, рекламная кампания

Масштабное развитие сетевого пространства привело к тому, что практически все современные коммерческие компании имеют представительство в Интернете в виде полноценного ресурса, блога или страницы в социальной сети. Особо значимую роль Интернет играет в системе маркетинга современной компании. Интернету присущи уникальные характеристики, которые значительно отличаются от традиционных инструментов маркетинговой деятельности. Важное свойство интернет-среды заключается в гипермедийной природе, характеризующейся высокоэффективным представлением и усвоением информации. Это способствует значительному повышению возможностей маркетинга и, главное, усилению взаимосвязей компании и потребителей.

На сегодняшний день практически любое направление бизнеса нуждается в продвижении и рекламе: грамотно продуманные и эффективные рекламные кампании стимулируют рост бизнеса и, соответственно, доходов, которые он приносит. Это утверждение в полной мере применимо и к бизнесу в Интернете. При этом одним из наиболее эффективных инструментов продвижения бизнеса, представленного в сетевом пространстве, выступает интернет-реклама. [1]

Реклама в Интернете в настоящее время становится все более востребованной и актуальной, что определенно связано со свойственными ей некоторыми отличительными особенностями.

1) Интерактивность — интернет-реклама стремится вовлечь пользователя в какой-либо процесс и получить от него обратную связь, то есть предполагает выполнение пользователем ответного действия: это может быть переход по предлагаемой ссылке, клик на баннер, регистрация или ответ на задаваемый вопрос.

2) Растущая аудитория интернет-пространства — аудитория глобальной сети постоянно увеличивается, причем значительная доля пользователей, имеющих доступ к Интернету, относится к категории платежеспособных потребителей, во внимание которых и заинтересованы рекламодатели.

3) Направленность на определенную целевую аудиторию — средства анализа рекламных систем позволяют выделять среди огромного множества интернет-пользователей именно тех, кто может заинтересоваться конкретным продуктом, и адресовать рекламное обращение соответствующей категории потребителей.

4) Возможность точного измерения всех показателей рекламы — поскольку в Интернете фиксируется практически каждое совершенное пользователем действие, можно отслеживать эффективность как всей рекламной

кампании в целом, так и каждого из ее элементов в отдельности.

5) Высокая оперативность — рекламодатель обладает возможностью быстрого и своевременного реагирования, то есть рекламодатель может в режиме реального времени корректировать проводимую рекламную кампанию, отказываться от тех способов, которые не приносят требуемого результата, и увеличивать вложения в более эффективные виды рекламы. [2]

Организация и проведение рекламной кампании в сети Интернет предполагает поэтапное осуществление маркетингового процесса, который наглядно изображен на рисунке 1. [5]

Основной источник разработки стратегии рекламной кампании в Интернете — общая программа интернет-маркетинга. В зависимости от ее положений формируются цели и соответствующие задачи рекламной кампании. Затем определяется целевая аудитория в сетевом пространстве, на которую будут направлены рекламные мероприятия, при этом ее характеристики напрямую зависят от обозначенных целей и задач рекламной кампании. Далее проводятся комплексные маркетинговые исследования, в том числе анализ рекламной активности конкурентов, и на основе полученных результатов создается рекламная концепция. Планирование рекламной кампании предполагает разработку рекламного бюджета, а также выбор рекламных площадок, основные из которых представлены в таблице 1.

Медийная (или баннерная) реклама предполагает формирование устойчивой ассоциации конкретного бренда (символа) с определенными товарами либо услугами. Продвижение товаров или услуг с помощью баннера во многом похоже на традиционную рекламу, когда красочное объявление, большое или маленькое, размещается на страницах газет или журналов. Баннер также представляет собой графическое изображение, которое выводится на различных сайтах, однако баннерная реклама отличается большими возможностями в формате, нацеленностью на результат и возможной интерактивностью. В зависимости от преследуемой цели баннеры можно разделить на две категории: те, которые побуждают пользователя совершить определенное действие (например, перейти на сайт), и те, которые создают определенный имидж и узнаваемость рекламодателя.

Выбирая площадку для размещения баннера, важно, кроме тематики, контента и репутации сайта, внимательно изучить весь спектр его статистики. После этого достигается договоренность с владельцем выбранного сайта о том, чтобы он разместил на принадлежащем ему ресурсе

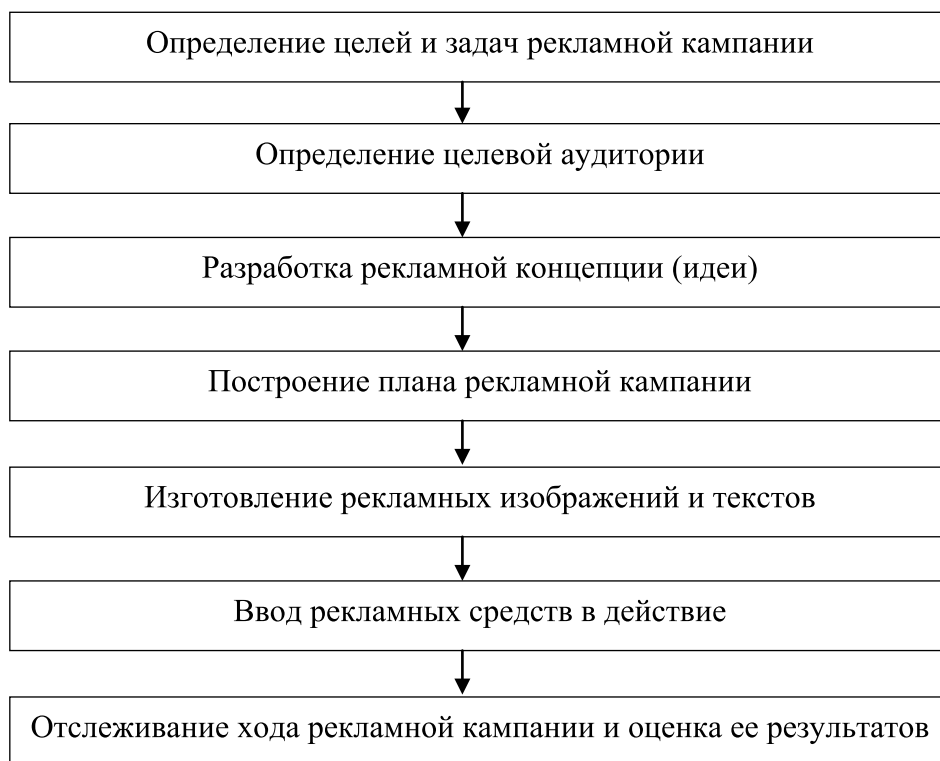


Рис. 1. Процесс проведения рекламной кампании в сети Интернет

Таблица 1. Направления размещения рекламы в сети Интернет

Вид интернет-рекламы	Определение	Вариант размещения
Медийная (баннерная) реклама	Размещение на различных тематических сайтах графических рекламных объявлений (баннеров)	Html-блок; gif-баннер; flash-баннер
Контекстная реклама	Демонстрация соответствующего рекламного объявления в зависимости от содержания интернет-страницы	Яндекс. Директ; Google AdWords
Таргетированная реклама в социальных сетях	Показ рекламных объявлений, которые нацелены на определенную группу пользователей, выделенную на основании их предшествующего поведения или указанных анкетных данных	ВКонтакте; Facebook; Instagram; Одноклассники
Реклама в сообщениях в социальных сетях	Распространение рекламной информации посредством размещения сообщений (постов) в популярных тематических группах и пабликах социальных сетей	ВКонтакте; Facebook; Одноклассники; Instagram
Реклама на страницах блоггеров	Публикация рекламной информации в формате отзывов, рекомендаций или обзоров на страницах активных и пользующихся популярностью интернет-пользователей	Instagram; LiveJournal («Живой Журнал»); YouTube
Почтовая e-mail-рассылка	Доставка конкретной информации (рекламного сообщения) конкретным получателям по электронной почте	Регулярные информационные рассылки по подписке; массовые тематические рассылки по базе e-mail-адресов

предоставленный графический рекламный материал: html-блок, gif-баннер или flash-баннер. Из возможных форматов баннерной рекламы самыми эффективными являются html-блоки — они примерно в 2 раза эффективнее gif-баннеров и в 6–8 раз эффективнее flash-баннеров. Но необходимо отметить — баннерная реклама будет работать только в том случае, если она сделана качественно и привлекательно для пользователей, а также если информация на баннере достоверна и актуальна. [13]

Баннерная реклама является одним из самых дорогих видов интернет-рекламы. Ее стоимость зависит от таких параметров, как: популярность ресурса, на котором размещается баннер, размер самого баннера, а также его местоположение на странице. Чаще всего оплата производится либо за количество показов баннера, либо за количество переходов по нему на сайт рекламодателя. Изредка применяется оплата за постоянное размещение баннера на какой-либо странице. [9]

Одним из самых удобных и эффективных инструментов интернет-рекламы, дающим возможность при минимуме бюджета получить отличные результаты, является контекстная реклама. Сегодня существуют две самые популярные рекламные сети, которые предлагают размещение контекстных объявлений: Яндекс. Директ (контекстная реклама на Яндексе) и Google AdWords (контекстная реклама Google).

Принцип действия контекстной рекламы следующий: пользователь получает привязанные к его запросам рекламные сообщения, для чего используется система ключевых слов и фраз, по которым происходит отбор рекламных сообщений. Здесь может быть два варианта:

1) пользователь задает в поисковике определенный запрос, на который система выдает ссылки на различные сайты с тематикой, соответствующей этому запросу, а помимо ссылок на сайты выводятся и рекламные объявления, также привязанные к тематике запроса;

2) пользователь заходит на какой-либо сайт, являющийся партнером рекламной сети одного из поисковиков, и видит там объявление, которое учитывает как тематику самого сайта, так и историю запросов этого пользователя.

В обоих случаях оплата производится за результат в виде перехода по представленной ссылке, а показ рекламных объявлений осуществляется по принципу аукциона. Если несколько рекламодателей привязывают свои объявления к одной ключевой фразе, самые лучшие места на интернет-странице будут предоставлены тем, кто даст большую цену за клик. Перед рекламодателем, таким образом, встает задача найти оптимальную стратегию размещения контекстной рекламы. С одной стороны, выбранная цена за клик не должна быть слишком высокой — в таком случае рекламу увидят много пользователей, но прибыль от них может оказаться меньше потраченных на продвижение средств. С другой стороны, установив слишком маленькую стоимость клика, продавец может не получить переходов по размещенному объявлению, поскольку его никто не увидит. [15]

Современные рекламные сети, осуществляющие размещение контекстных объявлений, предоставляют большие возможности для их настройки, то есть рекламодатель может создать индивидуальную систему рекламы, которая будет учитывать все нюансы продвижения конкретного продукта в соответствии с поставленными целями и имеющимся бюджетом. Однако, чтобы получить максимальный результат при минимуме затрат, рекламодателю необходимо либо самостоятельно разобраться в тонкостях размещения контекстной рекламы, либо обратиться за помощью к специалисту в этой области. [4]

С развитием и ростом популярности социальных медиа появилась и набирает силу таргетированная реклама. Таргетированная реклама в социальных сетях — это эффективный канал коммуникации с целевой аудиторией. В социальных профилях пользователи указывают очень много информации, которая так необходима рекламодателям — это не только пол, возраст и семейное положение, но и интересы и увлечения пользователей. А это значит, что в социальных сетях можно не просто рекламировать какой-либо продукт, но делать это только среди тех пользователей, которые входят в целевую аудиторию рекламодателя. [8]

Для создания и настройки таргетированной рекламной кампании в социальных сетях предусмотрены специальные рекламные сервисы: во ВКонтакте и Facebook — собственные рекламные кабинеты; для Instagram — инструменты Facebook, например, Power Editor; для социальной сети Одноклассники — рекламная платформа Mail.ru Group. Система показа рекламных объявлений строится по принципу аукциона: во ВКонтакте и Одноклассниках — по стоимости, в Facebook и Instagram — по итоговой ценности объявления для пользователей. Оплата таргетированной рекламы в социальных сетях осуществляется за показы или за клики (переходы).

Залог успеха таргетированной рекламы — правильный выбор целевой аудитории. Именно поэтому при создании соответствующей рекламной кампании необходимо уделить особое внимание настройке параметров аудитории, которой будет показываться рекламное объявление. Чем точнее будет определена целевая категория пользователей — тем эффективнее будут результаты рекламной кампании. [14]

Само рекламное объявление тоже требует внимательного подхода. Качественная фотография или графическое изображение, четкое и яркое. Задача картинка — привлечь внимание. Текст рекламного объявления краток и лаконичен. Он должен точно попасть в цель, быть написанным на языке той целевой аудитории, на которую ориентируется рекламная кампания. При создании объявления важно выполнить все правила и требования социальной сети, для которой оно предназначается, в противном случае — объявление может не пройти модерацию.

Еще один важный момент — таргетированную рекламу можно отслеживать по различным параметрам и соответствующим образом управлять ее элементами. Если знать

заранее, каким критериям должны соответствовать приведенные пользователи, будет проще при необходимости скорректировать рекламную кампанию, чтобы высвободить нерационально расходуемые средства и перенести их на более перспективные направления.

Другой вид интернет-рекламы в социальных сетях — реклама в сообществах. Она представляет собой публикацию рекламных постов в популярных группах и пабликах, тематика которых может быть интересна целевой аудитории рекламодателя и аудитория которых соответствует его целевой аудитории. Каждая из социальных сетей — ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, Instagram — имеет свои отличительные особенности, которые необходимо учитывать при размещении рекламы: разные возможности и требования при создании и публикации постов, разные алгоритмы доведения информации до пользователей, разное восприятие графической и текстовой информации, разные цели и варианты пользования сервисом и, наконец, специфические характеристики аудитории. [12]

Механизм размещения рекламы в сообществах в социальных сетях предполагает последовательное прохождение нескольких этапов. Сначала рекламодателю необходимо определить свою целевую аудиторию и описать ее по таким параметрам, как возраст, пол, интересы и география. После этого осуществляется подбор сообществ для размещения рекламы. На основе знания интересов целевой аудитории формируется список сообществ, тематическая направленность которых входит в круг увлечений типичных представителей целевой аудитории. Публи-

кации в сообществах должны быть регулярными, количество подписчиков — значительным, а контент — качественным. Затем необходимо написать администраторам отобранных групп и запросить у них ссылки на подробную статистику, после чего провести комплексный анализ статистики каждого сообщества по характеристикам аудитории (пол, возраст, география), ее охвату и активности. Далее выясняются условия и стоимость размещения рекламы, и на основе полученных данных формируется итоговый список сообществ, реклама в которых может оказаться выгодной и эффективной. На следующем этапе составляется и утверждается рекламный пост, фиксируется дата и время размещения и производится оплата. Размещение может осуществляться как напрямую через администраторов сообществ, так и через специализированные рекламные биржи. [11]

Отслеживание эффективности рекламы в сообществах в социальных сетях осуществляется по различным параметрам — это может быть и детальная статистика по каждому рекламному посту, которую можно запросить у администраторов групп, и данные по UTM-меткам каждого поста, и статистические показатели специализированных сервисов. Главное, сбор и анализ соответствующих данных должен быть регулярным. [6]

В настоящее время все большее распространение получает такой вид интернет-рекламы, как реклама на страницах блоггеров. Сотрудничество с блоггерами осуществляется по следующей схеме: блоггер получает образец продукции, тестирует ее и затем размещает в своем блоге предварительно согласованный с рекламодателем пост.

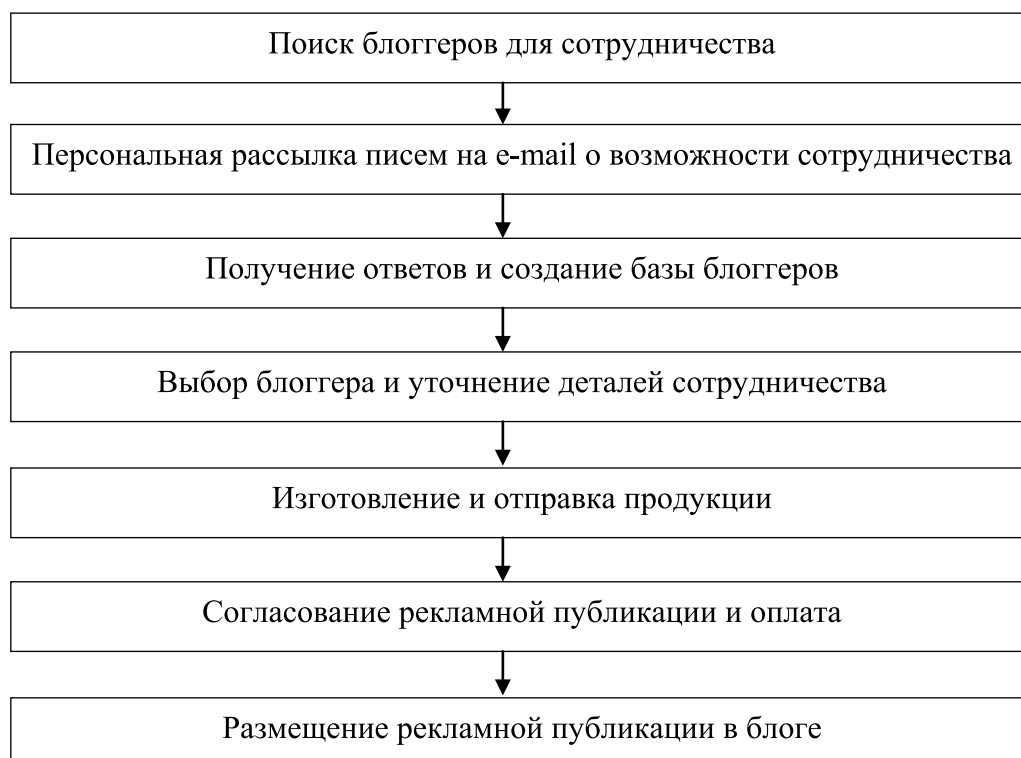


Рис. 2. Механизм взаимодействия с блоггерами

На рисунке 2 представлены этапы, которые проходит рекламодатель, взаимодействуя с блоггерами.

В зависимости от ситуации процесс взаимодействия может несколько корректироваться, например, в соответствии с условиями блоггера или при проявлении инициативы о сотрудничестве с его стороны. Важно, чтобы письма для блоггеров были персонализированными и отправленными каждое по отдельности с рабочей почты рекламодателя (а не с помощью специальных сервисов массовых рассылок). В письме необходимо узнать о возможности и условиях сотрудничества, о стоимости, сроках и порядке размещения рекламной публикации, а также кратко указать основную информацию о компании и ее деятельности.

Сотрудничество с блоггерами на каждой из площадок имеет свои характерные черты. Блоггеры YouTube, чаще всего, работают на условиях простой договоренности, получают от рекламодателя денежное вознаграждение и образец продукции для создания небольшого видео-обзора, который после предварительного согласования размещают на своем канале.

Реклама на страницах блоггеров в LiveJournal («Живой Журнал») может быть как открытой (пост-обзор), так и нативной (доверительный отзыв, текст-рассуждение с примером, интрига). Часто в качестве бонуса блоггеры LiveJournal публикуют во всевозможных социальных сетях анонсы на вышедшую публикацию. Сотрудничество осуществляется по простой договоренности, на условиях бартера или денежного вознаграждения. Эффект размещения рекламы в LiveJournal — формирование узнаваемости.

Блоггеров в Instagram можно условно разделить на три группы: обычные люди, которые регулярно публикуют посты на своих личных страницах (активные владельцы личных страниц), пользователи, которые регулярно публикуют тематические посты, пользующиеся большим вниманием и интересом со стороны других пользователей-подписчиков (профессиональные блоггеры) и знаменитые (звездные) личности (представители шоу-бизнеса, селебрити, актеры и др.). Особенности взаимодействия рекламодателя с представителями каждой из выделенных групп, отражены в таблице 2.

Таблица 2. Реклама на страницах блоггеров в Instagram

Блоггеры в Instagram	Условия сотрудничества	Формат общения и сотрудничества
Активные владельцы личных страниц	Бартер, публикация без согласования	Личный, неформальный, на доверии
Профессиональные блоггеры	Денежное вознаграждение и образец продукции, публикация по согласованию	Личный, деловой, конкретные условия без письменного договора
Звездные личности	Денежное вознаграждение и образец продукции, публикация по согласованию	Через посредника, деловой, конкретные условия по письменному договору или без него

Рекламная публикация блоггера в Instagram может быть в виде фотографии или видеоролика, которые сопровождаются кратким текстовым описанием в формате отзыва. Для рекламодателя крайне важно, чтобы подписчики блоггера максимально подходили под параметры целевой аудитории проводимой рекламной кампании. В случае успешного рекламного размещения на странице блоггера в Instagram достигается эффект в виде повышения продаж и узнаваемости компании. [10]

Такой инструмент интернет-маркетинга, как почтовая e-mail-рассылка, позволяет рекламодателю установить прямой контакт с пользователями и создать предпосылки к доверительным взаимоотношениям, а также представляет собой недорогой способ оперативно донести важную информацию непосредственно до получателя. Большинство пользователей Интернета являются обладателями электронных почтовых ящиков, с помощью которых обмениваются рабочей или личной информацией. По статистике на свою электронную почту хотя бы раз в неделю заходят более 90% пользователей, поэтому реклама с помощью рассылок писем по-прежнему является актуальной и определенно может быть эффективной.

Рассылка писем по электронной почте может производиться в формате регулярных информационных сообщений, адресованных пользователям-подписчикам, или в формате тематических сообщений-новостей, адресованных пользователям, ранее совершившим покупку. Для осуществления рассылки как по подписке, так и по имеющейся базе e-mail-адресов необходимо использовать специализированные почтовые сервисы, которые не только предлагают широкие возможности по оформлению письма и его персонализации, но и предоставляют исчерпывающую отчетную информацию о результатах рассылки.

Для того чтобы электронная рассылка была максимально эффективной необходимо обратить внимание на следующие моменты. Рассылка должна быть персонализированной и добровольной — у получателя всегда должна оставаться возможность от нее отказаться. Тема письма должна быть одновременно интригующей и располагающей, чтобы получатель захотел открыть письмо. Внешний вид письма должен быть презентабельным, а его содержание — грамотным, необходимо добиться целостного и гармоничного восприятия сообщения. Информация должна быть интересна получателю и ее не должно

быть слишком много. Нужно, чтобы рассылка была не надоедливым спамом, а ожидаемым полезным сообщением, что и станет гарантией высокой отдачи от применения этого вида интернет-рекламы. [3]

В таблице 3 представлена сравнительная характеристика по стоимости, попаданию в целевую аудиторию и эффективности рассмотренных видов интернет-рекламы. [7]

Таблица 3. Характеристика различных видов рекламы в сети Интернет

Вид интернет-рекламы	Стоимость	Попадание в целевую аудиторию	Эффективность
Медийная (баннерная) реклама	Высокая (-)	Среднее (\pm)	Низкая (-)
Контекстная реклама	Низкая (+)	Высокое (+)	Высокая (+)
Таргетированная реклама в социальных сетях	Средняя (\pm)	Очень высокое (+)	Высокая (+)
Реклама в сообществах в социальных сетях	Средняя (\pm)	Высокое (+)	Средняя (\pm)
Реклама на страницах блоггеров	Высокая (-)	Среднее (\pm)	Средняя (\pm)
Почтовая e-mail-рассылка	Низкая (+)	Высокое (+)	Высокая (+)

После выбора рекламных интернет-площадок составляется подробный план размещения рекламы с указанием сроков, стоимости и предполагаемой эффективности. И затем приступают к изготовлению рекламных изображений и текстов. Данный этап является очень ответственным, поэтому к нему могут привлекаться приглашенные специалисты — дизайнеры и копирайтеры. Далее выполняется ввод подготовленных рекламных средств в действие и осуществляется постоянный мониторинг получаемых результатов. Отслеживание эффективности рекламы в сети Интернет происходит на основе исчерпывающего списка

показателей Яндекс. Метрики и Google Analytics, а также на основе данных по UTM-меткам, количеству подписчиков в социальных сетях, объему продаж, конверсии и др.

Реклама в Интернете — это один из самых актуальных и эффективных способов продвижения практически любых товаров и услуг. Существует множество видов интернет-рекламы, различающихся по стоимости и эффективности, однако системный подход к созданию и проведению рекламной кампании в сети Интернет позволяет рекламодателю добиться от каждого из них максимальной отдачи и привести компанию к успеху.

Литература:

1. Живаго, А. Основные ошибки начинающих компаний в выборе инструментов рекламы / А. Живаго // Рекламодатель: теория и практика. — 2014. — № 6. — с. 27–30.
2. Игнатъева, В. М. Как угнаться за изменениями в мире интернет-рекламы: советы рекламодателю / В. М. Игнатъева // Реклама. Теория и практика. — 2016. — № 4. — с. 210–218.
3. Климчукова, К. С. Пять проблем российского рынка интернет-рекламы / К. С. Климчукова // Реклама. Теория и практика. — 2016. — № 4. — с. 234–239.
4. Кутейников, А. А. Повышение ценности контекстной интернет-рекламы / А. А. Кутейников // Экономические науки. — 2012. — № 1. — с. 42–46.
5. Ларот, Т. Интернет-реклама: тренды, страхи, предсказания / Т. Ларот // Журналист. — 2014. — № 8/9. — с. 40–41.
6. Лужнова, Н. В. Актуальные способы продвижения сайта в сети Интернет / Н. В. Лужнова, Г. Ш. Исмаилова // Актуальные вопросы экономических наук. — 2012. — № 28. — с. 159–163.
7. Музыка, А. Ю. Повышение эффективности интернет-рекламы в системе электронной торговли: автореф. дис.... канд. эконом. наук: 08.00.05 / Музыка Антон Юрьевич. — Москва, 2015. — 23 с.
8. Оноприенко, Р. П. Секреты эффективной интернет-рекламы / Р. П. Оноприенко // Маркетинговые коммуникации. — 2013. — № 2. — с. 96–101.
9. Саркисян, А.-М. А. Исследование эффективности медийной рекламы в Интернете / А.-М. А. Саркисян // Реклама. Теория и практика. — 2016. — № 1. — с. 2–29.
10. Сенаторов, А. А. Бизнес в Instagram: От регистрации до первых денег / А. А. Сенаторов. — Москва: Альпина Паблишер, 2015. — 156 с.
11. Сенаторов, А. А. Битва за подписчика «ВКонтакте»: SMM-руководство / А. А. Сенаторов. — Москва: Альпина Паблишер, 2014. — 168 с.

12. Сенаторов, А. А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях / А. А. Сенаторов. — Москва: Альпина Паблишер, 2016. — 153 с.
13. Сухов, С. Интернет-маркетинг на 100 % / Под ред. С. Сухова. — Санкт-Петербург: Питер, 2016. — 240 с.
14. Филькин, А. В. SMM как основа интернет-маркетинга / А. В. Филькин // Маркетинговые коммуникации. — 2014. — № 4. — с. 198–201.
15. Фирсова, Е. А. Стратегия «Показ в блоке по минимальной цене» или «Наивысшая доступная позиция» — что выбрать? / Е. А. Фирсова // Реклама. Теория и практика. — 2016. — № 4. — с. 252–257.

Индивидуальные особенности при мотивации труда управленческого персонала строительных организаций

Мазаева Мария Романовна, магистр;
Луферова Анастасия Дмитриевна, магистр
Сибирский федеральный университет (г. Красноярск)

В статье исследуются актуальные проблемы современного этапа развития мотивации, а также проанализированы семь основных особенности мотивации труда управленческого персонала строительных организаций.

Ключевые слова: мотивация, система мотивации, особенности мотивации

На протяжении не одного десятилетия в России при изучении проблем экономики и производства труда никаким образом не учитывались индивидуальные показатели работы сотрудников, а сам работник позиционировался как низкооплачиваемая трудовая сила. Так же не уделялось должного внимания индивидуальным качествам работников, их персональным и коллективным целям, потребностям, мотивам поведения в процессе труда. Но именно учет индивидуальных особенностей каждого сотрудника в отдельности несет наиважнейший вклад в эффективность управления персоналом и всей организации в целом.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что процесс мотивации влияет на поведение человека, направляя его к нужным для организации действиям. С позиции мотивации трудового поведения человек выступает в качестве важнейшего элемента капитала организации, а затраты на оплату его труда, создание благоприятных условий деятельности и мотивацию рассматривают в современных условиях как особый вид инвестиций. В то время как большая часть ресурсов организации представлена материальными объектами, стоимость которых со временем снижается, ценность человеческого потенциала при правильном его использовании и воспроизводстве с годами возрастает [1].

Интенсивность изучения вопросов мотивации и совершенствования стимулирования трудового поведения в нашей стране возросла лишь в последние 20–30 лет. В целом можно выделить две наиболее острые и актуальные проблемы современного этапа развития мотивации труда [2]:

Слабый учет особенностей менталитета современного российского работника при изучении трудового поведения и мотивации персонала;

Недостаточное применение принципов теории мотивации на практике руководителями и кадровыми службами, отсутствие интереса к этой проблеме на фоне повсеместного для нашей страны мотивационного кризиса.

Этот кризис обусловлен как разбалансированностью системы ценностей в обществе в целом и для отдельного индивида, так и нестабильным, а порой и бедственным положением большинства бюджетных организаций. Особо актуальна эта проблема для строительной отрасли и предприятий.

Проблемам мотивации управленческого труда посвящены работы зарубежных ученых А. Бергмана, М. Вебера, М. Вудкока, Д. Грейсона, М. Деванна, Дж. Долана, П. Друкера, Р. Кайма, Дж. К. Лафта, Х. Маккея, А. Маршалла, К. Меллера, Т. Питерса, Г. Саймона, Н. Тичи, Р. Уотермана, Э. Цандера и других; отечественных ученых И. М. Алиева, А. В. Барышевой, И. Ф. Беляевой, Д. В. Валового, В. Вилюнаса, Н. А. Волгина, Г. П. Гагаринской, Б. М. Генкина, В. И. Герчикова, А. П. Егоршина, С. А. Жданова, В. П. Кокорева, А. Я. Кибанова, И. Д. Ладанова, Е. В. Нестеровой, М. С. Радомской, С. Д. Резника, Г. Э. Слезингера, Б. М. Смирнова, Э. К. Старобинского, Л. С. Шаховской, Р. А. Яковлева, А. А. Якубовича и других авторов [3].

Изучению практики мотивации управленческого труда в строительной отрасли посвящены работы Р. С. Акиева, В. В. Бузырева, А. Г. Грекова, А. Я. Дрикера, Ю. П. Кокина, В. С. Кулибанова, С. Ш. Левина, Д. А. Обознова, Ю. П. Панибратова, С. Д. Резника, Я. А. Рекитара, Э. Р. Саруханова, В. М. Серова, В. И. Ткача, В. В. Томилова, Л. М. Чистова, Р. М. Шахновича, Г. В. Юдашкиной и других [4].

Анализ работ названных авторов позволяет сделать вывод о высокой степени разработанности проблемы мотивации труда. Однако нестабильность экономической ситуации в России требует постоянного совершенствования инструментов мотивации труда всех категорий работников. Целенаправленное применение результатов выполненных исследований и накопленного практического опыта в области трудовой мотивации предполагает их теоретическое обобщение с учетом специфики управленческого труда в конкретных сферах производства.

Строительство, как и любая другая отрасль народного хозяйства, имеет свою специфику. Труд сотрудников в строительстве отличается периодичностью, тяжестью и другими различными особенностями, в связи с этим нуждается в дополнительной мотивации. Глукова И. В. в своей диссертации на тему «Мотивация труда управленческого персонала строительных организаций», проводит исследование особенностей мотивации управленческого персонала в строительных организациях, на основании данного исследования можно сделать выводы об особенностях мотивации труда [3]:

1. Строительные организации испытывают дефицит в работниках управления, готовых трудиться с более высокой отдачей. В настоящее время ими укомплектованы только ключевые должности аппарата управления строительным комплексом. Однако выявлена тенденция повышения внутренней мотивации поведения руководителей и специалистов.

2. Детерминирующие процессы мотивации трудового поведения управленческого персонала строительных организаций (мотиваторы и демотиваторы трудового поведения руководителей и специалистов), позволяют сделать вывод о необходимости перехода от стабилизирующего воздействия мотивации к преобразующему.

3. Особенности мотивации труда руководителей на различных стадиях их трудовой карьеры (испытательная, становление, середина карьеры, завершение карьеры), заключающиеся в необходимости применения мотивационного комплекса (совокупности внутренней мотивации, внешней положительной мотивации, внешней отрицательной мотивации) и контроллинга соотношения доли типовой функциональной по должности деятельности и доли качественного, эффективного участия в инновационных проектах. Кроме того, самым главным и общим для всех этапов остается желание эффективно руководить вверенным коллективом.

4. Существует ряд недостатков руководителей и специалистов в сфере мотивации трудового поведения:

— отсутствие необходимых знаний, умений и навыков в этой области у руководства, кадровых работников, специалистов и персонала;

— реализация тех целей организации, в которых низкая личная заинтересованность персонала;

— обезличивание трудового вклада в общие результаты деятельности;

— отстранение значительной части работающих от со-
владения собственностью организации;

— общий мотивационный кризис на производстве, социальная напряженность и мотивационные конфликты между категориями персонала и группами внутри одной категории;

5. Выявлено, что в системе мотивирования трудового поведения стимулирование — наиболее слабое звено на предприятиях строительного комплекса. Можно констатировать значительный пассив стимулирования управленческого труда. Сегодня заработная плата в значительной мере утратила свою стимулирующую роль как основная часть совокупного дохода специалистов.

6. Доказана необходимость дифференцированного и прогрессивного подхода к оценке трудового вклада руководителей и специалистов. Необходим значительный приоритет премирования (штрафования) при среднем базовом окладе по занимаемой должности над вариантом постоянно высокого, но неизменного базового оклада. На первом, испытательном этапе трудовой карьеры процент премиальных выплат и штрафов в среднем не должен превышать 5–10%; на втором этапе становления его можно поднять до 11–20%; на третьем этапе середины карьеры его удельный вес от базового оклада рекомендуется в среднем в размере 21–30%; а на завершающем этапе — до 50%.

7. Частные строительные организации и предприятия терпят убытки, пытаясь заставить работать сегодняшних руководителей предпринимательского типа во вчерашних условиях стимулирования труда. Это подчеркивает необходимость разработки мотивационной модели для руководителя предпринимательского типа.

8. На основе экспертной оценки деятельности управленческих команд строительных организаций установлено несоответствие качества практической деятельности обследованных управленческих команд современным требованиям, предъявляемым к их деятельности.

Подведем итог, в данной научной статье мы раскрыли особенности мотивации труда руководителей на различных стадиях трудовой карьеры, они заключаются в необходимости применения мотивационного комплекса. Под мотивационным комплексом принято понимать — совокупности внутренней мотивации, внешней положительной мотивации, внешней отрицательной мотивации. А так же применении контроллинга — это комплексная система поддержки управления организацией, направленная на координацию взаимодействия систем менеджмента и контроля их эффективности [5]. При анализе и дальнейшем сопоставлении практики работы управленцев строительной организации показателям коммерческих преобразований удалось рассмотреть несоответствие особенностей практической деятельности обследованных управленческих команд предъявленным к их деятельности современным требованиям. Выявлены ресурсы и принципы мотивации руководителей и специалистов строительных организаций.

Литература:

1. Степанова, О. Ю. Разработка рекомендаций по созданию эффективной системы мотивации персонала организации ООО «Русские транспортные линии» [электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2013/pdf/3499.pdf>.
2. Мазаева, М. Р., Луферова А. Д. Сравнительный анализ факторов мотивации в России и за рубежом. Журнал Экономика, социология и право, № 12. с. 70
3. Глукова, И. В. Мотивация труда управленческого персонала строительных организаций. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук, 2004.
4. Асеев, А. Мотивация поведения и формирование личности. М.: Мысль, 1976. 158 С.
5. Контроллинг. Википедия — свободная энциклопедия [электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%BE%D0%BB%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D0%B3>.

Роль системы электронного документооборота в автоматизации бизнес-процессов компании. Эффективность автоматизации документооборота

Маслова Анастасия Владимировна, студент
Балтийский федеральный университет имени И. Канта (г. Калининград)

Актуальность

Современные тенденции и скорость развития информационных технологий, — позволяют утверждать, что уже сейчас эффективность роста каждого предприятия определяется уровнем его обеспеченности информационными системами управления бизнес-процессами. Автоматизация бизнеса — это возможность: удержания лидирующих позиций на рынке, кадрового расширения, получения руководством достоверных данных, оперативного контроля над деятельностью организации, максимальная степень защиты конфиденциальной информации, высокая конкурентоспособность. Для конкретного пользователя — сотрудника предприятия, — автоматизация производства — это повышение производительности труда, высокая точность расчетов, возможность планирования на большой период времени, гарантия информационной безопасности.

Самыми востребованными ИТ комплексами управления бизнесом являются системы:

- организации и управления работы с клиентской базой;
- планирования ресурсов;
- управления персоналом;
- электронного документооборота.

Требуется строгое контролирование документооборота для увеличения эффективности ведения и безупречности организации финансовой отчетности, управленческого учета. Автоматизированное делопроизводство является инструментом, позволяющим максимально точно и профессионально организовать решение вопросов, связанных с движением документов. [1]

Система управления документами

От успешности предприятия зависят репутация, рейтинг, конкурентоспособность, уровень зарплаты сотрудников. *Работа с документами — неотъемлемая составляющая любого из существующих видов бизнеса.* Даже в самой маленькой организации поток ежедневно поступающей информационной документации достаточно велик. Он требует постоянной срочной обработки, систематизации, своевременного реагирования.

Благодаря организации **системы электронного документооборота** у ответственного персонала есть возможность быстро справляться с большими объемами документации (письма, договоры, архивы, сведения из различных баз данных), а руководство может легко контролировать этот процесс даже на удаленном расстоянии.

СЭД позволяют автоматизировать:

1. Процесс регистрации принятой и отправленной корреспонденции;
2. Сканирование документов с последующим вводом и сохранением в системе;
3. Составление, согласование, подписание новых документов;
4. Рассылка распоряжений исполнителям и контроль их исполнения;
5. Работа по хранению и рассылке электронных документов.

СЭД позволяет каждому руководителю осуществлять управление всеми процессами документооборота дистанционно, поскольку есть возможность удаленного доступа. [2] Актуальность проблемы выбора и внедрения электронного документооборота определяется

необходимостью создания на предприятии единого документационного пространства с учетом рационального использования человеческих ресурсов при выполнении определенных делопроизводственных работ.

Значимость СЭД для автоматизации бизнес-процессов предприятия

Бизнес-процесс в деятельности компании — это система последовательных, целенаправленных и регламентированных видов деятельности, достигающих результатов, значимых для организации. Внедрение СЭД позволяет все трудоемкие процедуры по обработке данных вести автоматически, что значительно упрощает работу исполнителей. Системе под силу автоматизировать следующие процессы:

— Регистрация документов: вся поступившая корреспонденция регистрируется в системе с учетом своего назначения и типа. Получив регистрационный номер, документ поступает в работу. При помощи функциональных возможностей система формирует контрольные карточки, по которым можно отслеживать ход исполнения документа, с указанием сроков и исполнителей. Для упрощения поиска все документы получают свои штрих-коды. На смену обычной подписи приходит электронно-цифровой аналог.

— Назначение поручений: автоматическая система предусматривает создание проекта резолюции по любому документу, в котором указываются исполнители. После этого документы автоматически отправляются конкретным исполнителям. При этом исполнители могут отписывать порученные документы на нижний уровень с автоматическим учетом всех получившихся ветвей. Руководство имеет доступ ко всей картине поручений, а также к отчетам по выполнению документов.

— Организация контроля исполнения документов: контроль за исполнением документов ведется в автоматическом режиме. В системе существует возможность установить контрольные сроки для каждого документа в соответствии с законодательством РФ. Отправка уведомлений из карточки учета и установка напоминаний о необходимости возврата к работе с документом помогает избежать ситуации, когда исполнитель по причине забывчивости не успевает закончить работу в срок. Для вышестоящих структур формируются различные отчеты за определенный период.

— Поиск документов: упрощение поиска нужных документов достигается за счет набора реквизитов у каждого документа, по которому ведется отбор. Наиболее часто используемые поисковые запросы запоминаются системой, которая предлагает доступ к ним непосредственному исполнителю. Существует также контекстный поиск с дальнейшей печатью или сохранением в различных офисных форматах.

— Администрирование: все действия пользователей автоматически фиксируются в журналах. Пользователь

обеспечивается своими правами доступа, которые назначаются администратором системы при регистрации согласно структуре предприятия. При этом пользователь может самостоятельно настроить параметры своего рабочего стола и личные папки. [3]

В нынешних условиях конкуренции часто побеждает не тот, кто делает лучший продукт, а тот, кто может работать быстрее и успевает захватить рынок. Сотрудник, который работает с документами, тратит около одного часа на поиск необходимых данных. Из чего можно заключить, что за месяц получается ориентировочно 2,5 дня. Если учесть все затраты на одного работника, то использование автоматизированной системы документооборота даст отличный резерв для сбережения денежных средств предприятия.

Эффективность автоматизации документооборота

Результат от внедрения автоматизированной СЭД складывается из двух основных частей. К первой группе относятся:

— Экономия средств (благодаря использованию более дешевой технологии обработки документов в электронной форме): на расходные материалы, на оборудование, на доставку информации в бумажном виде, на хранение бумажных документов.

— Экономия рабочего времени сотрудников: на ручную обработку данных и выполнение обслуживающих функций (передача, копирование и пр.), на прохождение документов, на поиск нужных документов, на их повторное использование.

Ко второй группе эффектов относятся:

— Повышение прозрачности движения документов: современные технологии позволяют централизованно отслеживать ход всей работы с документами, осуществлять контроль исполнительской дисциплины, систематизировать и анализировать результаты контроля, выявляя проблемы и принимая меры для усовершенствования системы управления. Каждый сотрудник получает возможность видеть на экране компьютера все документы, задачи и поручения, с которыми они должны работать в данный момент, а руководитель имеет возможность видеть в онлайн режиме ход выполнения бизнес-процессов.

— Организация единого корпоративного информационного пространства: современная система документооборота должна разрешить проблему географической удаленности сотрудников и обеспечивать возможность их совместной работы в рамках единой инфраструктуры.

— Объединение и обеспечение сохранности корпоративной информации: корпоративные данные сохраняются в корпоративной системе управления документами. Даже если сотрудник увольняется или переходит на работу в другое подразделение организации, его знания, связанные с обработкой документов, сохраняются вместе с документами в СЭД предприятия и могут быть использованы другими сотрудниками.

— Повышение управляемости компании в целом: ускорение информационных потоков и уменьшение количество ошибок при принятии управленческих решений за счет использования актуальных и своевременных данных приводит к улучшению управляемости компании в целом. [4]

Литература:

1. Группа ИРМ. URL: <http://www.mdi.ru/press-tsentr/articles/el-docs/managment-buisness-processes/kratko-ori-informatsionnyh-sistem-upravleniya-biznes-protsessami>
2. Группа ИРМ. URL: <http://www.mdi.ru/press-tsentr/articles/el-docs/managment-buisness-processes/pochemu-kompanii-nuzhdayutsya-v-avtomatizaczii-elektronnogo-dokumentooborota>
3. Группа ИРМ. URL: <http://www.mdi.ru/press-tsentr/articles/el-docs/managment-buisness-processes/kak-povyisit-effektivnost-upravleniya-dokumentooborotom-organizaczii>
4. Interface. ru. Internet and Software company. URL: <http://www.interface.ru/home.asp?artId=637>

Email-маркетинг: как создать эффективную рассылку

Митрофанов Дмитрий Евгеньевич, студент
Тольяттинский государственный университет

Продажа чего-либо — это очень сложная система и начинающие предприниматели в большей части схожи в одном — они слишком мало уделяют внимания email-маркетингу и это их главная ошибка. А если серьезно углубиться в тему, это просто нереально крутой и эффективный инструмент бизнеса, и подходит он почти ко всему будь то обычный розничный магазин или оптовые продажи.

Сразу стоит сказать, что email-маркетинг не является той горой мусора, которую вы отправляете в папку «Спам» или сразу в «Корзину». И то, и то предлагает Вам какую-либо услугу или товар, однако между рассылкой спама и Email маркетингом огромная пропасть.

Некоторые могут впервые слышать такие слова, давайте я объясню, что же это такое. Email-маркетинг — это **индивидуальная** рассылка, на которую человек **добровольно** подписался при приобретении товара или при регистрации на сайте. В таком письме вы всегда увидите только **одного адресата** и, как правило, в письме будет идти обращение по имени. И что самое важное от рассылки можно **легко отписаться**. Определение спама же полная противоположность email-маркетингу.

5 очевидных выгод использования:

— Смешная по меркам контекстной рекламы цена, а значит такая система значительно выгоднее.

— Очень прост в использовании. Настолько прост, что этим может заниматься всего лишь один сотрудник Вашей компании.

— За счет индивидуального подхода к каждому письму Вы напрямую контактируете с потенциальным клиентом, что повышает доверие к Вам.

— Систему легко автоматизировать, один раз настроил и забыл.

— И еще одной из положительных сторон Email является возможность отслеживать эффективность ваших писем.

Где брать клиентов в Email-маркетинге.

Любая реклама начинается с целевой аудитории, в нашем случае наличием у Вас электронной почты потенциального или действующего клиента. И первый вопрос — «Где его взять?»

Вот список действенных способов для сбора клиентов:

- Офлайн сбор
- Форма в социальных сетях
- Онлайн-чат
- Всплывающие окна
- Телефонные разговоры или «холодные звонки»

Ну и последнее, взгляните на вашу почту, наверняка уже накопилось огромное количество отправленных писем возможным клиентам.

Важно! Для сбора email-ов требуется уважительная причина. Клиент должен знать, зачем и почему он дает вам почту, что будет происходить дальше. Поэтому продуманный заранее «скрипт» разговора или переписки будет весомым плюсом при наборе клиентской базы.

Как обеспечить эффективность почты.

Для попадания рассылки точно в цель, нужно определиться к тем, что Вы хотите получить на выходе. Может быть это будет собрать большую подписную базу, или прокламировать свой продукт или услугу? А может, Вас интересует популярность вашего проекта или компании? Итак, вывод. Когда вы будете знать, чего хотите от сооб-

щения, Вам будет гораздо легче придумать текст, содержание которого будет понятно получателям.

Виды писем.

Итак, давайте поговорим о том, какие же бывают письма в интернет среде. Профессионалы делят их на следующие виды: рекламные, информационные, транзакционные, анонс, триггеры. Но если у вас нету маркетолога, который занимался бы только рекламой и продвижением, то Вам нужно более легкое деление. Я бы назвал его так:

- Письмо с поздравлением;
- Письмо с акцией;
- Письмо с серией полезной информацией;
- Письмо для знакомства с компанией/командой;
- Письмо о новинках продукции.

Почтовый маркетинг: измерение эффективности.

1. *Количество подписок.* Самое просто правило из всех: чем больше у Вас база подписчиков, тем больше отдачи мы сможем получить от рассылок. Как же увеличить или собрать с нуля базу клиентов, я рассказывал в пункте выше.

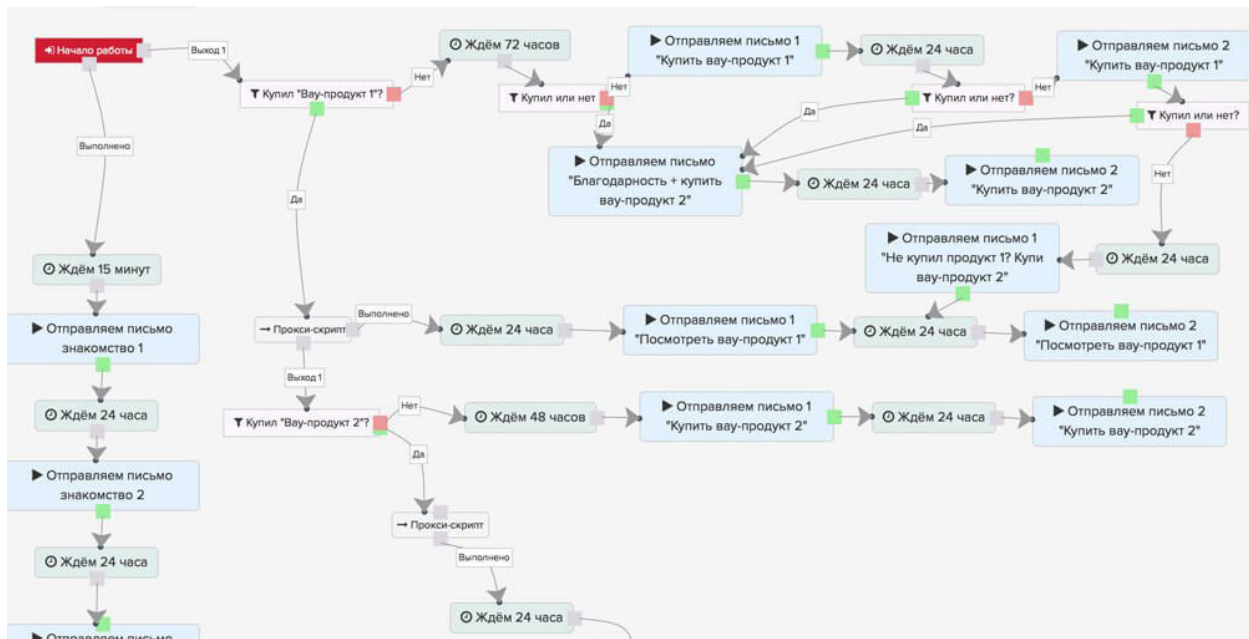
2. *Open Rate.* Что же это такое? Open Rate — это коэффициент открытия писем и основными методами поднятия данного коэффициента является постоянный тестинг и улучшение рекламного сообщения и заголовка, а

так же тестирование на фокус-группах. Я уже не раз упоминал, что чем интереснее и привлекательнее подача email рассылки, тем больший интерес вызовет письмо у потенциального клиента.

3. *Click Through Rate.* Еще одна очень важная метрика, которая отражает эффективность рассылки. Она отображает, какое количество потенциальных клиентов выполнили целевое действие. Основным фактором, влияющим на данный показатель является дизайн и рекламное сообщение.

4. *Пометки спам.* По статистике зарубежных маркетологов качественный email маркетинг предполагает процент отписок и сообщений помеченных как спам около 2–3% — эти данные считаются нормой для коммерческий рассылок. Стоит отметить, что если ваши сообщения попадают в папку СПАМ, то большой риск того, что провайдер email услуг заблокирует аккаунт отправителя, исходя из закона о борьбе со спамом.

5. *Конверсия получателей.* Это коэффициент тех покупок, которые сделали клиенты после получения рекламного сообщения, то есть речь идет о том, что клиент перешел по ссылке в сообщении и сделал покупку с сайта/группы.



Ну, а если Вы думаете, что все выше сказанное очень сложно, то предлагаю взглянуть на схему и убедиться, что все намного проще.

Литература:

1. Эрик, Р. «Бизнес с нуля».
2. Голубков, Е. П. «Основы маркетинга». 1999 г.

О сближении РСБУ и МСФО

Муфтахутдинова Алина Тагировна, магистрант

Научный руководитель: Растегаева Фания Саитовна, доктор экономических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Уфимский филиал

Проблемы преобразований и реформирования экономики — это область экономической науки, имеющая давнюю традицию. При этом существует специфический российский путь развития, направленный на сохранение целостности государства, на развитие экономических отношений в обществе и в межгосударственных отношениях. [3, с. 10].

В настоящее время осуществляется реформация российской экономики. В сложившихся условиях происходит приток инвесторов, готовых вкладывать капитал на территории России, однако данные инвесторы для принятия важных решений нуждаются в получении достоверной информации об организациях. Наиболее подходящей формой представления подлинных сведений о положении организации является отчетность, составленная по международным стандартам финансовой отчетности.

Представление отчетности по международным стандартам более востребована, чем составление отчетности по российским стандартам.

Считается, что МСФО предполагает максимально реалистичное отражение текущей ситуации в компании, в отличие от формального его отражения по российским стандартам.

Существенное отличие между составлением отчетов по этим стандартам состоит в различиях принципов оценки активов и обязательств организации и в различиях принципов отнесения доходов и расходов с отчетным периодом.

Для внешних пользователей факт формирования отчетности по российским стандартам может свидетельствовать об искажении сведений о финансовом положении и результатах деятельности компании — считается, что применение российских стандартов может показывать улучшенный результат, вместо отображения истинного положения организации.

В последнее время компании нередко задаются вопросами «Насколько нам нужно будет наше МСФО? Не ослабнет ли интерес к нам иностранных инвесторов в рамках сложившейся политико-экономической ситуации?» И предполагают, что развития МСФО не будет, потому что у нас сложные отношения с Западом. Это все мифы, которые развеивают эксперты.

Титова С. — аттестованный преподаватель института профессиональных бухгалтеров России, аудитор, член аудиторской палаты России утверждает, что все склоняются к тому, что взаимное проникновение европейской экономики и нашей российской настолько велико, что уже этот процесс остановить невозможно, также, как и невозможно остановить процесс реформирования российского учета по образцу и подобию международных стандартов финансовой

отчетности, и, что мы с вами ориентируемся на стандарты финансовой отчетности потому что они являются общепризнанными стандартами.

Можно сказать, что Крапивенцева С. — руководитель департамента международного аудита и консалтинга АКГ «Деловой профиль» разделяет мнение о неизбежности переключения на МСФО, говоря, что развитие МСФО в России зависит не от политики, а от экономики. Автор утверждает, что в нынешних осложненных экономических условиях напротив возрастает потребность в достоверной оценке организаций, а отчетность, сформированная по МСФО обеспечивает получение такой надежной оценки, и именно в связи с этим международные стандарты будут популяризироваться.

Оценивая два заключения экспертов относительно перспектив реформирования национального законодательства можно сделать вывод, что сближение с МСФО необходимо и неизбежно.

В настоящее время в России выработано и введено 24 национальных стандарта учета и отчетности, которые не противоречат требованиям международных стандартов финансовой отчетности.

Считается, что нормативно-правовая база бухгалтерского учета касательно соответствия МСФО определена, приближение российских стандартов бухгалтерского учета к международным по большинству направлений достигнуто.

Эта база дает возможность любой организации выполнить, установленную правительственной программой, задачу, а именно заинтересовать инвесторов путем представления им полезными для принятия решений и достоверными сведениями, которые сформулированы по международным общепринятым стандартам. Однако остались трудности, препятствующие переходу на МСФО.

Существует ряд факторов, которые делают переход на МСФО затруднительным (таблица 1).

Не смотря на существенное приближение российских стандартов представления отчетности к международным стандартам все еще остаются различия между ними и учитывая динамичное развитие МСФО необходимым является дальнейшее реформирование РСБУ с постоянным отслеживанием изменений международных стандартов.

Дальнейшие задачи реформирования российских стандартов представления отчетности:

- Повысить качество сведений, представленных в отчетности;
- Продолжать развивать область применения международных стандартов;
- Усилить контроль качества бухгалтерской отчетности;

Таблица 1. Факторы, препятствующие переходу на МСФО

Объективные факторы	Субъективные факторы
Отсутствие аналогов международных стандартов финансовой отчетности в национальном учете	Формальное представление информации: формирование финансовой отчетности организации в виде числовых показателей в пределах утвержденным форм.
В российских нормативных документах не прописаны требования раскрытия информации подобно МСФО.	Существенным препятствием для сближения считается налоговый учет.
Значительное несоответствие правил ПБУ и международных стандартов	Специалистам сложно изменить своим представлениям, ведь российские стандарты представляли им прямые указания того как оценивать элемент финансовой отчетности, когда и что признавать, а международные стандарты могут предложить лишь использование профессионального суждения, пока не принята у старого поколения специалистов в России

— Улучшить знания и навыки специалистов.

В настоящее время организации составляют отчетность по российским стандартам нацеленную на налоговые органы. Сухарев Игорь — член национального совета по стандартам финансовой отчетности констатирует тот факт, что: у нас думают, что предприятия нуждаются в трансформации финансовой отчетности по причине различий между национальными и международными стандартами, однако автор считает, что это не верно. Сухарев И. уверен, что при правильном использовании требований национальной нормативно-правовой базы по бухгалтерскому учету более 90% расхождений между российским и международным учетом можно избежать.

В настоящее время многие российские организации, формирующие отчетность по МСФО вначале создают бухгалтерскую отчетность по РСБУ, не востребованную инвесторами, так как она не отражает действительных результатов деятельности компании и инвесторы не рискуют принимать какие-либо решения на ее основе. Затем организации приходится трансформировать ее по МСФО. Это несет в себе большие затраты, ведь приходится нанимать высокооплачиваемых специалистов или приглашать консультантов.

Необходимо понять несовершенство данного пути работы для организации, ведь было бы рациональным

уменьшить затраты времени и материальных средств на подготовку отчетности по международным стандартам — путем использования единых принципов ведения учета и составления отчетности в учетных политиках по МСФО и РСБУ.

Таким образом, можно сделать вывод, что:

— Сближение РСБУ и МСФО закономерный и неизбежный шаг, являющийся результатом интеграции европейской и российской экономик.

— Основной целью данного реформирования национальных стандартов является возможность привлечь больше инвесторов путем формирования более надежных сведений.

— Уже много лет происходит процесс приближения национальных стандартов к международным, до сих пор остаются некие различия, но в большинстве своем РСБУ уже предоставляют возможность представлять информацию наиболее приближенно к стандартам МСФО.

— Большинство предприятий «по привычке» составляет отчетность «для налоговых органов» согласно РСБУ и отдельно трансформируют ее согласно МСФО.

— Рациональным было бы использование единых принципов ведения учета и составления отчетности в учетных политиках по МСФО и РСБУ.

Литература:

1. Королева, И., Батарова Ю. Как максимально сближить учет по МСФО и РСБУ // МСФО на практике. — 2011. — № 3.
2. Ковалева, Л. И., Пономарева Н. В. Проблемы и перспективы внедрения МСФО в России // Налогообложение и бухгалтерский учет. — 2012. — № 7. — с. 32–40.
3. Растегаева, Ф. С. Социально-экономический характер реформ в России // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. — Тамбов: Тамбовский государственный университет им. Г. Р. Державина, 2004. — с. 3–10.
4. Светлана, К. Отличия учета по МСФО от РСБУ: принципы vs правила // МСФО на практике. — 2016. — № 1.
5. Сухарев, И. Как уменьшить количество корректировок отчетности // Финансовый директор. — 2016. — № 9.
6. Титова, С. Н. МСФО и РСБУ: курс на сближение // для специалистов МСФО IFRS professional. — 2014. — № 12.

Современные проблемы и перспективы рынка кредитования физических лиц в России

Петросян Сергей Юрьевич, магистрант
Тюменский государственный университет

В статье рассмотрены основные тенденции и перспективы развития системы кредитования в РФ. Рассмотрены особенности изменения перспектив кредитования физических лиц в России за последние годы. В статье также выделены нынешние проблемы, связанные с неполноценной развитостью кредитования в российской банковской системе и учтены аналитические данные для сравнения динамики развития работы рынка кредитования на сегодняшний день.

Современная система кредитования в РФ — одна из форм стабильности и экономического роста страны. Это «совокупность самых разнообразных кредитно-финансовых институтов, действующих на рынке ссудных капиталов и осуществляющих аккумуляцию и мобилизацию доходов, состоящая из нескольких институционных звеньев или ярусов». Банковское кредитование осуществляется по различным видам кредитов. Их классификация может быть основана на многочисленных особенностях, отражающих различные стороны процесса кредитования.

Депрессивное состояние экономики, высокий уровень инфляции, неплатежеспособность и финансовая неустойчивость многих хозяйствующих субъектов в условиях мирового финансового кризиса привели к резкому скачку стоимости предоставляемых банком кредитов и значительным сокращениям объемов кредитования. Банки попросту боятся отдавать деньги в руки клиентов, имея существенный риск неполучения выданных сумм в установленный срок и в установленном размере. Повышение стоимости кредитных ресурсов негативно сказывается на производственных и потребительских циклах общественного воспроизводства.

Сегодня экономические условия в России таковы, что многие экономисты (А. Кудрин, Г. Греф и др.) заговорили о стагнации в экономике. В апреле 2013 г. глава Сбербанка Герман Греф заявил, что в России сокращение производства признано официально. Одной из причин послужило повышение Банком России ставки рефинансирования на 0,25 п. п. до уровня 8,25%. Это решение было принято в связи с ростом цен и инфляционных ожиданий, увеличивающих риски превышения среднесрочных ориентиров Банка России по инфляции, а также с учетом оценки перспектив экономического роста.

Повышение ставки рефинансирования отразилось на российском рынке кредитования. Несмотря на то, что банки России увеличили объем выданных коммерческих кредитов в августе 2013 г, динамика все же остается низкой.

Статистические данные ЦБ РФ показывают, что совокупный объем выданных кредитов за август 2013 г. увеличился на 1,8%. При том кредиты предприятиям выросли на 1, % %, и просрочивать корпоративным кредита стали меньше на 1,1%. Если сравнивать данные 2012 г. с май-

скими показателями в 2013 г., то за летние месяцы российским банкам удалось несколько улучшить ситуацию. Так, совокупный кредитный портфель вырос на 1,2% кредиты предприятиям на 0,7%, а просрочка возросла на 1,6%.

Как свидетельствуют данные ЦБ РФ за апрель-август 2013 г., опубликованные на официальном сайте Банка России, темпы роста кредитов организациям несколько снижены по сравнению с данными 2012 г. С начала 2013 г. рост кредитного портфеля предприятиям составил 9%, а за январь-август 2012 г. этот показатель был на уровне 9,4%.

В настоящее время низкая платежеспособность населения выступает самой острой проблемой современного кредитования в России. Рост просроченной задолженности связан, в первую очередь, со снижением реальных доходов населения, ростом уровня инфляция (по итогам 2015 года инфляция составила более 8%, рост зарплат около 4–5%) и повышением уровня безработицы.

Также, на рост просроченной задолженности влияет высокая закредитованность населения: сегодня около 60% россиян имеют более 1 непогашенного кредита.

По итогам 2015 года 25% заемщиков имеют два кредита, 18% — три кредита. Значительно по сравнению с 2014 годом выросло число граждан, обслуживающих пять и более кредитов — с 6 до 19% [4]. В настоящее время, в среднем, должник расходует на выплаты банкам 35–50% своего семейного бюджета.

Вследствие высокой неплатежеспособности населения, крайне ограниченных финансовых возможностей граждан, деятельность в данном секторе банковского кредитования имеет большое количество рисков.

Как мы видим, среди кредитования физических лиц наблюдается тенденция к росту процентных ставок. Ставки по кредитам физических лиц до 1 года выросли на 3,08%, а по долгосрочным кредитам на 0,93%. Наибольший рост процентных ставок отмечается на начало прошлого года.

Изменение ставок по кредитам, в свою очередь, напрямую влияет на платежеспособность заемщиков, их рост способен вызвать увеличение неплатежей и рост просроченной задолженности.

Подорожание кредитов, и как следствие, их недоступность для населения в 2015 году, было обусловлено

главным образом повышением ключевой ставки Центрального банка в 2014 году до 17%.

В целом все проблемы кредитования физических лиц в России сводятся к одной — к недоступности кредитов для населения из-за высоких процентных ставок и ужесточения кредитной политики.

Система кредитования населения в России, как и во всём мире, устроена по принципу пирамиды — погашение и обслуживание старых кредитов обеспечивается привлечением новых. Но из-за того, что ставки остаются высокими, а выдача кредитов замедляется, эта пирамида перестаёт работать. В результате люди выплатят больше, чем займут.

Снижение доходов населения ещё выше поднимет ставку по кредитам — поскольку риски банков растут.

Стремительные перестройки в мировой экономике позволили выявить в условиях кризиса проблемы современной кредитной системы РФ, тормозящие ее развитие.

К таким проблемам можно отнести: 1) существование мелких коммерческих банков со слабой финансовой базой; 2) проблемы ипотечной системы; 3) проблемы автокредитов; 4) удорожание кредитов для населения; 5) ужесточение условий банков по всем видам кредитов для населения и юридических лиц в условиях нестабильности экономической ситуации; 6) конкуренция со стороны новых кредитно-финансовых институтов, страховых фирм и инвестиционных фондов, которые привлекают вклады населения не на подлинной коммерческой основе, а по принципу «пирамиды»; 7) неспособность многих банков к кредитованию производства; 8) падение спроса на кредиты; 9) уменьшение объемов кредитования. Таким образом, современная кредитная система в РФ не вполне соответствует всем потребностям экономики, необходимы изменения в отдельных областях кредитования. В течение последних месяцев 2015 г. наблюдается отток капитала иностранных инвесторов из некоторых секторов российской экономики в связи с обострением отношений РФ с рядом стран ЕС, США и Канадой. Отмечается тенденция сворачивания деятельности некоторых иностранных банков на территории РФ, уменьшения объема кредитования, приходящегося на данные финансовые организации, которая по прогнозам будет продолжаться и в 2016 г. Но вместе с этим российские банки в такой ситуации приобретают более сильные конкурентные преимущества. Доверие вкладчиков к иностранным банкам уменьшается в связи с замораживанием счетов отдельных лиц, нарушением прав вкладчиков. В то же время российские финансовые институты представляются более стабильными. Поэтому в ближайшее время будет на-

блюждаться спрос на заимствование средств в крупных российских банках. Этому будут способствовать восстановление платежеспособности населения, замедление роста просроченных платежей. Необходимо применить ряд мероприятий по повышению эффективности отдельных видов кредитования: 1) обеспечение государственной поддержки российским банкам; 2) увеличение объемов кредитов из федерального бюджета субъектов РФ и срока их предоставления до 3 лет; 3) создание благоприятных условий для кредитования коммерческими банками субъектов малого и среднего предпринимательства (увеличение сумм кредита для юридических лиц до 20 млн. рублей, для предпринимателей без образования юридического лица до 1 млн. рублей и срока его предоставления до 5 лет, снижение процентных ставок по кредиту); 4) расширение целевого кредитования предприятий под расчеты за поставленную продукцию (факторинг); 5) предоставление субсидий на развитие образовательных кредитов; 6) предоставление субсидий на укрепление банковской системы;

7) улучшение требований к заемщикам (снижение требований по возрасту заемщиков и др.); 8) увеличение объема кредитов крупных российских банков. В современных условиях необходима определенная сдерживающая позиция государства в отношении регулирования ставок и создания благоприятных условий выплаты задолженности по кредитам. Устойчивость кредитной системы РФ и рост ее качественных показателей должны быть приоритетными вопросами, т. к. четко выверенный механизм кредитования обеспечивает устойчивое развитие экономики страны.

В последние годы процесс кредитования физических лиц находится на этапе восстановления. Сегодня кредитование физических лиц требует усовершенствованного подхода к решению имеющихся проблем как в сфере расширения объектов кредитования, так и в сфере условий предоставления займов.

Устойчивость кредитной системы РФ и рост ее качественных показателей должны быть приоритетными вопросами, т. к. четко выверенный механизм кредитования обеспечивает устойчивое развитие экономики страны.

Перспективы развития кредитных операций в России, прежде всего, связаны с экономической и политической стабилизацией, оздоровлением реальной экономики, а также с повышением уровня жизни населения. Поэтому главной задачей руководства на ближайшую перспективу должно стать урегулирование экономической и политической ситуации, что будет способствовать развитию экономики и повышению эффективности ее функционирования.

Литература:

1. Веселова, А.Д. Проблемы и перспективы развития потребительского кредитования в РФ — 2016. — 100—103 с.
2. Воронина, Е.Р. Современный рынок банковского кредитования населения в РФ — 2014. — № 17. — 256—257 с.

3. Ершева, Т.А. «Принципы кредитования и их взаимосвязь с сущностью кредита». М., 2012. — 45 с.
4. Жабина, О.А. Перспективы потребительского кредитования на современном этапе в РФ — 2014. — 365—366 с.
5. Мирошниченко, О.С. Субординированный кредит: вопросы теории и банковская практика / О.С. Мирошниченко // Финансы и кредит. — 2011. — № 19. — с. 31—41.
6. Селезнев, А. Проблемы совершенствования кредитно-банковской системы // Экономист. — 2011. — 96—101 с.
7. Степанова, О.А., Орлова С.А., Шпортова Т.В. Потребительское кредитование в России: проблемы и пути решения // Фундаментальные исследования. — 2015. — 230—232 с.

Особенности развития туризма в Узбекистане

Райимбердиева Ойниса Рахманкуловна, кандидат экономических наук, доцент
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Туризм является одной из интенсивно развивающихся и приносящих высокий доход отраслей в мире, который способствует укреплению международных социально-экономических, культурно-духовных связей. В последние годы туризм превращается в крупную экспортную промышленность мировой экономики, доля от мирового ВВП которой составляет в среднем 11%. За последние 40 лет число туристов, выехавших в другие государства, возросло почти в 20 раз, а доход от туризма — в 60 раз, поступления от международного туризма составляют более 400 млрд. долларов. Индустрия туризма обеспечивает работой 192 млн. человек, что составляет 8% от населения в мире. Международный туризм способствует диверсификации экономики, создавая отрасли, обслуживающие сферу туризма. [3]

В настоящее время мировой туризм почувствовал оживление и за последнее время глобальные доходы от туризма увеличились на 4,5% и это является хорошей предпосылкой для того, чтобы подготовить туристическую отрасль нашей страны для более интенсивного развития. Абсолютно очевидно, что уровень развития туризма в Узбекистане в настоящее время не соответствует богатому культурно-историческому наследию, являющимся достоянием мировой цивилизации. Эффективное использование имеющего потенциала по перспективному развитию туризма может стать локомотивом для расширения сферы услуг и создания новых рабочих мест, обслуживание одного туриста создает рабочие места для 4–7 обслуживающего персонала принимающей стороны. Объективно оценивая ситуацию, следует отметить, что наше государство уделяет значительное внимание развитию туризма. За годы суверенного развития в Узбекистане создана правовая база и инфраструктура туризма. [1]

За годы суверенного развития Узбекистана было сделано главное: наши исторические города Самарканд, Бухара, Хива, Термез были признаны очагами древней цивилизации, которые внесли достойный вклад в развитие мировой культуры, науки и политики, являются местом

притяжения туристов. Была заложена правовая база для развития туризма и создана туристическая инфраструктура. Все это дает основания считать, что в Узбекистане есть хороший потенциал для дальнейшего развития туризма.

Однако, изучение и анализ этого вопроса подняло широкий пласт проблем связанным с развитием туризма. Дело в том, что современная туристическая индустрия — многогранная деятельность, объединяющая в себе историко-образовательную, культурную, бизнес-сферы, сервис, поэтому уровень туризма и его доходность зависит от нескольких факторов в совокупности.

Туризм — отрасль глобальной экономики и его развитие, подъемы и падения корректируют и интенсивностью глобализационных процессов. Именно поэтому, прежде всего, необходимо акцентировать внимание на международную составляющую этого вопроса.

Опыт управления туризмом в развитых странах мира (США, Франция, Великобритания, Австрия, Испания) свидетельствует о высокой эффективности развития туристской отрасли при четком определении функций органов государственного управления этой сферой. [2]

Следует отметить, что требует серьезного совершенствования институциональная структура управления туризмом в Узбекистане. До сих пор не определена четкая государственная политика и перспективная стратегия государства в сфере туризма ее основные приоритетные направления, отсутствует межотраслевая и межрегиональная координация туристской деятельности; привлечение иностранных кредитов и инвестиций в сферу развития туризма ведется весьма пассивно, нет постоянного мониторинга двухсторонних соглашений и договоров; не ведется системная работа по подготовке, переподготовке и повышению квалификации кадров для сферы туризма. Отсутствуют серьезные разработки по развитию отраслевой туристской науки в Узбекистане. Главное, нет должной координации для обеспечения комфортного пребывания иностранных туристов в Узбекистане между Национальной компанией «Узбектуризм», Министерствами

иностранных дел, культуры и спорта, внутренних дел, Таможенным комитетом, национальными компаниями «Узбекистон хаво йуллари», «Узбекистон темир йуллари», и другими структурами. [4]

Обобщая изложенное, объективно оценивая ситуацию, следует отметить, что туризм в Узбекистане претерпевает качественные изменения и имеет большие перспективы для развития об этом свидетельствуют международные туристические выставки и конференции. Для дальнейшего развития туризма, на наш взгляд, целесообразно выполнить следующие рекомендации:

1. Следует, в первую очередь, разработать и подготовить пакет предложений по совершенствованию законодательства по развитию туризма в Узбекистане. Причем концепция нового законопроекта должна основываться на формировании «туристического продукта», который является центральным и определяющим понятием туристической инфраструктуры, включая формирование пакета туристических услуг не только основными, но и дополнительными и сопутствующими туристическими услугами.

2. Пришло время совершенствовать институциональный механизм государственных органов, уполномоченных регулировать отношения в сфере туризма, главной функцией которых должен стать определение государственной стратегии в области туризма в виде Национальной программы дальнейшего развития туризма, проведение государственной политики в области туризма и контроль всех структур за качественным предоставлением услуг в сфере туризма. Рассмотреть вопрос продажи в

частный сектор гостинично-хозяйственный комплекс «Узбектуризма».

3. Необходимо акцентировать внимание на международную составляющую туризма разработать комплекс мер по соответствию туристической инфраструктуры всем международным требованиям в области туризма. Активизировать сотрудничество со Всемирной туристической организацией, в том числе и в рамках программы «Технического сотрудничества». Отразить правила, принятые ЮНВТО в национальном законодательстве Узбекистана. Для этого следует совместно с Агентством по стандартизации, метрологии и сертификации разработать новые национальные стандарты для туристического сервиса с учетом международного опыта по туризму международной организации по стандартизации ИСО. Провести инвентаризацию объектов туристической инфраструктуры и разработать деление на категории по уровню сервиса в соответствии с международными стандартами

4. Улучшить координацию для обеспечения комфортного пребывания иностранных туристов в Узбекистане между Национальной компанией «Узбектуризм», Министерствами иностранных дел, культуры и спорта, внутренних дел, Таможенным комитетом, национальными компаниями «Узбекистон хаво йуллари», «Узбекистон темир йуллари» и другими структурами задействованных в предоставлении услуг туристам.

5. Усилить популяризацию туризма, особенно, через всемирную сеть Интернет, поддерживая широкое распространение бренда «Великий шелковый путь», разработать новые туристические бренды Узбекистана.

Литература:

1. Каримов, И. А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в условиях Узбекистана. — Т.: 2009 г.
2. Постановления Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по ускорению развития сферы услуг и сервиса в Республике Узбекистан в период до 2012 года».
3. Статистический сборник об основных итогах экономического и социального развития Республики Узбекистан в годы независимости и прогнозных показателях на 2011—2016 гг. — Т.: Узбекистан.
4. Итоги социально-экономического развития, оценка хода экономических реформ 2015 года и задач на 2016 год. — Т.: Народное слово. Январь 2016 г.

Элементы системы менеджмента качества на предприятии по ISO9001

Селиверстов Антон Сергеевич, студент;
Митрофанов Дмитрий Евгеньевич, студент;
Буцкая Анна Александровна, студент;
Евстратов Алексей Дмитриевич, студент;
Николаева Ксения Андреевна, студент

Научный руководитель: Степанова Елена Геннадьевна, кандидат технических наук, доцент
Тольяттинский государственный университет

Управление качеством и система менеджмента качества неразрывны. На предприятии нужно уметь использовать элементы менеджмента качества, что получается не у всех и является главной проблемой. В статье рассматривается подробно эта проблема, а также рассматривается применение элементов менеджмента не только на предприятии, но и в повседневной жизни.

Ключевые слова: ISO9001, СМК, элементы СМК, управление качеством

Quality management and quality management system are inseparable. The company must be able to use the quality management elements that turns out not at all, and is a major problem, consider this in more detail, as applicable elements of not only the company but also in everyday life.

Keywords: ISO9001, QMS, QMS elements of quality management

Что такое управление качеством?

Управление качеством (англ. quality control) — оперативная деятельность, осуществляемая руководителями и персоналом организации, воздействующими на процесс создания продукции с целью обеспечения её качества путём выполнения функции контроля качества и планирования, коммуникации (информации), разработки и внедрения мероприятий и принятия решений по качеству.

Элементы система менеджмента качества по ISO9001

Что такое ISO?

Это ГОСТ стандарт, действующий в РФ, является самой последней версией оценочного критерия управления рабочими процессами, которые нацелены повысить качество продукции и услуг. Техническому комитету, после ряда дополнений и изменений, удалось создать полностью адаптированный универсальный стандарт, который состоит в гармонии со всеми европейскими нормами.

Суть ISO9001, заключено в оценке ряда критериев системы управления и контроля на конкретном предприятии в целях определения соответствия конечной продукции запросам партнеров и потребителей.

Что отражает ISO9001:

1) Ориентированность на клиента в производстве или в бизнесе. Иными словам, организация, претендующее на получение ИСО, обязано организовать рабочие процессы с ориентиром на запросы конечного потребителя. Приветствуется внедрение новых технологий, улучшающие качество и другие характеристики выпускаемого товара.

2) Достойный партнерский потенциал. Возможность вернуть товар, предоставление необходимых документов, соблюдение условий договора.

3) Развитие технологий производства и бизнеса в рамках эволюции рабочих процессов и производственных мощностей. Ориентир на современные компьютеры и информационные технологии.

4) Наличие непрерывного аналитического мониторинга, направленного на улучшение кадровой и производственной инфраструктуры.

5) Хорошо организованная система реагирования на жалобы покупателей и быстрое их устранение.

Обладатель ISO9001 получает следующие привилегии:

- возможность выхода на международный рынок,
- возрастание доверия покупателей и партнеров к предприятию

— повышение конкурентоспособности

Таким образом, сертификат ИСО9001 может считаться свидетельством высокого качества менеджмента, которое имеет вес во всех развитых странах.

Элементы система менеджмента качества:

1. Планирование
2. Обеспечение
3. Функционирование
4. Оценка
5. Улучшение

Рассмотрим каждый из них:

1) Планируя систему менеджмента качества, предприятие должно принимать во внимание факторы (внешние и внутренние), которые могут повлиять на способность СМК достигать ожидаемых результатов. Так же определить потенциальные возможности и риски, по которым должны быть приняты действия, чтобы:

- a. давать гарантию, что СМК может достигать ожидаемых результатов,
- b. увеличить позитивные последствия,
- c. уменьшить или предотвратить негативные последствия,
- d. обеспечить улучшения.

2) Предприятие (организация) должна обеспечивать ресурсами, которые нужны для внедрения, разработки, функционирования и постоянного совершенствования системы менеджмента качества. Нужно принимать во внимание:

- a. Что нужно получать от поставщиков,
 - b. Какие ограничения имеющихся ресурсов.
- 3) Организация должна планировать, осуществлять и управлять процессами, необходимыми для обеспечения соответствия требованиям при поставке продуктов и услуг, а также выполнять действия:
- a. определять требований к продуктам и услугам:
 - b. устанавливать критерии для:
 - процессов,
 - приемки продуктов и услуг.
 - c. определять какие ресурсы требуются для достижения соответствия требованиям товара,
 - d. управлять процессами в соответствии с критериями.
- 4) Предприятие должно определять:
- a. что требует измерений и мониторинга,
 - b. методы анализа, мониторинга, оценки, для получения пригодных результатов,
 - c. когда мониторинг и измерения должны проходить,
 - d. оценивать и анализировать результаты.

Организация должна оценивать результативность и функционирование системы менеджмента качества.

- 5) Предприятие должно находить возможности для

Литература:

1. ISO9001
2. Майкл Мескон. «Основы менеджмента».

улучшения и совершать, необходимы действия, чтобы выполнять потребности потребители и удовлетворять его.

Для этого необходимо:

- 1) Повышение качества продуктов и услуг.
- 2) Улучшать функционирование и результативность системы менеджмента качества.

Так же организация должна постоянно улучшать пригодность, соответствие и результативность СМК, принимать во внимание результаты анализа и оценки.

Рассмотрим элементы менеджмента качества на примере студентов высшего учебного заведения.

1) Планирование. Студент планирует своё время на семестр: сколько времени уделить на изучение того или иного предмета, с учетом данного ему времени.

2) Обеспечение. Обеспечить себя нужной информацией: занятиями с институте, учебниками, доступом к интернету, занятии с научным руководителем.

3) Функционирование. Следить за своими достижениями, как проходит его обучение, чему он научился.

4) Оценка. После сдачи сессии оценить свою проделанную работу, выявить ошибки, где потерял время, к чему лучше готовиться, как лучше готовиться.

5) Улучшение. После оценки стараться улучшить свои результаты, изменить свой план обучения.

Заключение

Элементы системы менеджмента качества можно применять не только на предприятиях, но и в повседневной жизни, нужно уметь правильно ими пользоваться. Грамотно составлять план, обеспечивать всеми нужными ресурсами, следить за функционированием, проводить оценку и улучшать свои действия.

Проблема бедности в современной России и возможные пути её решения

Селиверстов Антон Сергеевич, студент;
 Митрофанов Дмитрий Евгеньевич, студент;
 Буцкая Анна Александровна, студент;
 Евстратов Алексей Дмитриевич, студент;
 Николаева Ксения Андреевна, студент
 Тольяттинский государственный университет

Проблема бедности является одной из важнейших социально-экономических проблем России. В современном мире этому вопросу уделяется большое значение. Так многие ученые по экономике посвятили свои работы, анализируя проблему нищеты в России и возможные пути её решения.

Объяснение термина бедность.

К общему описанию нищеты относится экономическое состояние человека. Как правило, в науке выделяют три типа бедности: относительная, абсолютная, и субъективная. Под относительной бедностью принято понимать

неспособность поддержания некоторых норм жизни в более успешном обществе. Абсолютная нищета означает бессилие человека в удовлетворении своих минимальных нужд необходимых для жизни. Субъективная же бедность определяется собственной оценкой человека. Из этого следует, что бедность — это душевное либо социально-экономическое состояние человека.

Узкое и широкое значение.

У понятия бедности есть два значения, широкое и узкое. К широкому значению относится бедность государств, которая образуется в результате финансовых, политических и социальных воздействий. К примеру, беднейшим государством Африки по уровню ВВП считается Бурунди — страна с самым низким ВВП в мире. К узкому значению относится бедность отдельных физических лиц. Таким образом, от значения бедности зависят способы и инструменты, применяемые для решения проблем с бедностью.

Статистика.

В период с 2000 по 2012 года число жителей России, чья прибыль меньше прожиточного минимума сократилось на 18,3%. Таким образом, в 2012 году за чертой бедности находилось примерно 15 миллионов человек, что составляло 10,7% от населения. За последующие 4 года число бедных вновь стало увеличиваться. По официальным данным федеральной службы государственной статистики РФ на 2016 год в России за полосой бедности находятся около 21 миллиона человек, или 14,5% от населения.

Разделение причин бедности на отдельные группы.

Причин нищеты существует большое количество. Все зависит от конкретной ситуации. Иногда человек не способен повлиять на это, но в некоторых случаях, люди сами себя доводят до нищеты. Так экономисты смогли разделить причины бедности на группы:

1. Политические — война;
2. Общественные и медицинские — пожилой возраст, люди с ограниченными возможностями;
3. Финансовые — валютная девальвация, кризис в стране, невысокая заработная плата;
4. Географические — наличие неблагоприятных ареалов, их неравномерное развитие;
5. Демографические — неполная семья, наличие иждивенцев;
6. Личностные — наркотическая или алкогольная зависимость, страсть к азартным играм;
7. Квалификационные — ограниченность знаний и умений. Таким образом, бедность может затрагивать как одного человека или семью, так и целы города и государства.

Рост уровня бедности.

В 2013 году ВВП России увеличился на 1,3%, а в 2014 на 0,6%. К концу 2015 года ВВП России снизился на 3,8%, а к концу 2016 на 0,3%. Таким образом, в период с 2013 по 2016 года Российская экономика показала практически нулевой рост. При всем этом рубль девальвировался вдвое, и вырос импорт товаров. Так же ситуацию усугубила инфляция, и введение санкций в 2014 году.

Таким образом, начиная с 2013 года уровень бедности в России снова начал расти.

Мировые масштабы бедности.

Как известно нищета затронула многие страны мира. Но больше всех страдают Африканские республики, государства Азии, и некоторые Европейские страны. По официальным данным ВБ (Всемирного Банка) на 2015 год странами с минимальным ВВП на душу населения считаются:

1. Бурунди (276 \$);
2. ЦАР (307\$);
3. Нигер (359\$);
4. Малави (381\$);
5. Мадагаскар (412\$).

При этом хорошо живут люди в Люксембурге (101393\$), Швейцарии (80186\$), Норвегии (74677\$), Австралии (56330\$). Россия по официальным данным ВБ находится только на 60 месте по уровню ВВП на душу населения. Исходя из этого, следует вывод, что даже несмотря на то, что Российская федерация величественная держава, имея на своей территории большое количество разной индустрии, уровень ВВП по отношению к другим сверхдержавам можно назвать низким.

Методы борьбы с нищетой в мире.

Борьба с бедностью — это неотъемлемая часть финансовой и общественной политической деятельности любого государства. Не существует, какого-то общего описания борьбы с нищетой. Поэтому в каждой стране методы в какой-то степени уникальные. Несмотря на это, все же существует два способа, которым стараются придерживаться высокоразвитые страны. Первый способ ориентирован на обеспечение хорошей минимальной прибыли населения. Второй способ направлен на узкий круг людей, и представляет собой помощь людям, которые попали в критическую ситуацию. Таким образом, общего шаблона борьбы с бедностью нет, но существуют несколько методов, которым стараются придерживаться высокоразвитые страны.

Методы борьбы с нищетой в РФ.

Особой чертой современной России считается то, что помимо общественной бедности растет и финансовая бедность. Это вызвано тем, что работающие люди не могут гарантировать себе минимальный достаток. Это связано с невысокой заработной платой. «Эксперты считают, что более 30 миллионов работающих России получают заработную плату в размере менее 10 тысяч рублей в месяц». Понятие бедности. Вследствие чего, для понижения значения уровня бедности в Российской Федерации следует выделить следующие методы:

1. Создания условий для подъема индустрии;
 2. Поддержание макроэкономической стабильности;
 3. Нарращивание минимального размера оплаты труда;
 4. Разработка общественных программ;
- Увеличение значения жизни людей. Естественно вступление в силу таких мер не дает гарантии, что численность

бедного населения сразу значительно снизится. Но начать борьбу с нищетой следует именно с этих мер.

Таким образом, Важной частью экономической политики любого государства является решение проблем с

бедностью людей. А для того что бы изменить уровень бедности в РФ необходимо в первую очередь увеличить занятость общества, и обеспечить оптимальный уровень прибыли для работающего населения.

Литература:

1. Проблема бедности в современной России и возможные пути её решения / Протасова Е.Л. // Социально-экономические явления и процессы № 4. 2010.
2. Ашаганов, А.Ю., Таштамиров М.Р. Бедность — экономическая проблема России // Молодой ученый. — 2015. — № 19. — с. 353—356.
3. Бедность в России: не 20, а 70 миллионов Россиян / Кравченко Л. И.
4. Бедность и экономический рост в России / Овчарова Л. Н. // Исследование социальной политики № 4 / том 6 / 2008.
5. Порок бедности / Коган Г.
6. Методы и способы борьбы с бедностью / http://geolike.ru/page/gl_6617.htm
7. Проблема бедности и пути ее решения. / Блинов А. О.
8. Бедность — это что? Уровень бедности. Абсолютная и относительная бедность / Рябицкая Н.

Внедрение инноваций в организации: начальный этап

Сергеенков Дмитрий, магистрант;

Пономарева Галина Тарасовна, кандидат технических наук, доцент, заведующий кафедрой
Московский государственный гуманитарно-экономический университет

И нновационный процесс в организации включает три укрупненных этапа. На подготовительном этапе осуществляется подготовка организации к внедрению инновационного процесса. На основном этапе осуществляется собственно процесс внедрения инноваций на технологическом и производственном уровнях. Третий, заключительный этап включает в себя апробацию инновации, мониторинг ее эффективности и дальнейшую модернизацию.

Успешному внедрению инновационного решения в производственный процесс организации всегда предшествует подготовительный этап. Продолжительность и содержание этого этапа зависит от отрасли организации и специфики ее деятельности. В то же время, существует несколько основных проблем, которые характерны на этом этапе для любой организации:

- поиск финансовых ресурсов, необходимых для внедрения инновации;
- оценка готовности самой организации для внедрения инновации;
- анализ участка производственного процесса, подлежащего модернизации, а также объема работ на других участках, которые необходимы для проведения модернизации;
- подготовка сотрудников к внедрению инновации.

Как правило, инновационный процесс не может быть реализован за счет собственных средств предприятия и требует привлечения средств извне. В связи с этим предприятие должно определить, какая форма привлечения

внешнего финансирования является для нее наилучшей. Существует две основные формы привлечения средств из внешней среды: кредит и инвестиции.

При прочих равных условиях кредитная форма привлечения денежных средств выглядит более предпочтительно, чем инвестиция. Привлекательная в кредит средства организация получает дополнительный экономический эффект в размере:

$$E = M * (n - r) \quad (1)$$

где: M — величина денежных средств, привлеченных в инновационный процесс на кредитной основе; n — норма прибыли организации; r — плата (процент) по кредиту.

Если в инновационный процесс привлекается соинвестор, он становится собственником и получает в уставном капитале организации долю, равную по стоимости инвестированной величине M . Таким образом, дополнительный выигрыш организации E в этом случае становится равным нулю. С другой стороны, инвестиции являются инструментом привлечения денежных средств в высокорискованные проекты, которые оказываются чаще всего неприемлемыми для кредиторов.

Для современной России важным источником финансирования инновационного процесса являются бюджетные средства, выделяющиеся на инноватику в соответствии с многочисленными государственными программами. Государственная поддержка может осуществляться в трех формах: прямой, т. е. когда организация — инноватор получает деньги, связанной, т. е. когда организация — ин-

новатор вкладывает средства при соблюдении некоторых условий, и в форме поддержки инноватора в соответствии с госпрограммой. В последнем случае важно обеспечение организацией — инноватором социального эффекта.

Для отечественных организаций характерна следующая структура финансирования. Основой являются деньги крупных инвесторов — партнеров, заинтересованных в инновационном процессе в организации, а также связанное бюджетное финансирование.

Как правило, в роли инвестора выступают аффилированные организации, заинтересованные в развитии поставщика. Ранее государство использовало прямую поддержку инновационной деятельности организаций, однако с течением времени отказалось от нее по причине уязвимости схем прямого финансирования перед коррупцией и нецелевым расходованием бюджетных средств. В настоящее время чаще используется государственная поддержка инновационной деятельности организаций на основе софинансирования, когда государство выделяет средства (как правило 1/3 от общего объема финансирования) при условии поступления средств от других инвесторов.

Доступ к кредитам для отечественных организаций, занимающихся инновационной деятельностью, затруднен. Главной причиной этого является высокая ключевая ставка, которая последние полгода составляет 10% против 0,25% в США. Другими причинами недостаточного внимания кредиторов к отечественным инновационным проектам является макроэкономическая нестабильность.

Следующим вопросом, решаемым на подготовительном этапе, является оценка готовности организации к изменениям и осуществление мероприятий по их подготовке к внедрению инновации.

Прежде всего, необходимо оценить возможности окупаемости инновации. Окупаемость инновации возможно обеспечить за счет увеличения объемов производства, увеличения доли рынка, а также изменения соотношения между затратами и доходами на единицу продукции организации.

Возможность реализации инновации организацией определяется величиной вложений, направляемых на создание инновации, с каждой традиционной единицы бизнес — системы. Таким образом, организация, работающая на конкурентном инновационном рынке, определяет расходы на инновационную деятельность по формуле:

$$\frac{I}{N} = P \quad (2)$$

$$P = AC \quad (3)$$

где: I — величина инвестиций; N — количество клиентов организации — инноватора за период окупаемости; P — средняя цена инновационного товара за период окупаемости в дисконтированных денежных единицах; AC — средние издержки на производство единицы инновационного товара в дисконтированных денежных единицах.

Фирма — инноватор, работающая в конкурентной среде, не может позволить назначить себе цену P выше AC . С другой стороны, по репутационным соображениям она не сможет уменьшить затраты на инновационную деятельность ниже некоторой характерной для технологического развития данного рынка величины I . Таким образом, успех на рынке инновационной продукции определяет количество покупателей N . Если внедрение инновационной технологии позволяет привлечь N покупателей в большем количестве, чем некоторая N критическая, то с точки зрения параметров внешней среды фирма готова к внедрению инновации, в противном случае инновационный процесс следует отложить на некоторое время.

Для оценки готовности организации к внедрению инновации с точки зрения параметров внутренней среды необходимо провести анализ участка производственного процесса, подлежащего модернизации, а также объема работ на других участках, которые необходимы для проведения модернизации. При этом первоочередное внимание следует уделять вопросам, связанным с возможностью диверсифицировать производственный процесс и временно исключить из него путем замещения те участки, которые будут подвергаться модернизации. Также следует провести оценку эффективности действующих в организации систем контроллинга и проверить адаптивность организационно-управленческих структур на предмет их способности обслуживать модернизированные участки производственного процесса.

Еще одним важным фактором, влияющим на эффективность запланированных к внедрению инноваций, является технологическая совместимость старых и новых элементов производственной системы. При этом важное значение следует уделять вопросам готовности к переходу на инновационные технологии персонала организации.

Чаще всего персонал организации не может быть в полном составе включен в инновационный процесс без предварительной подготовки. Предварительная подготовка персонала организации включает в себя профессиональную переподготовку, психологическую подготовку и тренинги.

В рамках профессиональной переподготовки сотрудники должны получить необходимые для работы на новом оборудовании (в рамках новой инфраструктуры) теоретические знания и практические навыки. Чаще всего российские организации — инноваторы обеспечивают переподготовку кадров в рамках обязательного повышения квалификации сотрудников.

Психологическая подготовка должна обеспечить преодоление психологических барьеров, неприятия как технологических, так и организационно — правовых новшеств. Психологическая подготовка так же предполагает выявление наиболее инициативных сотрудников, которые в дальнейшем возглавят процессы дальнейшей модернизации на уровне структурных подразделений.

Масштабные инновационные процессы должны предваряться тренингами персонала, что позволит развить их

практические способности работать в новых условиях и снизить риски провала инновационных проектов.

Таким образом, эффективность инновационного процесса в организации зависит от того, насколько он был подготовлен заранее и от владения фирмой информации о состоянии внешней и внутренней среды в предшествующий

модернизации период. Важную роль играет не только правильное проведение каждой из подготовительных процедур в отдельности, но и скоординированность всех процессов, а также наличие в организации системы обратной связи, позволяющей вносить коррективы в процесс подготовки к модернизации по мере необходимости.

Литература:

1. A. V. Putilov, M. V. Bugaenko, D. V. Timokhin Revisiting the modernization of the educational process IT component in Russia on the basis of the model of «economic cross» // AIP Conference Proceedings 1797, 020014 (2017); doi: <http://dx.doi.org/10.1063/1.4972434>.
2. Пономарева, Г.Т., Тимохин Д.В., Литвиненко И.Л., Чердакова А.В., Никаноров А.П. Экономика России: ресурсный потенциал развития — М.: МГГЭУ, — 2015. — с. 68–74.
3. Пономарева, Г.Т., Тимохин Д.В. Повышение производительности труда как условие инновационного развития // Человек. Инклюзия. Общество. — 2016. — № 1. с. 113–121.
4. Пономарева, Г.Т., Тимохин Д.В., Литвиненко И.Л., Чердакова А.В., Никаноров А.П. Управление организацией: проблемы и решения / под ред. Синельниковой Е.А. — М.: МГГЭУ, 2016.
5. Киянова, Л.Д., Литвиненко И.Л. Региональная инновационная система: роль элементов инфраструктуры // Аграрный научный журнал. — 2015. — № 2. — с. 83–88.

Коммерческий расчет как основа экономического механизма хозяйствования

Старченко Инна Викторовна, кандидат экономических наук, доцент

Азово-Черноморский инженерный институт — филиал Донского государственного аграрного университета в г. Зернограде

Сельское хозяйство является отраслью, где наиболее слабо выражены возможности ведения предпринимательской деятельности в рыночных условиях. Сдерживающими факторами здесь выступают: недостаточная заработная плата сельчан, низкий уровень образования и профессионализма менеджеров и ведущих специалистов, отсутствие опыта использования рыночного механизма в бизнесе.

Экономический механизм сельскохозяйственного производства на федеральном уровне должен базироваться на потребности в обеспечении и сохранении продовольственной безопасности страны. Государство должно формировать благоприятные макроэкономические условия хозяйствования для отечественных сельхозтоваропроизводителей всех форм собственности.

В микроэкономической сфере важнейшим звеном экономического механизма является коммерческий расчет. Он представляет собой объективную экономическую категорию, и выражает отношения в сфере оборота ресурсов в относительно обособленных звеньях общественного производства, выступает как метод хозяйствования.

Важное место занимает реализация внутренних факторов повышения эффективности работы сельскохозяйственного предприятия, включая совершенствование структуры управления, системы материального стимулирования работников и разработку экономического механизма регулирования затрат. Решает эти проблемы

внутрихозяйственный расчет, так как только через хозяйственные отношения, тесно связанные с собственностью, могут соединяться личные интересы и интересы предприятия. Хозрасчет позволяет добиться активности работников, поднять производительность труда, укрепить экономику хозяйства.

Коммерческие отношения предприятия строятся на двух уровнях — на уровне самого хозяйства и его структурных подразделений. Коммерческий расчет на уровне предприятия включает в себя следующие действия: ведение расширенного воспроизводства на основе самофинансирования; обеспечение сохранности собственности совладельцев хозяйства; построение системы распределительных отношений с учетом трудового и имущественного вклада; делегирование структурным подразделениям тех функций по организации и управлению производством, которые могут быть осуществлены ими самостоятельно, но без ущемления интересов остальных подразделений и хозяйства в целом [1].

Коммерческий расчет каждого внутрихозяйственного подразделения подразумевает: функционирование на основе самокупаемости; материальную ответственность за сохранность и рациональное использование имущества совладельцев предприятия; договорные взаимоотношения с администрацией хозяйства; право самостоятельного решения всех вопросов, связанных с использованием той доли дохода, которая останется в его распоряжении.

Одна из главных причин сокращения производства в ООО «Степной» Песчанокопского района Ростовской области резкое снижение ресурсного потенциала и ухудшение его структуры на сельхозпредприятии. Важная причина убыточности сельхозпродукции — рост цен на

покупные ресурсы, доля их в общей сумме производственных затрат растет из года в год.

Нет тесной зависимости между производительностью и оплатой труда работников.

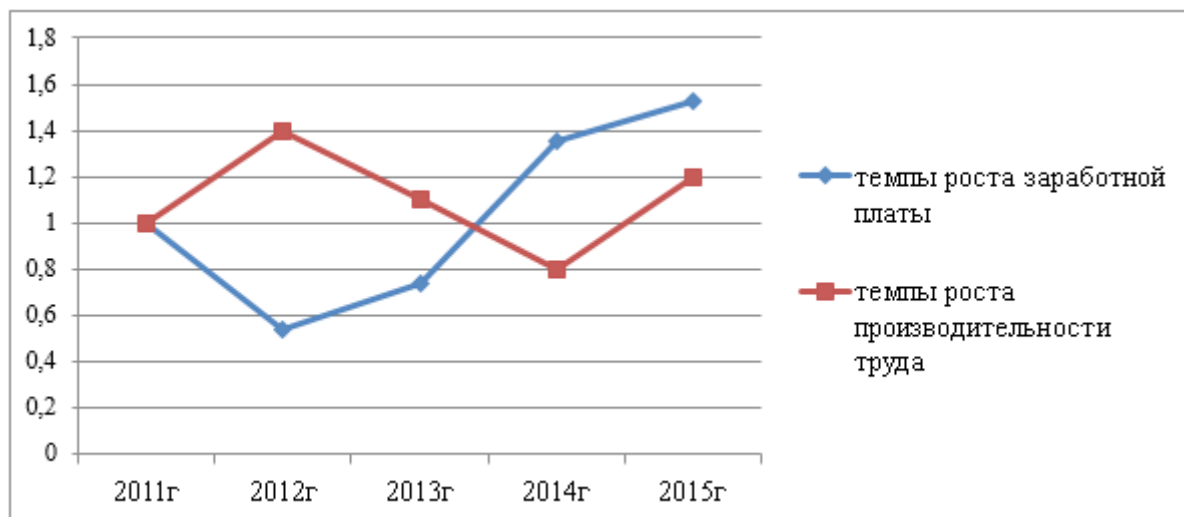


Рис. 1. Динамика производительности труда и заработной платы трактористов-машинистов ООО «Степной»

Снижение эффективности производства, убыточность сельхозпредприятий привели к росту их долговых обязательств. Основная причина в данном случае в диспаритете цен.

На уровне сельхозпредприятий помимо мер, связанных с совершенствованием системы управления и развитием службы маркетинга, необходимо перейти к остаточному принципу формирования фонда заработной платы. Коллективы структурных подразделений должны находиться в договорных отношениях с администрацией хозяйства. В договоре следует предусмотреть полную увязку фонда заработной платы с конечными результатами производства.

Внутрихозяйственный расчет базируется на материальной заинтересованности коллектива подразделения в результатах труда.

Применяемая в ООО «Степной» сдельно-премиальная и повременно-премиальная системы оплаты труда не обеспечивает максимальной финансовой заинтересованности и ответственности каждого подразделения и работника в постоянном улучшении конечных

результатов деятельности. Поэтому для рассматриваемого хозяйства можно рекомендовать систему оплаты труда от валового дохода в конце года, а в течение года оплату труда по сдельно-прогрессивной и повременно-премиальной системам за объем выполненной работы по тарифным ставкам.

Для растениеводческих подразделений предлагается ввести следующую систему оплаты труда. До получения конечной продукции механизаторам выдается аванс. Аванс рассчитывается по тарифным ставкам в зависимости от вида выполняемой работы, при этом рекомендуется использовать прогрессивно-возрастающие расценки, приведенные в таблице 1.

Данные расценки следует применять только при соблюдении требуемого качества работ. При применении прогрессивно-возрастающих расценок такие условия материального стимулирования как дополнительная оплата за классность, стаж и т. д. отменяются. Профессионализм, всевозможные выслуги должны проявляться через результаты труда.

Таблица 1. Шкала прогрессивно-возрастающих расценок

Уровень выполнения сменного задания, %	Коэффициент повышения тарифных ставок
до 80	0,8
80–90	0,9
90–110	1,2
110–130	1,27
130–150	1,64
свыше 150	1,8

Расценки в зависимости от выполнения сменного задания стимулируют производительность труда, заинтересованность работников в получении большего объема продукции лучшего качества.

Итоговая годовая оплата труда членов растениеводческих подразделений определяется на основе валового дохода, из которого вычитается сумма выплаченного аванса. От оставшейся суммы валового дохода 10% направляется для итоговой оплаты труда работников данного подразделения, а 90% направляются для итоговой оплаты труда обслуживающим подразделениям, административно-управленческому персоналу, на поддержку социально-культурной сферы и жилищно-коммунального хозяйства предприятия, на создание резерва непредвиденных расходов и прочие нужды.

При этом установленный процент можно менять на основе учета выполнения договора по хозрасчетному доходу. С этой целью необходимо применять шкалу нормативов увеличения (уменьшения) оплаты труда в зависимости от хозрасчетного дохода. За каждый процент прироста хозрасчетного дохода полагается прирост процента распределения валового дохода в пользу подразделения: до 15% — 0,5%; от 15 до 30% — 0,9%; от 30 до 40% — 1,3%; свыше 40% — 1,7%.

Сумма остаточного дохода подразделения, подлежащая распределению между его постоянными членами, для каждого конкретного работника рассчитывается путем деления остаточного дохода на сумму оплаты труда, начисленной постоянным работникам подразделения авансом, и умножения полученного числа на сумму авансовой оплаты данного работника. Это и будет его доплата по итогам года.

Обслуживающие подразделения формируют свои доходы для начисления оплаты труда путем оказания платных услуг (выполнения работ) по заказу структурных

подразделений хозяйства, а также по заказам сторонних юридических и физических лиц.

Выполнения заказы растениеводческих подразделений, обслуживающие подразделения вправе начислять своим работникам авансовую оплату труда, равную среднечасовой авансовой оплате труда обслуживаемого подразделения за соответствующий месяц, умноженный на коэффициент 0,8 и на общее количество человеко-часов, отработанных в пользу подразделения-заказчика. Аналогичным образом обслуживающие подразделения формируют фонд авансовой оплаты труда, получая и выполняя заказы других подразделений. При выполнении услуг и работ сторонним юридическим и физическим лицам заработная плата, заложенная в тарифах на данные работы и услуги, в размере 70% зачисляется в авансовый фонд оплаты труда, а оставшиеся 30% распределяются по итогам года.

Авансовая оплата труда распределяется между работниками подразделений пропорционально их трудовому вкладу в полученную выручку с учетом личного КТУ. Вознаграждение по итогам года формируется из двух частей:

— остатков фонда оплаты труда, полученного от сторонних заказчиков, но не израсходованного в течение года при начислении авансовой оплаты;

— отчислений определенного процента от остаточного дохода растениеводческих подразделений.

Итоговый фонд оплаты труда в каждом подразделении распределяется между постоянными работниками пропорционально начисленной им авансовой оплаты.

Таким образом, применяемая форма организации труда будет наиболее полно соответствовать современным рыночным условиям.

Расчет эффективности от предлагаемых мероприятий, проведенный по методике разработанной Белокопотовым А. В. [2], приведен в таблице 2.

Таблица 2. Рентабельность производства продукции растениеводства в ООО «Степной» в 2016 году

Наименование показателей	Исходный вариант	Предлагаемый вариант
	Зерновые культуры	Зерновые культуры
Себестоимость 1 ц., руб.	0,92	0,90
Цена реализации 1 ц., руб.	4,5	4,5
Количество реализованной продукции, ц.	30625	30625
Выручка от реализации продукции, тыс. руб.	28782	28782
Себестоимость всей продукции, тыс. руб.	28228	27562
Прибыль от реализации, тыс. руб.	554	1220
Рентабельность, %	1,96	4,4

По данным таблицы 2 видно, что рентабельность отрасли растениеводства с применением предлагаемых мероприятий при неизменных цене реализации и объеме реализации увеличится на 2,4%. ООО «Степной» при реализации разработанных рекомендаций сможет получить дополнительный доход в размере 666 тыс. руб.

Мероприятия по совершенствованию оплаты труда, увеличат материальную заинтересованность и ответствен-

ность каждого подразделения и работника в постоянном улучшении конечных результатов деятельности, позволят сократить расходы на ведомственную охрану. Данные мероприятия помогут добиться сокращения себестоимости продукции, следовательно, повышения рентабельности производства.

Перспективы улучшения производственно-экономического положения сельхозпредприятий прежде всего

связаны с улучшением макроэкономических условий хозяйствования, главным образом с обеспечением паритетности цен на продукцию сельского хозяйства и других отраслей. Определенное улучшение ситуации можно

обеспечить также на основе совершенствования внутрихозяйственного экономического механизма путем всемерного использования принципов коммерческого расчета.

Литература:

1. Старченко, И. В. Хозяйственный расчет как фактор ускорения развития рыночной экономики АПК России // Вопросы экономики и управления. — 2015. — № 1. — с. 62–65.
2. Старченко, И. В. Хозяйственный расчет сельскохозяйственных предприятий в условиях рынка: дис. кандидата экономических наук: 08.00.05 / Зеленоград: АЧГАА, 2002. — 155 с.

Инвестиционный аудит как инструмент анализа и управления

Тарасова Марина Александровна, студент
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

При рассмотрении определения инвестиций приходим к тому, что необходимо рассматривать в первую очередь инвестиции на примере процесса вложения средств которое имеют определение как инвестиционные операции. Во вторую очередь необходимо рассматривать сами объекты непосредственно в которые в дальнейшем вложены средства и имеют определение как инвестиционные объекты. В третью очередь под инвестициями рассматривают процесс по целевому направлению многочисленной работы той либо иной организации, что имеет трактовку на примере инвестиционной деятельности.

Многие предпринимателей практически любой сферы деятельности и на основании всей своей деятельности имеют представление на примере предстоящего многочисленного круга ожидающих их проблем. Некоторым из них приходится приходиться к поддержке аудиторов в целях выявления и корректирования ошибок, так как не непременно, что на зачете работают квалифицированные сотрудники бухгалтерии, какие управляются с возложенными на них обязанностями.

Обычно практически любой новый проект компании в той или другой мере связан с привлечением новых инвестиций. Подготовка инвестиционного проекта является достаточно долгим и, как правило, чрезвычайно дорогостоящим процессом, состоящим из определенного ряда шагов и стадий, какие необходимо и в том числе важно контролировать любому предприятию.

Прежде чем вложить средства в определенное начинание, компанию и т. п., исследуют их активность с целью беспристрастной оценки состояния и перспектив развития. Анализ таковой деятельности разрешено заполучить из составленного аудитором аудиторского заключения.

Таким образом, целью аудита инвестиций является определение достоверности и искренности бухгалтерской отчетности инвестиций, какие определяются законодательством, системой нормативного регулирования ауди-

торской деятельности, договорным обещаниям аудитора и покупателя.

Аудиторская проверка непременно обязана включать в себя доступ всей деятельности компании, имеющая отношение к учету инвестиций. Это позволит избежать ошибок и очень правильно испытать бухгалтерский и налоговый учет компании.

Проводить самостоятельную объективную оценку разрешено не только лишь в целом по экономической деятельности определенной компании, но и сравнительно отдельных многочисленных денежных операций.

К примеру, инвестиционный аудит является достаточно детальным анализом предлагаемого в последующем рассмотрении инвестиционного проекта. И при всем этом в дальнейшем требуется и в том числе необходимо, достаточно большое включение в чье то дело или другой предмет инвестирования, то полностью разумно допустить, что для истока нужно проверить полезность грядущего капиталовложения.

И в том числе следует рассматривать и предполагаемые опасности и сравнить их с предполагаемыми выгодами. Если степень риска превалирует над практической пользой от вложений, то схожее инвестирование достаточно аналогично по составу определенного предписания. Но, тем не менее, не постоянно присутствует возможность предоставить последующую объективную оценку в будущем происходящим денежным событиям. Особенно при том, если в деле находится присутствие так называемой субъективности.

Далее достаточно детально рассмотрим методологические базы на примере происходящего планируемого аудита инвестиций, окончательные итоги которого применяются в последующем непосредственно в управленческом процессе.

Для начала ознакомимся с самим определением на примере инвестиций, которые своими многочисленными

направлениями включают в свой состав от текущей деятельности средств организации и тем самым представляют собой один из значимых объектов бухгалтерского учета, анализа и управления [1].

На основании чего достаточный вклад и в том числе получает вся многочисленная система на примере контроля над многочисленными инвестиционными операциями. На примере более независимых и в том числе достаточно объективных форм происходящего контроля выступают аудит и сопутствующие аудиту многочисленные сервисы.

Анализируя инвестиционный цикл многочисленных операций, необходимо производить так называемые отличия его от текущей и денежной деятельности. При всем этом текущая так называемая оперативная активность является главным направлением работы организации и при всем этом имеет возможность для последующего создания и в том числе производства продукции, торговли, оказание услуг и многое другое [2].

Присутствует и важная и в том числе главная функция на примере финансовой активности, которой занимается служба по дальнейшему управлению ресурсами текущей

и инвестиционной деятельности. Финансовые ресурсы включают такие факторы как личные на примере взносов учредителей, нераспределенная выручка, запасы из нее и на основании чего происходит процесс по формированию заемных средств, таких как кредит, займ, которые тем самым входят в состав так называемой прочей кредиторской задолженности. В учете и аудите, в том числе принято именовать виды деятельности циклами хозяйственных операций.

Понятие инвестиций во внутрифирменном менеджменте, учете, контроле и разборе сводит ряд значений.

Во-первых, инвестиции воспринимаются как процесс вложения средств (инвестиционные операции).

Во-вторых, они обозначают объекты, в какие вложены средства, или форму инвестирования (инвестиционные объекты). В-третьих, под инвестициями понимают целевую направленность работы организации (инвестиционная активность) [4].

Взаимосвязи меж элементами инвестиционной деятельности и направлениями инвестиций представлены в табл. 1.

Таблица 1. Взаимосвязи внутри инвестиционного цикла

Составляющие инвестиционной деятельности	Формы реализации
Направления деятельности (инвестирования)	Новый вид деятельности Реинжиниринг технологических процессов Расширение или поддержание существующих видов деятельности
Объекты, в которые производятся вложения	Основные средства, доходные вложения в материальные ценности Нематериальные активы Финансовые вложения Прочие
Финансовые ресурсы — источники средств для инвестирования (приобретения объектов)	Собственные (вклады собственников в уставный капитал, нераспределенная прибыль, накопленные фонды) Заемные (кредиты, займы, прочая кредиторская задолженность)
Финансовые результаты инвестиционной деятельности	Прибыль или убыток от инвестиционной деятельности = доходы (приток заработанных экономических выгод) минус расходы (отток объектов потенциальной экономической выгоды, обеспечивающий формирование дохода по поступающим объектам) Самофинансирование инвестиционной деятельности (прибыль от уже действующих проектов позволяет расширять их и внедрять новые)

Таким образом, в учетно-контрольном цикле главным объектом интереса выступает инвестиционная активность. Частными объектами учета и аудита являются инвестиционные операции (в динамике) и инвестиционные объекты (в статике).

А, например, в динамике финансирование (денежный цикл) гарантирует текущую (операционный цикл) и инвестиционную (инвестиционный цикл) активность. В формах денежной отчетности с видами деятельности соединены денежные итоги и перемещение валютных по-

токов. В статическом аспекте учета текущие объекты и инвестиционные объекты — это имущество баланса, а денежные объекты — это пассив баланса [2].

Планирование аудитором собственной работы содействует тому, чтоб принципиальным областям аудита был уделен нужный интерес, чтоб были выявлены вероятные трудности, и работа была выполнена отменно и вовремя.

Планирование позволяет отлично делить работу меж членами группы профессионалов, участвующих в аудиторской проверке, а в том числе согласовывать такую работу.

При всем выше рассмотренном приходим к тому, что аудитор имеет полное право рассматривать достаточно особые разделы на примере общего плана по проведению аудита и в том числе многочисленные аудиторские процессы, которые входят в состав этой проверки.

Необходимо присутствие сотрудников и в том числе членов совета на примере управленческого аппарата той либо иной организации, в состав которой так же входят члены ревизионной комиссии аудируемого лица с достижением цели по эффективному проведению аудита и его процесса. Сам аудитор и его члены комиссии несут ответственность за достоверное и грамотное проведения плана по программе аудита [6].

Аудитору необходимо и в том числе достаточно важно собрать все документы для дальнейшего составления заключения и при этом описать в заключительной части отчета аудиторской проверки весь объем и порядок проведения аудиторского процесса.

Главный процесс оформления аудиторской проверки должен иметь достаточно подробное описание для последующего ознакомления с ним всех должностных лиц. Совместно с этим форма и в том числе содержание общего плана данной проверки должны быть выявлены в присутствии всех должностных лиц, которые непосредственно участвуют в этом процессе [3].

Программа аудита является комплектом руководств для аудитора, исполняющего проверку, и при всем этом является средством контроля и испытания соответствующего исполнения работы. В программу аудита должны быть включены проверяемые предпосылки подготовки финансовой и в том числе бухгалтерской отчетности, которые запланированы на достаточно разные области и процедуры аудита [10].

В наши дни инвестиционный аудит как аппарат рассмотрения и управления при всем этом предоставляет возможность руководителям достаточно верно расценивать разумность вложений финансовых средств с целью

получения инвестиционной прибыли, а в том числе привлечения сторонних денежных вливаний в свою компанию как в качестве инвестиционной элемента [7].

Приходя к заключению, к тому что достаточно правильная и в том числе грамотная организация на примере внутреннего контроля процесса по проведению аудиторской проверки является определенно гарантией того что бухгалтерская отчетность будет составлена верно и правильно без допущения ошибок, которые имели место быть в присутствующих отчетах.

Хоть и технические и методологические ошибки имеют, место присутствовать тем самым они могут быть замечены при грамотной организации системы внутреннего контроля. Именно благодаря чему, составляется процесс и программа аудита, до того, как обосновывается аудиторская проверка на предварительном шаге, аудитор дает оценку системы внутреннего контроля и в зависимости от всего этого, как поставлен контроль, решаются все имеющиеся трудности организации аудиторской проверки по существу.

В связи с этим, в качестве предстоящего изучения темы внутреннего аудита при инвестиционной деятельности советуем изучить вопрос по оценке эффективности функционирования компании, организации контроля деятельности подразделений.

Сама деятельность внутренних аудиторов получает силу и смысл там, где комитет начальников органа управления компании стремится выполнить инвестиционный аудит как самостоятельное звено коллективного механизма управления, вносящее собственный значимый вклад в дело развития и процветания компании.

Сегодня службы внутреннего аудита есть в практически всех средних и больших организациях. Растущий энтузиазм к внутреннему аудиту обусловлен тем, что инвестиционный аудит является одним из немногих доступных и в то же время недооцененных ресурсов, верное внедрение которого может нарастить эффективность деятельности компании.

Литература:

1. Пугачев, В. В. Внутренний аудит и контроль / В. В. Пугачев. — Москва: Дело и сервис, 2010. — 270 с.
2. Жминько, С. И. Внутренний аудит / С. И. Жминько, О. И. Швырева, М. Ф. Сафонова. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2012. — 331 с.
3. Андреев, В. Д. Внутренний аудит. Учебное пособие / В. Д. Андреев — Москва: Финансы и статистика, 2013. — 464 с.
4. Суворова, С. П. Внутрифирменная стандартизация аудиторских услуг / С. П. Суворова // Аудиторские ведомости. — 2014. — № 3. — с. 10–13.
5. Федеральные правила (стандарты) аудиторской деятельности № 29. Рассмотрение работы внутреннего аудитора / одобрено Комиссией по аудиторской деятельности при Президенте Российской Федерации 20 августа 1999 г., Протокол N 5 // Закон. — 2012. — с. 93–98.
6. Бурцев, В. В. Внутренний аудит компании: вопросы организации и управления // В. В. Бурцев // Финансовый менеджмент. — 2013. — № 4. — www.dis/fm.
7. Галкина, Е. В. Аудит инвестиций как инструмент анализа и управления / Е. В. Галкина // Аудиторские ведомости. — 2014. — № 9. — с. 3–8.
8. Об аудиторской деятельности: федеральный закон РФ от 30.12.2008 № 307-ФЗ // Закон. — 2012. — с. 23–30.

9. Андреев, В. Д. Система внутрихозяйственного контроля: основные понятия / В. Д. Андреев, С. В. Черемшанов // Аудиторские ведомости. 2014. — № 2. — с. 22.
10. Боброва, Е. А. Аудит инвестиционных решений / Е. А. Боброва // Аудиторские ведомости. — 2012. — № 8. — с. 4–10.

Совершенствование налогового администрирования как метод государственного контроля

Татаренко Анна Михайловна, студент;

Басова Наталья Владимировна, кандидат экономических наук, доцент, научный руководитель
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В статье освещена проблема повышения эффективности государственного контроля путем совершенствования налогового администрирования. Более того, предложены наиболее эффективные способы совершенствования налогового контроля, которые позволят создать благоприятные условия для функционирования бюджетной системы РФ.

Ключевые слова: финансовый кризис, дефицит, контроль, задолженность, автоматизация, камеральный контроль, модель налогообложения, налоговые поступления, налоговая выгода

Финансовый кризис в Российской Федерации обострил ряд проблем, среди которых наиболее актуальной является дефицит федерального бюджета. Экономисты предлагают различные пути по ее решению, однако до настоящего времени преодолеть данную проблему государству не удалось. На развитие бюджетной системы значительное влияние оказывает механизм налогообложения, которому в рамках данной проблемы уделяют недостаточное внимание. Механизм налогообложения играет определяющую роль, так как он является не только инструментом регулирования поступлений в бюджет, но и одним из основных элементов системы государственного воздействия на процессы и пропорции общественного воспроизводства.

Одной из основных причин дефицита федерального бюджета является несовершенство налогового администрирования, как следствие неэффективного государственного контроля. Данный аргумент подтверждает

официальная статистика о задолженности по налогам и сборам (Рис. 1) [3].

Несмотря на то, что данный показатель с 2014 года по 2015 год оставался стабильным, в 2016 году произошло резкое увеличение, в результате чего задолженность по налогам и сборам на 1 августа 2016 года составила 776,9 млрд. руб., при этом, задолженность по НДС и акцизам составила большую часть.

Безусловно, текущая задолженность по налогам и сборам не позволяет установить баланс в экономике. Исходя из этого, можно сделать вывод, что вместо увеличения налоговой нагрузки на физических лиц, в том числе на индивидуальных предпринимателей, с целью увеличения налоговых поступлений в бюджет, необходимо совершенствовать налоговое администрирование.

Рассмотрим наиболее оптимальные и эффективные способы совершенствования налогового администрирования.

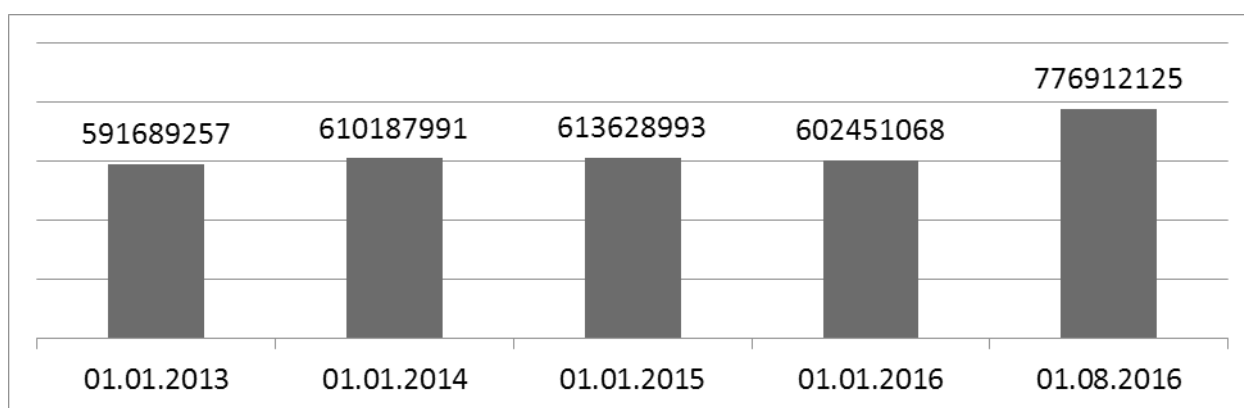


Рис. 1. Задолженность по налогам и сборам в федеральный бюджет, тыс. руб.

Во-первых, необходимо ускорить процесс внедрения автоматизированной информационной системы «АИС-Налог 3», что позволит значительно усовершенствовать деятельность работников налоговых органов, в особенности при администрировании и проведении камеральных проверок и увеличить вероятность обнаружения нарушения законодательства о налогах и сборах. Создание новой автоматизированной информационной системы (АИС «Налог-3») предоставляет ряд возможностей налоговым органам и позволяет выйти на более высокий уровень налогового администрирования в целом.

Одним из главных принципов работы данной системы является использование единой по всей России базы данных — Федерального хранилища данных, что позволяет, с одной стороны, исключить обмен значительными объемами информации на местном, региональном и федеральном уровнях, с другой стороны, создать единую точку входа для приема информации от внешних источников [1]. Указанные особенности системы в совокупности являются основой для формирования актуальной целостной информации, используемой в деятельности налоговых органов.

С целью обеспечения хранения и обработки информации со всей страны создана система федеральных центров обработки данных (ЦОД). В систему ЦОДов входят ЦОД в наукограде Дубна (Московская область) и резервные центры — в городе Городец (Нижегородская область) и поселке Ерзовка (Волгоградская область). Система центров обработки данных позволит создать территориально разнесенную, устойчивую систему информационно-коммуникационного обеспечения деятельности Министерства финансов РФ, ФНС РФ, Федерального казначейства [1]. Данная система в настоящее время применяется в Межрегиональной инспекции Федеральной налоговой службы по камеральному контролю. Межрегиональная инспекция является территориальным органом Федеральной налоговой службы, осуществляющим функции по контролю и надзору за соблюдением законодательства о налогах и сборах на основе автоматизированной обработки сведений об операциях, содержащихся в налоговых декларациях по налогу на добавленную стоимость [2].

Результаты внедрения данной системы можно наблюдать начиная с конца 2013 года (Рис. 2) [3]. За указанный период были достигнуты существенные результаты в области налогового контроля.

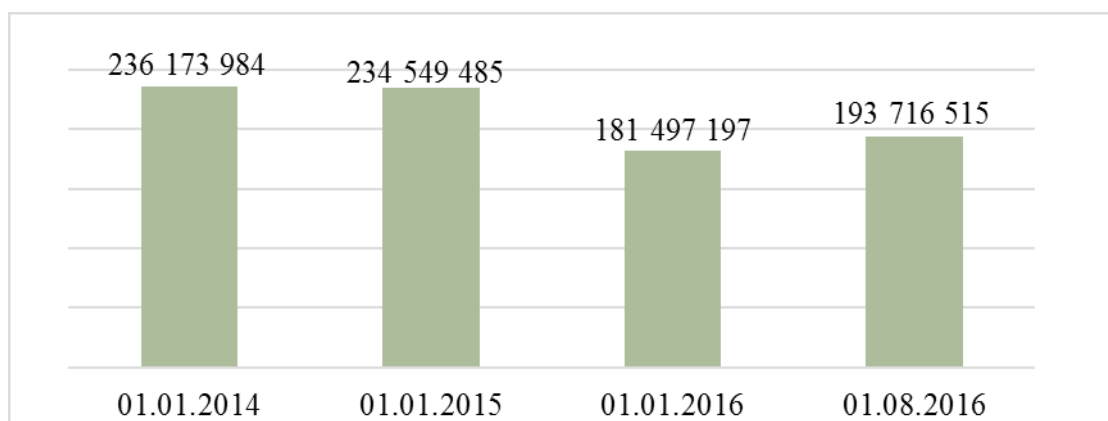


Рис. 2. Задолженность до начисленная по результатам камеральных и выездных проверок, тыс. руб.

Во-вторых, следует рассмотреть предложение о необходимости правильного регулирования параметров модели налогообложения.

Рассмотрим сжатый вариант данной модели. Пусть фирма получила высокий доход. У фирмы имеется два варианта: задекларировать полученный доход, либо задекларировать более низкий доход, с целью оптимизации уплаты налогов.

В результате, складывается следующая модель:

$$I_d = \begin{cases} I_h, & \text{если } pF > \Delta T = T_h - T_l \text{ и } I = I_h \\ I_l, & \text{иначе} \end{cases}, \text{ где}$$

- I_h — высокий доход фирмы,
- pF — ожидаемый штраф (F — размер штрафа, p — вероятность проверки),
- I_l — низкий доход фирмы,

T_h/T_l — высокий/низкий размер налога.

Исходя из модели, можно определить, что фирма, имеющая высокий доход, не будет его скрывать, если ожидаемый штраф pF будет больше «налоговой выгоды» (ΔT) от данного сокрытия. Справедливо и обратное.

В результате, чем выше ожидаемый штраф pF , тем дисциплинированнее налогоплательщик. Следовательно, государству необходимо регулировать параметры данной модели (к примеру, увеличивать штрафы за занижение налоговой базы, привлекать к уголовной ответственности), чтобы у налогоплательщиков отсутствовала выгода от сокрытия своих доходов, что в свою очередь позволит не только увеличить налоговые доходы в бюджет, но и обеспечить эффективность государственного контроля.

Таким образом, механизм налогообложения играет важную роль в решении проблемы дефицита федераль-

ного бюджета, что обосновывает необходимость совершенствования налогового администрирования в рамках государственного контроля в условиях финансового кризиса. Наиболее эффективными способами совершенствования налогового администрирования являются повсеместное внедрение автоматизированной информационной

системы «АИС-Налог 3» и государственное регулирование параметров модели налогообложения. Реализация данных способов позволит повысить эффективность государственного контроля, что в свою очередь приведет к формированию предпосылок для преодоления последствий финансового кризиса.

Литература:

1. Басова, Н. В., Татаренко А. М. Соотношение налоговых и неналоговых поступлений в РФ в условиях дефицита федерального бюджета // Молодой ученый. — 2016. — № 27 (131). — с. 348–351.
2. Басова, Н. В. Перспективное финансовое планирование на современном этапе // Аудит и финансовый анализ. — 2008. — № 3. — с. 017–020.
3. Воробьева, Л. В., Димитров И. Л. Налог на недвижимость и проблемы, связанные с его введением в России // Современная налоговая система: состояние и перспективы (национальный и международный опыт) Сборник материалов международной научно-практической конференции. / 2011. — с. 351–353.
4. Рябова, И. С., Басова Н. В. Бюджетное финансирование отраслей социальной сферы в Российской Федерации // Аудит и финансовый анализ. — 2008. — № 3. — с. 256–259.
5. Шелепов, В. Г. «Совершенствование налогового администрирования» // Налоги и сборы. — 2015. — № 11
6. Сайт ФНС РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.nalog.ru>
7. Федеральная служба государственной статистики «Консолидированный бюджет РФ» [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/finance/#

Проблемы реализации полномочий муниципального образования в сфере жилищно-коммунального хозяйства (на примере муниципального образования г. Екатеринбург)

Хаймин Дмитрий Павлович, магистрант

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (г. Екатеринбург)

ЖКХ — сфера уникальная, естественно, развитие, успех реформирования данной отрасли зависит от государственной политики, однако только грамотное, дальновидное и ответственное муниципальное управление способно сдвинуть с кризисных точек комплексы каждого, отдельно взятого муниципального образования и затем только страны в целом.

В современных условиях жилищно-коммунальная деятельность является организующим началом в жизни города, основой, на которой держится и развивается город как среда обитания человека. Общепольный характер систем коммунального обслуживания подтверждается их статусом постоянно действующих установок, готовых к удовлетворению потребностей населения и города в соответствующих услугах. Система ЖКХ представлена жилыми, общественными зданиями, эксплуатационными, ремонтно-строительными, транспортными, энергетическими и другими предприятиями, составляющими сложную социально-экономическую систему, от результативности, функционирования которой зависит развитие городских объектов и состояние среды обитания жителей города.

Деятельность муниципального образования г. Екатеринбурга сопряжена со следующими проблемами:

Многообразие и относительная автономность предприятий и организаций, относящихся к этой сфере. Особенно данная проблема раскрылась при увеличении доли частного сектора в совокупности предприятий и организаций, занимающихся ЖКХ. Частный сегмент, увеличение единиц обеспечения благ, в теории способствуют повышению качества оказываемых услуг, как положительное следствие здоровой конкурентной среды. Однако в реальности коммерческий сектор не отвечает зачастую необходимым требованиям и установленным нормативам: тарифы на коммунальные услуги завышаются, новое жилье оказывается малодоступным из-за высокой цены, а жилье эконом класса застройщики не возводят. Хотя это могло бы уменьшить очередь нуждающихся в жилых помещениях на условиях социального найма, нуждающихся в улучшении жилищных условий и переселении из ветхого жилья. На этой почве процветают мошеннические сделки с землей, продажа некачественных и незаконных квартир. Рынок жилья в Екатеринбурге дисбалансирован: притом, что предложение все время увеличивается, оно не

отвечает спросу большинства, а загоняет спрос в определенные рамки [1, с. 20].

Разумным, на наш взгляд, было бы развести показатели ветхого и аварийного жилья, так как проблема аварийного жилья должна быть логически первоочередной. Люди не должны жить в постоянном страхе за свою жизнь.

Существуют следующие проблемы: большой объем, устаревших, изношенных коммуникаций, недостаток финансирования, с одной стороны, и растущие задолженности населения по оплате услуг, с другой. Гражданское законодательство не устанавливает эффективных внесудебных способов взыскания задолженности с граждан, а тарифная политика, вследствие низкой осведомленности населения, вызывает возмущения и дисциплинарные провалы по части оплаты даже у относительно социально благополучных жильцов. Задолженность населения по оплате услуг на 31.12.16г составляет примерно 337,9 млн. руб., что на 10% больше, чем в 2015 г. Действуют комиссии по работе с гражданами-должниками. Управляющими многоквартирными домами организациями ведется активная претензионно-исковая работа. Только за 3 квартал 2016 года подано 625 заявлений на выдачу судебных приказов и 4419 исковых заявлений, принято по ним положительных решений на сумму 206,7 млн рублей. В течение года взыскана задолженность в сумме 61,4 млн рублей (это около 5% от просроченной задолженности за услуги ЖКХ) [4, с. 125].

На рост объема предоставленных субсидий на коммунальные услуги повлияло увеличение количества обратившихся граждан в результате: проведения службами коммунального хозяйства разъяснительной и агитационной работы с населением, изменения областного стандарта максимальной доли расходов граждан на оплату жилого помещения и коммунальных услуг в совокупном доходе семьи для одиноко проживающих граждан и семей, имеющих среднедушевой доход ниже прожиточного минимума, установленного в Свердловской области.

Следующей проблемой является, что возросла доля обращений согласно данным официального сайта Управления государственной жилищной инспекции г. Екатеринбурга в 2,5 раза (рассматриваемый период — 9 месяцев 2016 г.), в основном по поводу низкого качества жилищного фонда, возросла доля обращений, касающихся порядка начисления платы за жилищно-коммунальные услуги.

В первом полугодии 2016 года жилые помещения по договорам социального найма были предоставлены 59 семьям граждан, состоящих на учете в качестве нуждающихся в жилье (за аналогичный период прошлого года — 70 семьям). В первом полугодии 2016 года жилыми помещениями обеспечены 39 семей ветеранов Великой Отечественной войны. Жилые помещения были предоставлены в домах по адресам: ул. Рябинина, 21; ул. Кишиневской, 33; ул. Кунарской, 36; ул. Е. Савкова, 11, 15; Ракетной, 20, построенных за счет средств федерального и областного бюджетов.

Если говорить о перспективах развития ЖКХ вообще (а это необходимо, выше мы уже упоминали о системном подходе), то необходимо, на наш взгляд, во-первых, «навести порядок» в МУП сфер ЖКХ, наладить техническую работу, направить усилия на техническую модернизацию коммуникаций, создать реальную, «живую» обратную связь с получателями ЖК услуг. Затем только можно говорить о повышении надежности данной сферы, а соответственно и улучшении инвестиционного климата, в том числе и для крупных компаний. Хотя можно выявить положительную тенденцию: доля убыточных предприятий ЖКХ уменьшилась в 2016 г., относительно 2015 г., на 8, 6% [6, с. 34].

Из вышесказанного можно сделать вывод, что возросла активность населения, возможно, это связано с повышением информированности жителей, с увеличением численности населения, в меньшей степени, а также с тем, что все больше увеличивается доля негосударственных управляющих компаний и застройщиков, контроль над деятельностью которых не всегда оказывается эффективным. ТСЖ и кооперативы, как альтернативный способ управления домами, еще не является таковым в полной мере, на мой взгляд. Причин много: как ни странно, низкая заинтересованность среди жителей в делах управления. Люди не доверяют управляющим компаниям, но собственное управление удается организовать не всегда, из-за отсутствия компетенции, пассивной жизненной позиции и других субъективных факторов, которые всегда имеют место быть при «массовом» управлении.

Несмотря на продолжительные попытки реформирования ЖКХ в России, остается множество серьезнейших, фундаментальных проблем и на уровне муниципалитета, и на общегосударственном уровне.

Положительной тенденцией является увеличение количества субсидированных на приобретение жилья семей. Система субсидий способствует решению проблем жилья для молодых семей, для семей, нуждающихся в улучшении жилищных условий в значительно меньшие сроки и более эффективно. Такая схема стимулирует людей на аккумулирование собственных средств для улучшения жилищных условий, но при этом имеет социальный характер. Мы считаем, что необходимо развивать дальше это направление. Сейчас субсидирование плохо развито в части доступности, людям приходится проводить «бюрократическую войну» с местными властями за выдачу таких субсидий.

Хотим отметить реализацию различных программ и проектов, именно сфокусированное воздействие, направленное в будущее, позволило получить какие-то положительные результаты. Осталось лишь согласовать все эти проекты и расширить, захватить все направления ЖКХ. Итак, в 2015 году разворачивался стратегический проект «Развитие водонисточников, водоподготовительных и водоочистных сооружений» и инвестиционная программа «Развитие систем водоснабжения и водоотведения Екатеринбургского муниципального унитарного предприятия

водопроводно-канализационного хозяйства (МУП «Водоканал») на 2007—2020 годы», инвестиционная программа «Развитие системы теплоснабжения ЕМУП «Тепловые сети» на период с 2009 по 2013 годы», а также стратегический проект «Внедрение и развитие Единой дежурно-диспетчерской системы управления жилищно-коммунальным хозяйством города Екатеринбурга» [3, с. 205].

Литература:

1. Чистик, О. Статистическое исследование условий жизни жителей российской Федерации // Вестник Самарского государственного экономического университета 2014, № 10. С. 73—75
2. Государственно-частное партнерство: теория и практика. М.: Высшая школа экономики, 2016. 215 с.
3. Инвестиционная программа «Развитие систем водоснабжения и водоотведения Екатеринбургского муниципального унитарного предприятия водопроводно-канализационного хозяйства (МУП «Водоканал») на 2006—2015 годы. — «Вестник Екатеринбургской городской Думы» 2016, № 114. С. 14
4. Генеральный план развития городского округа — муниципального образования «город Екатеринбург» на период до 2025 года. // <http://ekb4.info/text2/reshenie221.htm>
5. Постановление Правительства Свердловской области от 29.10.2013 N 1330-ПП «Об утверждении государственной программы Свердловской области Развитие жилищно-коммунального хозяйства и повышение энергетической эффективности в Свердловской области до 2020 года» // <http://ekb4.info/zakonodatelstvo5/postanovlenie350.htm>
6. «Вестник Екатеринбургской городской Думы» 2016, № 114. с. 14

Развитие ИКТ и их влияние на экономику

Хахимджанова Дилдора Камилевна, ассистент
Ташкентский университет информационных технологий (Узбекистан)

Под информационно-коммуникационными технологиями (ИКТ) понимается системно организованная для решения задач управления совокупность методов и средств реализации операций сбора, регистрации, передачи, накопления, поиска, обработки и защиты информации на базе применения развитого программного обеспечения, используемых средств вычислительной техники и связи, а также способов, с помощью которых информация предлагается пользователям. Отрасль ИКТ состоит из нескольких сегментов, среди которых выделяют телекоммуникации, производство программного обеспечения, аппаратных средств и ИТ-услуг. Последние три сегмента принято объединять в ИТ-рынок. ИКТ сегодня — это неотъемлемая инфраструктура мировой глобальной экономики, не только обеспечивающая наиболее эффективное функционирование мировых рынков, но и выполняющая роль локомотива в развитии мировой экономики. Степень внедрения и использования ИКТ в различных областях жизни общества становится решающим фактором поступательного экономического и социального развития государств. Сейчас информационная революция идет по пути глобальной интеграции всех вычислительных машин во всемирную сеть. Сегодня Интернет вступил во вторую фазу своего развития, превращаясь из неудобоваримого

В городе действуют программы долгосрочного социально-экономического развития и финансового планирования, внедрены механизмы корректировки и мониторинга стратегии развития города с широким участием местного сообщества, но до сих пор отсутствует четкая инвестиционная стратегия.

нагромождения информации в реальный деловой инструмент [1]. Электронные транзакции теперь могут осуществляться между виртуальными представительствами организаций по всему миру, электронные денежные потоки могут безопасно проходить между международными банковскими счетами, а сделки совершаться по электронной почте.

Из приведенных видов транзакций доминируют первые три.

Business-to-business (B2B) — это самый распространенный тип электронной коммерции, позволяющий осуществлять деловые отношения хозяйствующих субъектов посредством электронных сетей практически в любой сфере деятельности — рекламной, кадровой, финансовой, продажи товаров или услуг, маркетинговых исследований, технической поддержки и других.

А новые возможности для малого бизнеса — это новые методы конкуренции на рынке, повышения своей конкурентоспособности, а значит и эффективного распределения ресурсов. Есть еще такое понятие как информатизация.

Информатизация — это глобальный социальный процесс производства и повсеместного использования информации как общественного ресурса, обеспечивающий

Таблица 1. Виды электронного бизнеса

E-business	современные средства взаимодействия агентов бизнеса между собой, продавца с покупателем, банка с вкладчиком, поставщика со сборщиком и т. д. Это проведение всех бизнес процессов, как внутренних, так и внешних, с помощью электронных средств.
Виды E-business	
B2B (Business-to-business)	транзакция компании с компанией
B2C (Business-to-consumer)	компания с потребителем
C2C (Consumer-to-consumer)	потребителя с потребителем
C2B (Consumer-to-business)	потребителя с компанией
G2B (Government-to-business)	правительственного органа с компаниями
G2C (Government-to-business)	правительственного органа с потребителями

интенсификацию экономики, демократизацию и интеллектуализацию общества. В Узбекистане приняли закон «О дополнительных мерах по совершенствованию системы управления сетями телекоммуникаций Республики Узбекистан». И здесь были рассмотрены разные вопросы, связанные с интеграцией, то есть [2] Установить, что Республиканский центр управления сетями телекоммуникаций:

— осуществляет координацию работ по эффективному функционированию и рациональному использованию сетей и ресурсов операторов, входящих в Систему управления сетями телекоммуникаций Республики Узбекистан, обеспечению в случае необходимости их централизованного использования в интересах безопасности страны, в чрезвычайных ситуациях;

— выполняет функции национального центра управления сетями телекоммуникаций Узбекистана при взаимодействии с центрами управления сетями телекоммуникаций зарубежных стран. Можно выделить следующие ключевые направления влияния развития информационно-коммуникационных технологий на экономический рост и социальное развитие общества:

1. Высокие темпы роста сектора ИКТ. Данный фактор является основополагающим и обуславливает возникновение всех остальных.

2. Воздействие ИКТ на эффективность рынков и внутрифирменное управление.

3. Повышение качества и рост доступности образования.

4. Воздействие ИКТ на социальные институты, обеспечивающие повышение эффективности государственного управления и ускоренное развитие организаций гражданского общества. Развитием Интернета и программ «электронного правительства» расширяются возможности участия населения в формировании гражданского общества, поскольку улучшается доступ к различного рода информации, становится более прозрачной работа государственных служб, сокращается число бюрократических барьеров. Формирование национальной системы информатизации, внедрение и использование во всех сферах экономики и жизни общества современных информаци-

онных технологий, средств компьютерной техники и телекоммуникаций, наиболее полное удовлетворение растущих информационных потребностей граждан, создание благоприятных условий для вхождения в мировое информационное сообщество и расширение доступа к мировым информационным ресурсам являются одними из приоритетных задач развития сферы информационно-коммуникационных технологий Узбекистана. Несмотря на то, что поступательное развитие ИКТ становится важнейшим фактором экономического и социального развития современного общества, оно вызывает и ряд социальных проблем, которые со временем проявляются все отчетливее и требуют своего решения. [3] Осознание общественностью в целом и научным сообществом в частности глобальной роли информации в развитии личности и общества приводит к тому, что в научной системе выделяется новое направление исследования ИКТ.

Принято выделять два основных теоретико-методологических подхода к проблеме информатизации общества:

1) Технократический подход сводит общественную информатизацию к технико-технологическому оснащению трудовой деятельности людей в сфере управления и производства.

2) Второе направление в понимании сущности информатизации общества — социологическое. Они обеспечивают развитие и широкоформатное получение, обмен и применение информации в обществе с целью дальнейшего развития и совершенствования общества и его членов.

На сегодняшний день все большее значение для общества получает информатизация образования. В связи с этим в Узбекистане проводится много мероприятий такие как «Расширение технических возможностей доступа к Национальной информационно-поисковой системы зарубежных пользователей» [4]. А также в Узбекистане не только в государственном уровне, но и на мировом арене тоже есть возможности участвовать на разных мероприятиях в сфере ИКТ.

Все более глубокое проникновение ИКТ во все сферы жизни общества обуславливает повышение роли правового регулирования отношений в области использования

инфо-коммуникаций в целях реализации и защиты прав и свобод личности, интересов общества и государства, а также обеспечения информационной безопасности.

Отмеченные обстоятельства стимулировали разработку и создание автоматизированных средств создания, обработки и передачи информации. Усилились и научные исследования по осмыслению роли и значения информации на перспективы развития общества. И в Узбекистане с высокими темпами развивается информационные технологии, а также интернет услуги. Во многих странах проводится активная и целенаправленная техническая политика развития ключевых технологий информационного общества, создание на их основе широкого спектра приложений, систем услуг в различных сферах жизни человека, промышленности и общества. Эта политика, определяющая экономическое и социальное положение, перспективы страны или региона, их позиции в мировой и национальной экономике получила название информатизация. В эпоху глобализации и интенсивного развития ИКТ необходима выработка стратегии устойчивого развития всего человечества и отдельных стран.

Расширение применения сети «Интернет». С момента создания персонального компьютера ничто так не потрясло компьютерный мир, как широкое распространение сети Интернет и службы WorldWideWeb (всемирной паутины). Новые технологии принесли в однообразный мир текста звук, видео и мультимедиа. История развития Интернет в Узбекистане была тесно связана на всех этапах его развития с развитием самого государства, в ней отражены все определяющие события, наложившие отпечаток на современный государственный уклад и жизнь граждан. 1999 год. Выходит Постановление № 52 Кабинета Министров Республики Узбекистан. Согласно этому Постановлению доступ к международным сетям передачи данных, включая Интернет, осуществляется только через предприятие по развитию и эксплуатации сети передачи данных «UzPAK» при получении лицензии на наличие большого количества промышленно функционирующих баз данных, содержащих информацию практически по всем видам деятельности общества. Созданы технологии, обеспечивающие интерактивный доступ массового пользователя к этим информационным ресурсам.

Новые эффективные средства коммуникации позволяют обеспечить гибкую организацию предприятий, делая их более конкурентоспособными. Широкое применение находят такие формы трудовых отношений как работа на дому, по совместительству и подряд. Государство в информационном обществе приобретает новые черты. Опыт развитых стран, вступивших в информационную цивилизацию и достигших больших успехов в экономике и качестве жизни, показывает, что правовое демократическое государство должно строиться по принципу пяти колец. Этот принцип гласит: «Государство может иметь процветающую экономику и прогресс в социально-культурном плане лишь при взаимодействии пяти независимых властей: законодательной, исполнительной, судебной, власти

информации и власти интеллекта». Причем последние две власти должны пронизывать все остальные. Здесь власть информации означает свободу печати, гласность, обилие общедоступных банков данных. Информационные технологии в сфере экономики — это комплекс методов переработки разрозненных исходных данных в достоверную, оперативную информацию для принятия решений с помощью аппаратных и программных средств с целью достижения оптимальных рыночных параметров объекта управления. Последние десятилетия XX века характеризовались для развитых стран переходом к новой модели экономического развития от тяжелого экономического роста («hardgrowth») к более гибкому росту («smartgrowth») на базе ИКТ, электронной техники, ресурсосберегающей технологии и новых систем управления. В новой экономике возрастает роль информационного капитала, включающего в себя технологическую, научно-техническую, социально-экономическую и духовную информацию, используемую для получения дохода. Основу информационного капитала составляют информационные технологии. Информационный фактор модифицирует рыночный механизм экономики: изменяются методы конкуренции, формируются локальные, региональные, национальные и международные рынки информационных и телекоммуникационных товаров и услуг, функционирующие на новых принципах. Телекоммуникационная инфраструктура превращается в условие, определяющее уровень конкурентоспособности продукции и услуг промышленности. Все это, в конечном счете, приводит к снижению затрат, росту производительности фирмы как на уровне фирмы, так и на уровне отдельных сегментов и экономики в целом. Происходит конвергенция «новой» и «старой» экономик. Традиционные компаниями все более активно используют электронные системы связи и управления, внедряют информационные системы, основанные на Software-технологиях. Следует выявлять и классифицировать отличия в последствиях воздействия на экономику индустриальных и информационно-коммуникационных технологий. Стандарты и платформы ИКТ включают в себя расширение применения ИКТ во всем мире стимулирует разработку стандартов и платформ, в том числе Международной организацией по стандартизации (ИСО), разработчиками стандарта Control objectives for Information and Related Technology (COBIT), Библиотекой инфраструктуры информационных технологий (IT Infrastructure Library), международной организацией Data Management International (DAMA), консорциум Organization For the Advancement of Structured Information Standards (OASIS), консорциум World Wide Web Consortium (W3C), группой Object Management Group, участниками проекта Dublin Core Metadata Initiative и группой Capability Maturity Model integrated (СММ/СММІ). Эти стандарты и платформы являются универсальными и охватывают широчайший спектр видов деятельности, и поэтому они применимы во всех областях бизнеса. Эти международные стандарты и платформы обеспечивают

комплексные и строгие подходы к преодолению сложностей в применении ИКТ.

Таким образом, можно сделать вывод, что развитие и применение в жизни современного общества информационных технологий выявляет необходимость проанализировать сущность и значение информационно-коммуникационных технологий, выявить его содержательные характеристики и структуру. Информатизация общества представляется в виде совокупности взаимосвязанных технических, социальных, экономических, политических и духовно-культурных факторов. Они обеспечивают

развитие и широкоформатное получение, обмен и применение информации в обществе с целью дальнейшего развития и совершенствования общества и его членов. Известно, что в последнее десятилетие информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) ускоренно формируются и развиваются как отдельный значимый сегмент экономики. Анализ показывает, что, несмотря на имеющиеся работы в области разработки моделей по оценке и прогнозированию различных сторон применения ИКТ, системный подход к изучению данной проблемы отсутствует.

Литература:

1. <http://www.spc.gov.Uz>, Типовые законы ЮНСИТРАЛ «Об электронных подписях» 2001 г., «Об электронной коммерции» 1996 г., «О международных кредитовых переводах» 1992 г., Правовое руководство ЮНСИТРАЛ по электронному переводу средств 1987 г.
2. Собрание законодательства Республики Узбекистан, 2007 г., № 7–8, ст. 63; 2013 г., № 45, ст. 584
3. Законы Республики Узбекистан «Об электронном документообороте» от 01.01.2001 г., «Об электронной коммерции» от 01.01.2001 г., «Об электронно-цифровой подписи» от 01.01.2001 г., «Об информатизации» от 01.01.2001 г., «О почтовой связи» от 01.01.2001 г., «О телекоммуникациях» от 01.01.2001 г.
4. Законы Республики Узбекистан «Об электронном документообороте» от 29.04.2004 г., «Об электронной коммерции» от 29.04.2004 г., «Об электронно-цифровой подписи» от 11.12.2003 г., «Об информатизации» от 11.12.2003 г., «О почтовой связи» от 31.08.2000 г.

Применение дисперсионного анализа для анализа эффективности элементов рекламной компании

Хоршикян Геворк Вагушович, студент

Научный руководитель: Быканова Ольга Алексеевна, кандидат физико-математических наук, доцент
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

Исследования М. Вонке в области разработки рекламной компании крупных брендов показали зависимость доверия потребителей тому, кто предоставляет причины такого доверия. Был рассмотрен вопрос о количестве причин, которые реклама должна содержать для обеспечения эффективности.

Ключевые слова: дисперсионный анализ, эффективность рекламы, факторы, гипотеза

Эффективность производства зависит от большого количества факторов, среди которых можно отметить инвестиционную привлекательность, эффективность управления, условия налогового обложения, ценовую политику и многое другое. Одним из факторов также является маркетинговая составляющая. Данная работа будет посвящена разбору и рассмотрению исследования М. Вонке, в котором центральной темой была рекламная компания такого широко известного бренда, как «BMW». Специфичность разрабатываемой рекламной кампании состояла в необходимости соревноваться с другим крупным автомобильным брендом, представляющим модели в схожей ценовой категории: Mercedes.

Ключевым моментом рекламы, противопоставляющей «BMW» и «Mercedes», являлось предложение всем зрителям самим назвать причины для того, чтобы предпочесть BMW. Такой рекламный ход был выбран в результате масштабного обзора литературы, посвященной социальной психологии. Вкратце и упрощенно, принцип работы такой рекламы сводится к человеческой склонности больше доверять тому, для чего им предоставляют причины, пусть даже абсурдные: по этому принципу построены знаменитые слоганы Pedigree: «Потому что я люблю собак» и L»Oreal: «Because We»ge Worth It.» Дополнительный эффект достигается при помощи того, что в рекламе не даются причины прямо, а предлагается назвать их самому: вне зависимости от реального отношения к бренду человек неосознанно начинает их искать и, в конце концов, находит, повышая лояльность к нему.

Вопрос, рассматриваемый исследователями, состоял в определении числа причин, которые реклама предлагала бы назвать: много (десять) или всего одну. Значимость такого, казалось бы, незначительного момента становится ясной, когда речь идет об очень крупных брендах. Эта проблема встает перед многими крупными брендами и сейчас, спустя десятки лет: маркетинг вышел на новый уровень, и привычные методы работы с целевой аудиторией уже не дают такого же эффекта, как раньше. Активный ребрендинг, проводимый многими компаниями в последние годы, подтверждает этот тезис. Для настоящих гигантов рынка, которых в каждой отрасли индустрии не так уж и много, ключевым моментом является превосходство именно над основными конкурентами, поэтому рекламные технологии, направленные на это, сейчас крайне востребованы.

В одной из групп респондентам предлагалось назвать десять причин предпочесть BMW, в другой — одну. В двух других группах просили назвать десять или одну причину не выбирать BMW. Чтобы контролировать фактор первого предъявления, половину каждой группы просили оценить сначала BMW, а другую половину — сначала Mercedes. Предварительные исследования показали, что оба бренда оцениваются положительно, с небольшим превосходством BMW, а любая формулировка рекламы является достаточно приятной и не раздражающей для данной выборки без каких-либо значимых различий между ними. Всего в исследовании приняло участие 160 респондентов мужского пола с достатком выше среднего (целевая аудитория брендов).

В данном исследовании представлено два фактора — оценка бренда и указанное в рекламе количество причин. У первого фактора — два уровня (за и против BMW), у второго — тоже два (одна причина и десять причин). Так как фактора два, в данном исследовании был применен метод двухфакторного дисперсионного анализа при наличии трех нулевых гипотез: H_{0A} , H_{0B} , H_{0AB} . Данные нулевые гипотезы говорят об отсутствии влияния на зависимую переменную предрасположенности к бренду (первый фактор), количества причин (второй фактор) и их совместного влияния. Нулевой гипотезе противопоставляют альтернативную (или конкурирующую) гипотезу H_1 , представляющую собой логическое отрицание H_0 . Принятие решения о справедливости для генеральной совокупности той или иной гипотезы будет принято после применения того или иного статистического критерия к данной выборке, в данном случае — F-критерия Фишера.

В данном исследовании применяется не только многофакторный дисперсионный анализ, но и однофакторный. Для него гипотеза H_0 будет сформулирована следующим образом:

— Между средними значениями зависимой переменной (оценка бренда) групп с разными уровнями фактора не будет значимой разницы.

Гипотеза H_1 будет звучать так:

— Средние значения зависимой переменной на разных уровнях фактора различаются

Однофакторная модель включает в себя только одну межгрупповую сумму квадратов, тогда как в двухфакторном дисперсионном анализе в модель включены суммы квадратов для каждого фактора и взаимодействия между ними. Таким образом, межгрупповая сумма квадратов может быть представлена как

$$SS_{total} = SS_A + SS_B + SS_{AB} + SS_{WG}$$

Так же раскладываются на компоненты и степени свободы:

$$df_{total} = df_A + df_B + df_{AB} + df_{WG}$$

Аналогично однофакторному дисперсионному анализу, рассчитывается и внутригрупповая, и межгрупповая изменчивости:

$$SS_{total} = SS_{wg} + SS_{bg}; \quad SS_{total} = \sum_{i=1}^{n_j} (x_i - M)^2$$

$$SS_{bg} = \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^l n(M_{ij} - M)^2; \quad SS_{wg} = SS_{total} - SS_{bg}$$

В данных формулах k — количество уровней фактора А, l — количество уровней фактора В, M_{ij} — среднее значение для ячейки ij .

Расчет сумм квадратов для двух факторов происходит по следующим формулам:

$$SS_A = ln \sum_{i=1}^k \left[\frac{1}{l} \sum_{j=1}^l M_{ij} - M \right]^2 = 3n[(M_{A1} - M)^2 + (M_{A2} - M)^2],$$

$$SS_B = kn \sum_{i=1}^l \left[\frac{1}{k} \sum_{j=1}^k M_{ij} - M \right]^2 = 2n[(M_{B1} - M)^2 + (M_{B2} - M)^2 + (M_{B3} - M)^2]$$

Сумма квадратов для взаимодействия факторов — результат вычитания из общей межгрупповой суммы квадратов сумм квадратов факторов А и В.

$$SS_{AB} = SS_{bg} - SS_A - SS_B$$

При делении сумм квадратов на числа степеней свободы мы получим средние квадраты:

$$MS_A = \frac{SS_A}{df_A}; \quad MS_B = \frac{SS_B}{df_B}; \quad MS_{AB} = \frac{SS_{AB}}{df_{AB}}; \quad MS_{wg} = \frac{SS_{wg}}{df_{wg}}$$

Расчет самого критерия для проверки статистических гипотез для каждого фактора производится при помощи следующих F-отношений:

$$F_{df_A, df_{wg}} = \frac{MS_A}{MS_{wg}}; \quad F_{df_B, df_{wg}} = \frac{MS_B}{MS_{wg}}; \quad F_{df_{AB}, df_{wg}} = \frac{MS_{AB}}{MS_{wg}};$$

Совокупное влияние факторов тоже имеет свою статистическую значимость, рассчитывают по этой формуле:

$$F_{bg} = \frac{MS_{bg}}{MS_{wg}}$$

Уровень значимости каждого F-отношения устанавливается при помощи сравнения результатов с табличными значениями, соответствующими выбранной критической области: правосторонней, левосторонней или двусторонней.

В данном исследовании дисперсионный анализ был проведен несколько раз по всем данным с разных групп (что, строго говоря, статистически не очень верно без поправок), были получены значимые результаты, позволившие принять гипотезу H1 по всем выделенным ими факторам. Это привело к выводу о соответствии данных их первоначальной гипотезе: когда человеку нужно назвать всего одну причину выбрать BMW, это убеждает его в превосходстве бренда куда эффективней, чем 10 причин, причем эффект сохраняется при любом предубеждении респондента.

Для подтверждения полученных, в этом масштабном исследовании, данных, мы провели свое исследование, в котором поучаствовало 9 человек, идентичное предыдущему. Мы сформировали три группы: группа с рекламой о 10 причинах, группа с рекламой об одной и группа с рекламой без упоминания причин выбрать один из брендов. В качестве исследуемых брендов мы взяли Burger King и McDonald’s, активно конкурирующие в РФ.

Гипотезы сформулированы следующим образом:

H0 — Между средними значениями зависимой переменной (оценка бренда) групп с разными уровнями фактора не будет значимой разницы.

H1 — Средние значения зависимой переменной на разных уровнях фактора различаются.

Данные представлены в таблице ниже. Первая строка — номер группы, к которой принадлежит испытуемый, вторая — его оценка бренда. 0 — группа без упоминания причин, 1 — группа с 10 причинами, 2 — группа с 1 причиной.

0	0	0	1	1	1	2	2	2
4	2	3	5	6	4	7	6	8

По этим данным мы вычисляем общее среднее и среднее для каждой группы, внутригрупповые суммы квадратов, наблюдаемое значение F=12, которое превысило табличное значение функции Фишера (6,03). Таким образом, мы принимаем гипотезу H1: в оценке брендов большую роль сыграло наличие в рекламе апелляции к причинам выбора бренда, а наибольший эффект проявился при побуждении к выбору всего одной причины.

На основе проведенной работы, можно выделить следующие рекомендации для PR-менеджеров Burger King и McDonald’s: в рекламе эффективнее отражать одну причину для выбора услуги или товара, нежели несколько.

Литература:

1. Ахмадеев, Р.Г., Быканова О.А., Агапова А.А. Налоговое регулирование инвестиционных процессов в экономике // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2016. Т. 5. № 3 (16). с. 38—41.
2. Ахмадеев, Р.Г., Быканова О.А., Косов М.Е. Налоговые поступления в бюджет: перспективы роста // Успехи современной науки и образования. 2016. Т. 4. № 12. с. 42—44.
3. Быканова, О.А., Филиппова Н.В. О подходе интеграции обучения математики и экономическим дисциплинам по летним школьным программам // Инновации и инвестиции. 2015. № 5. с. 159—162.

4. Горина, Г.А., Ахмадеев Р.Г. Горизонтальный налоговый мониторинг — международный опыт // Финансы и кредит. 2014. № 38 (614). с. 26–31.
5. Косов, М.Е. Проблемы развития системы налогового контроля и пути их решения/Авторское исследование // Вестник Российского государственного торгово-экономического Университета (РГТЭУ). 2010. № 11. с. 47–53.
6. Косов, М.Е. Налоговый контроль в системе государственного финансового контроля, его особенности // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета (РГТЭУ). 2010. № 1. с. 64–69.
7. Косов, М.Е. Значение резидентства физических лиц для исчисления налогов с получаемых доходов // Вопросы экономических наук. 2008. № 2. с. 123–126.
8. Косов, М.Е., Ахмадеев Р.Г. Введение прогрессивной шкалы по НДФЛ: палитра мнений // Вестник Московского университета МВД России. 2015. № 1. с. 205–212.
9. Косов, М.Е., Киреева А.В. Анализ формирования системы налогового контроля как искусственной организационно-управленческой системы // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета (РГТЭУ). 2011. № 3.
10. Косов, М.Е., Киреева А.В. Ресурсная концепция налогообложения и налогового контроля // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета (РГТЭУ). 2011. № 1. с. 59–68
11. Мотовилова, М.А., Агапова А.А. Административная и налоговая ответственность за правонарушения в бухгалтерском учете // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2012. № 9. с. 60–67.
12. Павлова, Л.П., Блошенко Т.А., Понкратов В.В., Юмаев М.М. Теория и практика формирования и администрирования налоговой базы в отраслях минерально-сырьевого комплекса. — М.: Финансовый университет, 2014. — 200 с.
13. Понкратов, В.В. Налоговые инструменты изъятия природной ренты при добыче нефти и газа // Экономика. Налоги. Право. 2014. № 3. с. 28–32.
14. Понкратов, В.В. Базовые критерии дифференциации ставки НДС по природному газу // Финансы. 2006. № 2962. с. 36–38.
15. Филиппова, Н.В., Быканова О.А. Представительские лекции о финансовой грамотности как часть профориентационной работы // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2016. № 38. с. 146–151.
16. Akhmadeev, R. G., Bykanova O. A., Knyazeva A. V. World sovereign funds: management efficiency // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2016. № 61. с. 7–12.
17. Akhmadeev, R. G., Bykanova O. A., Tretyakova D. A. The ways to overcome the negative phenomena in the Russian economy // Ekonomické trendy. 2016. № 3. с. 44–51.
18. Wanke, M., G. Bohner and A. Jurkowitsch «There are many reasons to drive a BMW: does imagined ease of argument generation influence attitudes?» // Journal of Consumer Research, 24. 1997. P. 170–77.

Реализация жилищных программ в Республике Коми (на примере Министерства экономики Республики Коми)

Челпанова Ирина Михайловна, магистрант

Коми республиканская академия государственной службы и управления (г. Сыктывкар)

Жилищная проблема всегда была отнесена к одной из социальных проблем общества. Потребность и обеспеченность жилой площадью является одной из ключевых характеристик качества жизни населения. В данной статье рассматривается реализация жилищных программ в целях улучшения жилищных условий.

Ключевые слова: жилищные программы, государственная поддержка

Жилищная проблема всегда была отнесена к одной из социальных проблем общества. Потребность и обеспеченность жилой площадью является одной из ключевых характеристик качества жизни населения.

Отсутствие денег у большинства населения, недоверие населения к кредитным организациям, страх населения потерять работу и лишиться возможности возврата кредитных средств, суровые климатические условия — это лишь некоторый ряд факторов, которые подтверждают

актуальность проблем при решении жилищного вопроса в Республике Коми. Кроме этого, следует указать, что сегодня достаточно сложно спрогнозировать реализацию жилищной политики в связи с экономической нестабильностью.

В настоящее время мы наблюдаем, что сделки с недвижимостью в основном, осуществляются с привлечением ипотечных кредитов финансовых учреждений. Однако, выплаты по ипотечным кредитам сводят цель жизни гражд-

данина исключительно к оплате приобретенного жилья. Конечно, сделать жильё дешевым невозможно. Но есть рыночные механизмы регулирования, которые способны приблизить цену на жилье к финансовым возможностям населения.

Жилищные программы, направленные на обеспечение населения жильём, на улучшение жилищных условий, являются главным организационно-финансовым механизмом реализации жилищной политики в Республике Коми. Именно посредством участия в различных жилищных программах население получило возможность улучшить свои жилищные условия.

В Министерстве экономики Республики Коми реализуется ряд жилищных программ. Мы рассмотрим лишь некоторые из них.

1. Постановление Правительства РК от 02.02.2015 № 35 «О Порядке предоставления молодым семьям социальных выплат на строительство или приобретение жилья в виде первоначального взноса при получении жилищного кредита» [1] (далее — Порядок). Вид государственной поддержки в виде предоставления молодым семьям социальных выплат на строительство или приобретение жилья на территории Республики Коми в виде первоначального взноса при получении жилищного кредита решает одну из самых главных проблем при оформлении ипотеки. Любой гражданин, сталкивается с проблемой поиска денежных средств на первоначальный взнос. В 2015 году свои жилищные условия улучшила 41 семья.

2. Постановление Правительства РК от 15.11.2011 № 511 «О порядке предоставления работникам организаций, финансируемых за счет средств республиканского бюджета Республики Коми или местных бюджетов, социальных выплат на строительство или приобретение жилья в виде первоначального взноса при получении жилищного кредита» [1]. Размер предоставляемой гражданину выплаты составляет 20% от цены, указанной в договоре на приобретение жилья. Следует отметить, что постановление решает не только жилищную проблему работников бюджетной сферы, но и развитие малоэтажного жилищного строительства.

3. Постановление Правительства РК от 19.10.2011 № 469 «О мерах по реализации мероприятий, связанных с предоставлением права приобретения жилья на льготных условиях отдельным категориям граждан в рамках реализации подпрограммы «Создание условий для обеспечения доступным и комфортным жильем населения Республики Коми» Государственной программы Республики «Развитие строительства и жилищно-коммунального комплекса, энергосбережение и повышение энергоэффективности» [1]. Государственная поддержка заключается в возможности приобретения жилого помещения у Оператора подпрограммы под 8, 25% годовых. Право на данный вид государственной поддержки имеют работники организаций, финансируемых за счет средств республиканского бюджета РК или местных бюджетов. С 2011 года по начало 2017 года улучшили жилищные условия 307 бюджетников [2].

4. Постановление Правительства РК от 28.04.2012 № 182 «О порядке предоставления из республиканского бюджета Республики Коми социальных выплат в виде компенсации части затрат, связанных с получением кредита на строительство или приобретение жилья» [1]. Не секрет, что оформление кредита сопряжено дополнительными тратами на страховку приобретаемого жилого помещения, его оценку и так далее. Данный вид поддержки компенсирует часть затрат, связанных с получением кредита на строительство или приобретение жилья на территории Республики Коми (но не более 10 тысяч рублей).

5. Постановление Правительства РК от 15.11.2011 № 510 «О порядке предоставления семьям (одиноким родителям) при рождении (усыновлении) с 1 января 2010 года второго ребенка и последующих детей социальных выплат на строительство или приобретение жилья в виде компенсации на погашение части жилищного кредита» [1]. Выплата, направленная на погашение кредита, по рождению, к примеру, второго ребенка, рожденного после 1 января 2010 года, семьи, проживающей в городе Сыктывкаре, на февраль 2016 года составляет 372402 рубля.

6. Постановлениями Правительства РК от от 5 февраля 2014 г. № 49 [1] утверждались Порядки предоставления социальных выплат в виде компенсации на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам или целевым займам на строительство или приобретение жилья, полученным гражданами по кредитным договорам или договорам целевого займа (далее — социальные выплаты), (далее — Порядки, Постановления). Постановлениями было предусмотрено, что действия Порядков распространяются на весь срок действия кредитных договоров, договоров целевого займа, заключенных гражданами с кредитными организациями, организациями, которые в силу закона и учредительных документов наделены правом на заключение с гражданами договоров целевого займа, отвечающих требованиям, предъявляемым законодательством Российской Федерации к договорам ипотечного жилищного кредитования, на предоставление кредитов, целевых займов на строительство или приобретение жилья в период с 1 января (в 2003 году — с 4 августа) по 31 декабря соответствующего года. Порядок и условия предоставления каждого вида государственной поддержки прописан в вышеуказанных постановлениях.

Оптимальная стратегия государства на рынке жилья состоит в создании благоприятных условий для социально незащищенных слоев населения при улучшении жилищных условий. Исходя из этих соображений, выплаты предоставляются в случае, если среднемесячный доход гражданина, претендующего на получение выплаты, либо совокупный среднемесячный доход гражданина и иных лиц, чей доход учитывался при определении размера кредита и которые в кредитном договоре зафиксированы в качестве созаемщиков, составляет не более 45 тысяч рублей.

Как правило, граждане имеют право на улучшение жилищных условий с привлечением государственной поддержки один раз в жизни.

Уникальность программ, реализуемых в Министерстве экономики Республики Коми, состоит в том, что граждане вправе участвовать одновременно в двух, а то и в трех программах, при условии соответствия всем требованиям программ.

Население, понимая, что бремя оплаты кредита значительно снижается, активнее принимает решение об улучшении жилищных условий с привлечением кредитных средств. Жилье действительно становится доступным.

Литература:

1. СПС «Консультант Плюс». Дата обращения: 14.02.2017.
2. Официальный сайт Министерства экономики Республики Коми <http://econom.rkomi.ru/>

Исходя из проведенного анализа, несмотря на дефицит бюджета, считаем необходимым продолжить практику одновременного предоставления нескольких видов государственной поддержки при взятии жилищного кредита для улучшения жилищных условий, что поможет повысить доступность жилья для незащищенных слоев населения и стимулировать приобретение гражданами жилого помещения по доступным ценам.

Особенности формирования экономики промышленных предприятий

Чельдиева Залина Казбековна, кандидат экономических наук, доцент;
Толпарова Агунда Алановна, магистрант
Северо-Кавказский горно-металлургический институт (г. Владикавказ)

В статье раскрыто понятие предпринимательства, рассмотрены некоторые способы роста эффективности промышленных предприятий, представлены факторы их устойчивого экономического развития.

Ключевые слова: предпринимательство, промышленное предприятие, планирование, мотивация, контроль

Features of formation of economy of industrial enterprises

Cheldieva Zalina Kazbekovna;
Tolparova Agunda Alanovna

In the article the concept of entrepreneurship, considers some ways of growth of efficiency of industrial enterprises, presents the factors of their sustainable economic development.

Keywords: enterprise, industrial enterprise, planning, motivation, control

Становление и развитие рыночных отношений в Российской Федерации, расширение внешнеэкономических связей, формирование конкурентной среды выдвинули на первый план проблемы совершенствования экономических механизмов и, прежде всего, в первичном звене национальной экономики — на предприятии. Особенность постановки и решения данной проблемы в настоящее время состоит в том, что и руководители, и специалисты, и рядовые работники должны, с одной стороны, хорошо знать и понимать цели, задачи, способы взаимодействия элементов такой большой и сложной социально-экономической системы как предприятие, а с другой — посылно (каждый на своем рабочем месте) принимать участие в повышении эффективности производства.

В России в настоящее время действует Закон РФ «О предприятиях и предпринимательской деятельности» (1992 г.), который определяет предпринимательство

(предпринимательскую деятельность) как инициативную деятельность граждан и их объединений, направленную на получение прибыли или личного дохода, осуществляемую от своего имени, на свой риск и под имущественную ответственность. Отсюда большинство современных исследователей и практиков выдвигают в качестве конечной цели предпринимательства получение прибыли, что тождественно сущности и целевой функции бизнеса. Однако существует и другое мнение. Предпринимательство рассматривается не просто как бизнес (или не как всякий бизнес). Это процесс непрерывного поиска изменений путем производства и распределения новых товаров. И, наконец, предпринимательство — это особый стиль хозяйствования, которому присущи принципы новаторства, постоянной инициативы, ориентации на нововведения в процессы производства, распределения и потребления товаров, в то время как бизнес — это простая воспроиз-

водственная деятельность, т. е. организация и регулярное осуществление одного и того же производства, сбыта и распределения или другой деятельности в рамках апробированных технологий, норм и правил для удовлетворения сложившихся ранее потребностей.

Одним из условий дальнейшего роста эффективности промышленного предприятия является изучение действующих рынков. Процесс исследования рынка длительный и требует больших затрат, так как предполагает широкий перечень направлений анализа. Из всего многообразия направлений к основным можно отнести:

- исследование конкурентоспособности товара, представленного на рынке, и оценку его потенциальных возможностей удовлетворять конкретные потребности покупателей;

- исследование действующей сегментации по группам потенциальных покупателей;

- изучение возможностей конкурентов и оценку степени вероятности появления новых;

- установление причин изменения в реализации;

- оценку возможностей повышения доли определенного товара в общей величине предложения данного товара;

- определение перечня интересов покупателей с учетом их платежеспособности;

- оценку уровня квалификации продавцов у конкурента.

Необходимость этой процедуры объясняется тем, что она позволяет накопить ту информацию о сложившемся экономическом положении на рынке, которая позволит более объективно отрабатывать стратегию товарной политики.

Все эти направления исследования рынка тесно переплетаются с характеристиками рынка: потенциал рынка, спрос, предложение, рыночное проникновение, сегментация, позиционирование и т. п.

Управление производственной деятельностью по характеру воздействия на процесс производства предусматривает целый ряд функций, к которым относятся: нормирование, планирование, организация, координация, мотивация и контроль.

Среди всей совокупности функций управления ведущее место занимает планирование, так как оно призвано жестко регламентировать поведение объекта в процессе реализации поставленных перед ним целей.

Планирование в современных условиях направлено на определение конкретных задач каждому отдельному предприятию и его подразделениям на различные плановые периоды и разработку экономически оправданных производственных программ. Строгая увязка этих программ по всем подразделениям предприятия и цехам, согласованность с имеющимися в наличии материальными, финансовыми и трудовыми ресурсами является основной функцией планирования.

С позиций управления производством планирование предусматривает установление целей и задач хозяйствен-

но-финансовой деятельности предприятия, а также способов их достижения на основе формирования плановых заданий (мероприятий, действий), которые должны быть выполнены в заранее установленные сроки. При этом имеется в виду, что предприятие — это многоуровневая система, в которой объект управления вышестоящей системы превращается в субъект управления нижестоящей. Например, при цеховой структуре управления предприятием начальник участка (мастер) подчиняется непосредственно не директору завода, а начальнику цеха. Последний, из объекта управления директора предприятия, превращается в субъект управления для начальника участка (мастера). Начальник участка (мастер) из объекта управления начальника цеха сам становится субъектом управления для рабочих своего участка.

Неотъемлемой частью содержания плановой работы при определении экономических возможностей предприятия является использование определенных принципов планирования.

При свободных рыночных отношениях выделяют шесть основных принципов планирования. К числу их относят принципы системности, самостоятельности участия, непрерывности, гибкости, эффективности. В противоположность этому в условиях централизованного планирования народного хозяйства советского периода выделяли принципы самокупаемости, самофинансирования, самоуправления и экономической ответственности.

Для решения проблем формирования теоретико-методологических основ управления устойчивым экономическим развитием промышленного предприятия предложена расширенная многоуровневая классификация факторов, при этом особый акцент сделан на факторы, выделенные в соответствии с такими классификационными признаками, как виды устойчивости, характер и направление воздействия.

Особенностью предлагаемой классификации является то, что по важнейшим классификационным признакам она доведена до уровня, когда факторы устойчивого экономического развития предприятия, обуславливающие его движущие силы и определяющие его основные черты, практически приобретают характер параметров процесса управления устойчивым экономическим развитием предприятия и рассматриваются в качестве параметров активного воздействия на моментную экономическую устойчивость предприятий и на динамическую устойчивость процесса его экономического развития.

Особое место в системе организационно-экономических отношений, возникающих по поводу управления устойчивым экономическим развитием предприятий промышленного комплекса, занимает исследование таких параметров (факторов) устойчивого экономического развития предприятия, как компенсационные, редуцирующие и результирующие.

Компенсационные параметры устойчивого экономического развития промышленного предприятия направлены на возмещение возможных потерь вследствие воз-



Рис. 1

мушающих воздействий среды, нарушающих нормальное функционирование и развитие предприятия. Редуцирующие параметры устойчивого экономического развития предприятия направлены на снижение ожидаемых потерь вследствие возмущающих воздействий, нарушающих нормальное функционирование и развитие предприятия.

Результирующие параметры направлены на совершенствование всех подсистем в составе предприятия, они обеспечивают достижение положительного результата процесса его экономического развития, который характеризуется устойчивостью экономического роста и повышением эффективности деятельности предприятия.

Литература:

1. Волков, О.И., Девяткин О.В. Экономика предприятия: учебник для вузов. — М: ИНФРА-М, 2007 г.
2. Киперман, Г., Сурганов Б. Популярный экономический словарь. — М.: Экономика, 1993.
3. Портер, М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007.
4. Ильин, А.И. Планирование на предприятии: учебное пособие для вузов, — Мн.: Новое Знание, 2005 г.
5. Семенов, В.М., Экономика предприятия: учебник для вузов. Изд. Спб., Питер, 2006 г.

Развитие промышленных предприятий в России в настоящее время

Чельдиева Залина Казбековна, кандидат экономических наук, доцент;

Толпарова Агунда Алановна, магистрант

Северо-Кавказский горно-металлургический институт (г. Владикавказ)

В статье рассказано о том, как развивается экономика промышленных предприятий в наши дни, описываются цели предприятия, его основные проблемы.

Ключевые слова: предприятие, промышленность, инвестиции, система управления

Development of industrial enterprises in Russia at present

Cheldieva Zalina Kazbekovna;

Tolparova Agunda Alanovna

The article told about the development of the economy of industrial enterprises in our days, describes the objectives of the enterprise, its main problems.

Keywords: enterprise, industry, investment, control system

Промышленные предприятия и их развитие играют особую роль в экономике России. Различные сферы экономики, такие как хозяйственные, финансовые, социально-культурные не смогут получать полноценное развитие без подъема и нормального функционирования экономики в стране.

Так как целью предприятия является производство продукции или оказание услуг и их реализации, то свое особое место в экономике страны оно может оправдать только, если будет представлять собой экономическое, производственно-технологическое и организационное единство. Невольно напрашивается принципиальный вывод о том, что предприятие отражает некую собирательную функцию. В нем можно выделить несколько взаимосвязанных, но в то же время относительно самостоятельных функциональных подсистем. Ими являются производственная, технологическая, кадровая, материально-техническая, финансовая, а так же подсистемы снабжения и реализации продукции.

Предприятие является социально-производственной системой, и старается находиться в постоянном развитии. А это означает, что оно направлено на достижение определенного ряда целей.

Большое количество целей возникает из-за того, что предприятие является неким средством для достижения целей, которые обусловлены интересами его учредителей и участников производства. Поэтому цели, поставленные предприятием, должны быть направлены на получение прибыли в результате собственной финансово-хозяйственной деятельности, которая смогла бы позволить выплачивать собственные и дополнительные дивиденды, а так же и проценты, гарантировать сохранение и возврат капитала и дать возможность собственникам капитала участвовать в управлении хотя бы с правом контроля, но в идеале с правом принятия оперативных решений.

Работники предприятия предоставляют ему свою производительную силу, навыки, знания, а взамен требуют справедливой и стабильной заработной платы, развития сфер деятельности предприятия, а так же по возможности участия в прибылях. Помимо этого и руководители, и обычные работники хотели бы участвовать в управлении предприятием. Поэтому предприятие должно стремиться всегда быть в состоянии своевременного обеспечения сотрудников заработной платой в соответствии с тарифным соглашением и премией из прибыли, а так же в гарантии рабочих мест и признания индивидуальных успехов каждого работника.

Сбыт продукции и получение выручки от реализации возможны только благодаря потребителям. Поэтому целями предприятия так же должны быть производство товаров и услуг разного рода надлежащего качества по приемлемым ценам, учитывая дифференцированный спрос различных групп покупателей и регионов сбыта.

Государство обеспечивает правовой и законодательный порядок, различными мерами старается стимулировать хозяйственную деятельность, требуя предприятие выплачивать необходимые налоги и отчисления. Поставщики предлагают предприятию сырье, материалы и другие необходимые ресурсы, которое оно должно оплатить по рыночным ценам.

Деятельность предприятия как цельного механизма с его целями, субъектами хозяйствования, а так же связями с заинтересованными в нем лицами, общественными группами регулируется множеством правовых норм (законы, договоры, законодательные нормы и стандарты). Рассматривая предприятие с точки зрения внутренних и внешних связей его можно охарактеризовать как некий центр договоров, приведем некоторые целенаправленные связи предприятия в широком смысле могут базироваться не только на письменных договорах, а и на устных договоренностях.

Носителями идеи предприятия являются инвесторы и персонал, в основном руководящие должности, они рассматриваются как главные заинтересованные лица и субъекты, так как только их взаимодействие, которое регулируется соглашениями и договорами, делает возможным функционирование предприятия. Данная точка зрения о двух главных носителях идеи предприятия возникла после второй мировой войны в связи с изменением системы общественных ценностей.

В настоящее время существует некая пропасть, которая разделяет применяемые сегодня подходы при решении проблемы развития предприятий от понимания того какие подходы реально приведут к повышению эффективности систем управления.

Многие российские руководители занимаются поиском инвестиций или новых заказов, тем самым пытаются увеличить оборотные средства своего предприятия, так как они считают их отсутствие главной причиной всех проблем. Однако на всех этих предприятиях постоянно пересекается деятельность различных подразделений и идет дублирование операций и функций. По некоторым направлениям деятельности вовсе не учитываются расходы (например, в России никто не ведет учет эффективности работы отдела качества или маркетинга). И поэтому при таком разбрасывании ресурсов, имея при этом издержки, которые российские предприятия себе позволяют, никакие оборотные средства не помогут.

Из всех имеющихся на промышленных предприятиях проблем можно выделить следующие:

- ухудшение качества комплектующих и материалов, поступающих от поставщиков;
- недостаточная подготовка руководителей в вопросах менеджмента;
- отсутствие управленческого учета надлежащего качества;
- недостаток оборотных средств;
- нечетко определена ответственность руководителей;
- неравномерное распределение ресурсов;
- устаревшее и изношенное оборудование;
- длительная разработка новой продукции;
- низкие цены на продукты, изготовленные в России;
- зачастую нет слаженной командной работы;
- недостаточная проинформированность сотрудников о деятельности предприятия, на котором они работают;
- частая смена поставщиков.

Одна проблема влечет за собой другую. Так например в управлении качеством говорить нужно уже не о системе качества, а о системе управления предприятием. Практически любые управленческие проблемы касаются вопросов управления качеством.

Однако основной проблемой предприятия, как считают руководители, является отсутствие необходимой поддержки отечественного производителя со стороны государства. Предприятия не в силах изменить эту ситуацию, так как решение такой задачи находится не на их уровне. Управляя людьми и управляя деньгами, современные ру-

ководители не получают ожидаемого результата. И не получают до тех пор, пока не признают, что управлять нужно процессами и проектами, без которых немислимы эффективные системы управления во всем мире, они порождены рыночными отношениями и равноправной конкурентной борьбой. Не во всех отраслях промышленности в России существуют рыночные отношения, и не все российские промышленные предприятия поставлены в условия равной конкуренции. Такое неравенство дает следующие результаты:

— предприятия, получающие спонсорство вместо реальной помощи, абсолютно не заинтересованы в развитии своей системы управления и не делают практически ничего для развития предприятия;

— все остальные предприятия находятся в очень жестких рыночных условиях и имеют стимул для развития своих систем управления.

Внедрение эффективных систем управления при отсутствии конкуренции является невыполнимой задачей для любого предприятия в мире. Из-за этого заметно отстают в своем развитии от систем управления аналогичных промышленных предприятий других российских городов некоторые московские предприятия, которым власти помогают не закрывать убыточные предприятия. Региональные власти даже если и хотят поддержать местное неэффективное предприятие, то не в состоянии это сделать из-за нехватки средств, что приводит к тому, что они начинают более интенсивно осваивать современные методы управления в провинции.

Проблемы российских предприятий никогда не будут решены, если система управления будет нацелена на устранение следствий, а не истинных причин.

Как показывает практика в начале деятельности по улучшению неэффективных систем управления можно достичь хороших результатов, которые помогут быстро найти ресурсы для продолжения более затратных вложений в улучшение систем управления. При столь высоких затратах и издержках на российских предприятиях простой контроль некоторых управленческих операций может дать превосходный эффект. Для этого нужно начать с контроля системы управления, в начале получить стартовые ресурсы для более детальной перестройки системы управления, а так же планировать по всем запущенным управленческим проблемам одновременные улучшения.

Выполняя эти установки, у российских предприятий есть некоторое преимущество, так как они могут обратить внимание на ошибки, допущенные зарубежными предприятиями в ходе улучшения системы управления. Для выполнения всех мероприятий и для правильного учета мирового опыта промышленных предприятий необходимы высококвалифицированные консультанты в вопросах управления. Консультационные фирмы в России есть, но к сожалению они занимаются устранением не причины, а следствия. Зарубежные консультационные формы тоже не помогут, потому что невозможно в одночасье перестроиться и применять методы и подходы иного уровня.

В ближайшее время количество рабочих на промышленных предприятиях уменьшится из-за ухода на пенсию имевшейся части работников и отсутствия притока новых рабочих, мы можем потерять некоторые отрасли промышленности.

Российское общество потерпит очень серьезные изменения, если мы ничего не изменим и продолжим решать проблемы с помощью неверных подходов. Мы будем долго расплачиваться за неправильные решения, которые совершаются сегодня.

Литература:

1. А. И. Архипов, А. К. Большаков. Экономика / А. И. Архипов. — М.: ТК Велби, Издательство Проспект, 2006 г.
2. Воронин, Ю. М., Селезнев А. З., Чередниченко Л. Г. Россия: экономический рост. — М.: Издательский дом «Финансовый контроль», 2004 г.
3. А. Г. Зельднер, И. Ю. Ваславская, В. К. Южелевский. Государство и экономика: Факторы роста — М.: Наука, 2003 г.
4. Национальная экономика России: потенциалы, комплексы, экономическая безопасность: Учебник / Под ред. Лисова В. И. — М.: экономика, 2007 г.
5. Б. М. Маклярский. Экономика России. Учебное пособие / Б. М. Маклярский. — М.: Международные отношения, 2001 г.
6. Экономическая теория (политическая экономия): Учебник / Под ред. В. И. Видяпина, Г. П. Журавлевой. М.: ИНФРА-М, 2005 г.
7. Экономическая теория: макроэкономика / Под общ. ред. заслуженного деятеля науки РФ Журавлёвой Г. П. — М.: Дашков и К^о, 2008 г.

Криминальные риски платежных систем

Чернышева Анастасия Александровна, магистрант
Новосибирский государственный технический университет

Основными характеристиками качества функционирования платежной системы являются критерии своевременности и бесперебойности осуществления платежей, т. е. платежи должны осуществляться в строго установленные сроки, в полном объеме и с соблюдением всех требований и норм. При этом деятельность платежных систем неразрывно связана с риском.

Комитет по платежным и расчетным системам Банка международных расчетов предложил свою классификацию: кредитный риск, риск ликвидности, правовой риск, операционный и системные риски [1, с. 11].

По мнению автора С. В. Криворучко, в общей группе рисков особо следует выделить криминальный риск или риск совершения мошеннических действий с теми или иными платежными инструментами [2].

С развитием информационных технологий одновременно совершенствовались и методы хищения средств со счетов физических и юридических лиц. В целом, можно выделить такие основные направления незаконной деятельности, как: мошеннические действия с пластиковыми картами; прямые атаки на держателей карт; мошеннические действия с использованием Internet-банкинга и электронных денег.

Преступные действия с пластиковыми картами можно разделить на две группы:

1) физические атаки на банкоматы, которые представляют собой либо взлом сейфа на месте, либо хищение самого автомата с целью его дальнейшего вскрытия и хищения денежных средств.

2) интеллектуальные атаки на банкоматы — как правило, преступления совершаются с помощью скимминговых устройств.

Скимминговые устройства могут работать по принципу накопления информации на носителе с последующим ее съемом злоумышленниками, и по принципу прямой передачи сигнала.

Копирование информации осуществляется следующими способами: установка скиммингового устройства на считывающую головку банкомата (ридер) или на антискимминговую накладку банкомата; установка скиммингового устройства на входной двери в помещение с установленным банкоматом, или, внутри банкомата; накладная PIN-клавиатура; камеры (могут незаметно устанавливаться внутри банкомата, вне его, либо работать в инфракрасном спектре).

В настоящее время скимминговые устройства непрерывно совершенствуются, и их разработчики идут по пути миниатюризации — такие устройства помещаются непосредственно в ридер банкомата, где их сложно обнаружить, при этом антискимминговая защита в таком случае

теряет свои защитные свойства: в момент считывания информации с карты антимингговая защита отключается, поскольку в противном случае считывание информации становится невозможным.

Для решения указанной проблемы применяются методы физической защиты, когда, во-первых, щель приема карты имеет защиту в виде опускающейся шторы, защищена пластиковой накладкой, а также является очень узкой и, во-вторых, после приема карты ридер поворачивается под определенным углом и только после этого происходит считывание информации. Основной проблемой является тот факт, что не все производители банкоматов к настоящему моменту ввели подобные стандарты безопасности в производстве, а также установление подобных защитных механизмов приводит к росту стоимости банкомата.

Еще одним направлением дальнейшего развития скимминговых устройств является установление фальшивых банкоматов.

Помимо установления фальшивых банкоматов и скимминговых устройств, в последние периоды отмечаются атаки на программное обеспечение банкомата. Для этих целей преступники заражают операционную систему соответствующей вирусной программой, после чего получают доступ к меню банкомата, ранее доступному разработчикам и специалистам, занимающимся отладкой устройств. После чего из системы копируется вся необходимая для изготовления дубликатов карт информация.

Атаки на банкоматы проводятся не только с целью снятия наличный или хищения данных карт клиентов банков, но также и для внесения в банкомат муляжей. В частности, первый факт подобного мошенничества с терминалом зафиксирован в 2011 г. в г. Екатеринбурге (в банкомат Уральского банка ОАО «Сбербанк России» были внесены не являющиеся платежным средством муляжи купюр на сумму более 1 млн. руб. [3, с. 304].

Преступники также действуют и против держателей карт, не прибегая к высокотехнологичным устройствам. Для этого теми или иными способами похищаются PIN-код, после чего карта похищается и, до обнаружения пропажи карты пострадавшим и блокирования ее, преступники снимают со счета денежные средства [3, с. 304].

Широкое распространение получили мошеннические действия, осуществляемые через средства мобильной связи. Значительное число мошеннических действий в платежных системах совершается с использованием Internet-банкинга, а также электронных платежных сервисов. К числу распространенных видов мошеннических действий в части Internet-банкинга можно отнести загрузку на ком-

пьютер или мобильное устройство держателя карты вредоносного ПО, фишинговые сайты, генераторы, компьютерный шантаж, а также выставление ложных счетов.

За период с 2009 по настоящее время общий объем похищенных со счетов физических и юридических лиц в РФ средств составил 40535,00 млн. руб.

Наибольшее число преступлений связано с рынком пластиковых карт, что обусловлено появлением и совершенствованием технических средств, позволяющих посредством помещенного в банкомат считывающего устройства похищать данные карт, использовавшихся в терминалах с последующим изготовлением дубликата и обналичиванием средств со счетов клиентов банков.

Это вынудило банки совершенствовать системы защиты и в связи с этим в 2014 г. объем похищенных средств значительно снизился. Однако в настоящее время проблема мошеннических действий остается актуальной, что связано с развитием интернет-банкинга, а также таких услуг, как мобильный банк — это позволяет злоумышленникам осуществлять кражи средств со счетов не прибегая к обналичиванию карт в терминалах, поскольку в большинстве случаев для совершения операций с картами достаточно владеть информацией о ее реквизитах (номер, дата и трехзначный код проверки подлинности карты платежной системы). Помимо указанного способа кражи осуществляются также посредством заражения мобильных устройств, а также компьютеров клиентов банков специальными программами, извлекающими данные, позволяющие получить доступ к счетам клиентов.

В 2014 г. из общего объема похищенных средств 1580,00 млн. руб. были похищены со счетов держателей карт, а 1920,00 млн. руб. — путем заражения мобильных устройств.

В настоящее время банки совершенствуют системы защиты клиентов, что позволяет снизить объем хищений: в 2015 г. посредством карт со счетов клиентов было выведено 1560,00 млн. руб., через системы электронных платежей — 293,00 млн. руб. За три квартала 2016 г. потери составили 900,00 млн. руб. — за счет незаконных операций с пластиковыми картами и 140,00 млн. руб. — путем получения незаконного доступа к электронным счетам клиентов.

Таким образом, проблема совершения мошеннических действий с пластиковыми картами остается актуальной в настоящее время, поскольку с совершенствованием средств защиты клиентов одновременно совершенствуются средства совершения преступлений в платежных системах, что, в свою очередь, препятствует развитию платежных систем.

Литература:

1. Core Principles for Systemically Important Payment Systems. CPSS BIS, January, 2001 / Пер.: Ключевые принципы для системно значимых платежных систем. ЦБ РФ // Платежные и расчетные системы. 2010. Вып. 23, с. 11.
2. Криворучко, С.В. Реформирование платежных систем в условиях финансовой интеграции: роль центрального банка [Текст] — М.: Издательская группа «БДЦ-пресс», 2006.

3. Мошенничество в платежной сфере: Бизнес-энциклопедия, с. 304.

Рынок труда и его основные понятия в условиях информационного общества

Шаисламова Муаззамхон Рахимходжаевна, старший преподаватель;

Рахматкариев Даврон Рустам угли, магистрант

Ташкентский университет информационных технологий (Узбекистан)

Глобализация и повсеместная компьютеризация вызывают большой спрос на IT-специалистов, а следовательно, и развитие, повышение их квалификации. С каждым днем возрастает их роль и значимость, в соответствии с этим необходимо контролирование их мобильности и совершенствование профессиональных навыков.

Информационные технологии — это прогресс, который создает наше будущее. Информационный ресурс, как и информация в целом, является движущей силой прогресса. На сегодняшний день в нашей стране уделяется большое внимание информатизации общества. «...Государственная политика в области информатизации направлена на создание национальной информационной системы с учетом современных мировых тенденций развития и совершенствования информационных ресурсов, информационных технологий и информационных систем» [1].

Кроме того, «...в целях формирования национальной системы информатизации, массового внедрения и использования во всех сферах экономики и жизни общества современных информационных технологий, средств компьютерной техники и телекоммуникаций, наиболее полного удовлетворения растущих информационных потребностей граждан, создания благоприятных условий для вхождения в мировое информационное сообщество и расширения доступа к мировым информационным ресурсам» [2] государство осуществляет политику развития квалификационных кадров данной области.

Рынок труда является важнейшей сферой социально-трудовых отношений. В развитой рыночной экономике он представляет собой совокупность трудовых отношений по поводу найма и использования работников в общественном производстве

Рынок труда — совокупность общественных отношений, связанных с наймом и предложением труда, т. е. отношений между реальными и потенциальными продавцами и покупателями труда. Важнейшим элементом рынка труда является спрос на труд, который определяется числом и структурой рабочих мест, объемом жизненных средств, используемых для привлечения рабочей силы. Жесткий ограниченный спрос на труд придает свободе работников особую индивидуальную ответственность за их профессионально-квалификационный уровень и мобильность в быстро меняющихся экономических условиях. Личная инициатива, способности, настойчивость становятся решающими факторами получения интерес-

ного и выгодного рабочего места. Предложение труда отражает численность и состав способных к труду, заинтересованных и нуждающихся в получении работы людей (по полу, возрасту, образованию и другим характеристикам). Предложение труда определяется численностью трудоспособного населения, его здоровьем, активностью, уровнем образования, мобильностью, возможной величиной заработной платы, а также национальными традициями. На рынке труда формируются цены на труд как результат взаимодействия механизмов спроса и предложения, и на этой основе определяется уровень заработной платы.

В зависимости от соотношения между спросом и предложением труда конъюнктура рынка труда может быть различной:

— Труд дефицитной, когда спрос превышает предложение;

— Труд избыточной, когда превышает предложение, и на рынке труда имеется большая численность безработных;

— равновесной, когда спрос соответствует предложению.

В экономике труда рассматривается несколько моделей рынка труда: чисто конкурентный рынок труда, модель монополии, модели с учетом действий профсоюзов и др.

Чисто конкурентный рынок труда характеризуется тем, что имеется, во-первых, большое количество конкурирующих фирм-работодателей, во — вторых, большая численность работников, предлагающих свой труд, и, в-третьих, ни работодатели, ни работники не диктуют ставки оплаты труда.

Монополистический рынок труда характеризуется монополией покупателя. В силу географических или иных факторов и при имеющейся специальности и квалификации работник не может сменить место работы, а заработную плату диктует предприятие, на котором сосредоточено основная численность работников. Такая ситуация наблюдается чаще всего в малых городах при наличии там крупного предприятия. Участие профсоюзов на рынке труда ведет к увеличению спроса труда и повышению заработной платы, т. к. профсоюзы объединяют работников и защищают их интересы. Рынок труда находится в непрерывном движении. Рынок труда, адекватно реагирующий на изменение цен, спроса и предложения труда, обычно называют гибким.

Различают количественную и функциональную гибкость рынка труда.

Количественная гибкость рынка труда — это способность при расхождении спроса и предложения осуществлять подстройку рынка за счет изменения заработной платы или количества используемого труда. Затруднять подстройку могут факторы, ограничивающие гибкость рынка труда: жесткость заработной платы, ограничения в мобильности рабочей силы, жесткость режимов рабочего времени.

Функциональная гибкость предусматривает использование гибких режимов труда и занятости, изменение системы оплаты труда, повышение гибкости в вопросах найма и увольнения. Воздействие на рынок труда оказывают: государство, которое разрабатывает специальные меры, направленные на согласование предложения рабочей силы и спроса на нее, союзы работодателей и лиц наемного труда, а также характер экономического роста.

Различают первичный и вторичный рынки труда, различающиеся приоритетностью сферы деятельности, надежностью занятости и уровнем материальной обеспеченности.

Первичный рынок труда характеризуют стабильная занятость и надежность положения работника; высокий уровень заработной платы; возможность для профессионального роста и продвижения по служебной лестнице; использование прогрессивных технологий, требующих высокой квалификации работников; наличие сильных и эффективных профсоюзов. При этом субъектами первичного рынка труда могут быть работники разной квалификации без которых не может обойтись производство.

Вторичный рынок труда характеризуется чертами прямо противоположными: велика текучесть кадров и нестабильна занятость; низкий уровень заработной платы; практически не существует продвижения по служебной лестнице; технология производства трудоемка и примитивна; отсутствуют или бездействуют профсоюзы.

Национальные рынки труда формируются под воздействием ряда факторов, таких как уровень экономиче-

ского и человеческого развития, традиции и др. Например, в США рынок труда отличается высокими ставками заработной платы, высокой мобильностью экономически активного населения и низкими гарантиями занятости. Традиционный японский рынок труда характеризуется оборот высокими гарантиями занятости, при более низких ставках оплаты и невысокой мобильности населения. Для развития человеческого общества необходимы материальные, инструментальные, энергетические и другие ресурсы, в том числе и информационные. Настоящее время характеризуется небывалым ростом объема информационных потоков. Это относится практически к любой сфере деятельности человека. Наибольший рост объема информации наблюдается в промышленности, торговле, финансово-банковской и образовательной сферах. Например, в промышленности рост объема информации обусловлен увеличением объема производства, усложнением выпускаемой продукции, используемых материалов, технологического оборудования, расширением внешних и внутренних связей экономических объектов в результате концентрации и специализации производства.

Информация представляет собой один из основных, решающих факторов, который определяет развитие технологии и ресурсов в целом. В связи с этим, очень важно понимание не только взаимосвязи развития индустрии информации, компьютеризации, информационных технологий с процессом информатизации, но и определение уровня и степени влияния процесса информатизации на сферу управления и интеллектуальную деятельность человека. Основываясь именно на этой особенности современного общества, многие исследователи и называют его «информационным» или «обществом знания». В Узбекистане формирование информационного сообщества находится пока еще на первичной стадии. «...Государственная политика в области информатизации направлена на создание национальной информационной системы с учетом

Количество операторов, провайдеров (един.)

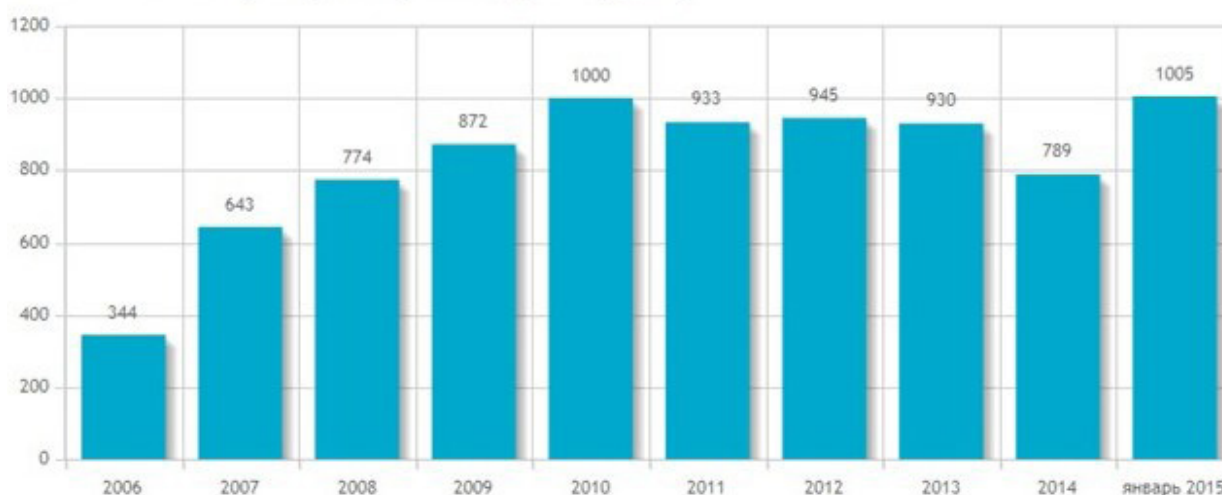


Рис. 1. Динамика развития отрасли связи, информатизации и телекоммуникационных технологий Узбекистана

современных мировых тенденций развития и совершенствования информационных ресурсов, информационных технологий и информационных систем» [3]. Тем не менее, за последние годы также наметился определенный рост сетевых отношений. Расширились круг Интернет-пользователей [4], провайдеров (Рис 1), а также и количество отечественных веб-ресурсов. Так существенно увеличилось число организаций с собственными сайтами.

Литература:

1. Закон РУз «Об информатизации» от 11.12.2003 г. № 560-II.//Собрание законодательства Республики Узбекистан, № 6, 2004, ст. 67.
2. Указ Президента Республики Узбекистан от 30.05.2002 года № УП-3080 «О дальнейшем развитии компьютеризации и внедрении информационно-коммуникационных технологий» (Ведомости Олий Мажлиса Республики Узбекистан, 2002 г., № 4–5, ст. 98; Собрание законодательства Республики Узбекистан, 2006 г., № 28–29, ст. 262)
3. <http://www.podrobno.uz> «Ислам Каримов: Количество Интернет-пользователей в Узбекистане превысило 10,2 млн. человек»
4. По состоянию на начало 2015 г. в стране осуществляли доступ в Интернет более 1000 Интернет-провайдеров.

Учитывая актуальность информационных технологий в современном мире, а также их использование для интеграции нашей страны на мировую арену, необходимо решение вопросов эффективного регулирования их с правовых позиций, что обеспечит определенные гарантии их стабильного развития и защиты интересов их участников.

В соответствии с этим, с каждым днем востребованность в грамотных IT-специалистах возрастает все больше.

Структурно-логическая модель управления персоналом в период экономического кризиса

Шаронова Оксана Викторовна, преподаватель

Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) Оренбургского государственного университета

В настоящей статье рассматриваются социально-экономические процессы, влияющие в период экономического кризиса на систему управления персоналом. Снижение экономических показателей деятельности в промышленности обусловили создание модели антикризисного управления персоналом ее структурно-логической модели.

Ключевые слова: управление персоналом, кризис, профессионально-личностного потенциал, модели антикризисного управления, логико-структурная модель

На данном этапе развития социально-экономических процессов актуализируется проблема разработки антикризисного управления кадрами предприятия, в период экономического кризиса переживаемого Россией.

Под кризисом необходимо понимать поворотный, переломный пункт в экономическом состоянии страны, проявляющийся в спаде производства, нарушении связей между организациями, роста безработицы, что в итоге приводит к снижению уровня жизни и благосостояния населения. Самое важное, в условиях кризиса осознать, что эффективность работы предприятия и его конкурентоспособность определяется тем, насколько цели каждого работающего адекватны целям предприятия. Понять, что система управления предприятием устойчиво работающая в ситуации стабильности, развивающегося рынка, уже не может работать также эффективно в сегодняшних условиях, условиях кризиса. Предприятие старается выжить, применяя все возможные меры и ресурсы.

На сегодняшний день тема управления персоналом представляет собой большой интерес и не редкость в научно-исследовательских работах как зарубежных ученых М. Армстронг «Практика управления человеческими ресурсами», так и отечественных авторов А. С. Большаков, П. Дойль, Н. А. Горелов, Ф. Г. Фредцов, А. И. Турчинова. Большой заслугой ученых является обращение внимания к анализу деятельности служб по управлению персоналом (А. Я. Кибанов, Ю. Е. Мелихов, О. А. Новаковская, Н. И. Шталова, И. Б. Дуракова, И. А. Чеховских, Л. Г. Серова М. О. Смирнова, В. В. Тараненко и др.). Так под современными и научными подходами и технологиями понимается фактор эффективности и конкурентоспособности предприятия, который основан на признании персонала как экономически полезным и социально ценным, ключевым ресурсом; признание экономически целесообразным капиталовложение связанных с привлечением, использованием, и развитием персонала предприятия.

Создание условий для непрерывного обучения и развития персонала; улучшение качества трудовой жизни. На этом основании можно определить важность создания таких ключевых моментов как обновление и обоснование методов воздействия и побуждения работников к производительной и творческой деятельности; инновационности, под которой понимается разработка и внедрение прогрессивных персонал — технологий (моделей) развития работающих на предприятии; совершенствование форм организации труда в период социально-экономического кризиса. В этот период управление кадрами являются самыми сложными и важными в долгосрочной перспективе, так как на принятие кадровых решений и управления людьми уходит значительно больше времени, по утверждению И. Б. Дуракова, чем на выполнение других обязанностей.

Создание модели процесса антикризисного управления, это прежде всего развитие профессионально — личностного потенциала работающих на предприятии, основанной, прежде всего, на дидактической сущности и особенностях этого процесса, имеющих определенную специфику в период экономических и социальных реформ (Ю. А. Токарева, Т. К. Коваленко).

Под моделью необходимо понимать мысленно представленную или материально реализованную систему, которая отображает или воспроизводит объект исследования, способную заместить ее так, что ее изучение даст новую информацию об этом объекте [7].

В основе данной модели антикризисного управления персоналом организации являются процессы развития, совершенствования и применение в практической трудовой деятельности профессионально-личностного потенциала работающих посредством определенных методов, форм, принципов, критериев оценивания, компонентов, функций, образовательных модулей, а также психологических технологий.

В ходе исследования были определены ряд проблем за период 2014—2016 гг. позволяющих выделить наиболее и часто встречающиеся в системе управления персоналом. Снижение производительности труда; текучесть кадров; все более увеличивающийся дефицит квалифицированного персонала; отсутствие четкого, целесообразного распределения функций между работниками, дублирование работ; несоответствие квалификационной структуры персонала потребностям предприятия; снижение (отсутствие) мотивации персонала; без инициативность работников; напряженная эмоциональная атмосфера, связанная с социально-экономической ситуацией и как следствие критическая масса демотивирующих факторов и повышенное число конфликтных ситуаций.

Для разработки модели антикризисного управления персоналом на предприятии необходимо провести диагностику критических явлений, которые можно разделить на стратегические и оперативные уровни. Активность высшего управления организацией оценивается на стратегическом уровне. На основе стратегии формирования и

использования трудовых ресурсов, соответствие ее современным условиям; оценивается организационная структура и ее соответствие целям и задачам предприятия; уровнем компетентности руководителей, характером взаимоотношений администрации и персонала [2; 8].

Эффективность работы с персоналом, отсутствие необходимых элементов системы управления, а также их адекватность целям предприятия, все это изучается на оперативном уровне. Также на данном уровне дается оценка кадровой политики предприятия, принципам отбора, найма, адаптации персонала, стимулирования персонала, оценка, обучение, ротация и организация труда персонала. Планирование карьеры и высвобождение работников [3].

Изучив имеющиеся разработки в данной области антикризисного управления в основе, которой лежит личностная и профессиональная реализация специалиста, можно выделить следующие противоречия между:

— множественные научно-исследовательские работы, касательно вопросов профессиональной деятельности в условиях социально-экономического кризиса, требований к их осуществлению с одной стороны и недостаточной информацией характеризующих идею личностной и профессиональной подготовленности к решению задач определенного уровня сложности.

— необходимостью моделирования процесса антикризисного управления с учетом профессионально-личностной составляющей развития персонала и некоторых представлений о целенаправленных моделях развития персонала в современных условиях.

Определение и поиск путей разрешения данных противоречий определил проблему этого исследования. В основе теоретической разработки модели антикризисного управления персоналом лежит личностный и профессиональный потенциал персонала в рамках его структурной организации, содержательности для успешного осуществления профессиональной деятельности в условиях социально-экономического кризиса [5].

Теоретической основой моделирования антикризисного управления персоналом являются труды в области научного моделирования (О. А. Рябов, В. В. Чавчанидзе, А. И. Уемов, В. В. Налимов и др.).

Моделирование как метод научного познания основан на подобию, при котором исследуется не сам объект, а его аналог, затем полученный при изучении модели результат, экстраполируются на исследуемый объект. Разработанная модель может быть объективно выстроена и реализована только с учетом миссии, цели и стратегий антикризисного управления [7].

Актуализация модели антикризисного управления кадрами предприятия будет полноценной при соблюдении определенных условий, таблица 1.

Проведя анализ уже имеющихся разработок в области моделирования и сопровождения, дает возможность сформировать ряд главных ориентиров для теоретического моделирования при антикризисном управлении:

Таблица 1. Условия для реализации модели антикризисного управления

Системный подход	Обязательное развитие в условиях социально-экономического кризиса компонентов профессионального, личностного потенциала. Профессиональное развитие: мотивационное, исполнительного, контрольно-оценочного. Личностное развитие: когнитивное, эмоциональное, поведенческое.
Процесс антикризисного реагирования	Модель будет эффективной только тогда, когда сам персонал будет осознавать степень ответственности за свои совершаемые действия. Приложит свои старания и усилия для собственного развития и повышению профессионализма.
Фасилитационный подход	Данный подход связан с адекватной психологической тактикой актуализации личностных ресурсов. При данном подходе большое внимание уделяется созданию условий для коллективной и индивидуальной реализации компонентов личностного развития в условиях социально-экономического кризиса.

Таблица 2. Прогрессивные структуры изменения личности

Изменение направленности личности	1. Изменение ценностей, системы потребностей; 2. Расширение круга интересов; 3. Актуализация мотивов достижения; 4. Усиление потребности в самореализации и саморазвитии
Опыт и повышение квалификации	1. Компетентность; 2. Расширение, развитие умений и навыков; 3. Освоение и применение нового алгоритма для решения профессиональных задач.
Развитие сложных частных способностей (аутокомпетентность)	1. Структурное преобразование личности профессионала; 2. Оптимальная личностно-профессиональная самореализация; 3. Совершенствование профессионализма личности сопряжено с интенсивным развитием способностей до уровня одаренности.
Развитие профессионально важных качеств (определяемых спецификой деятельности)	1. Интересы, цели, мотивы; 2. Профессиональные мышление, профессиональное сознание, профессиональные способности.
Развитие личностно-деловых качеств.	1. Гражданские качества; 2. Личное отношение к труду, профессии; 3. Дееспособность специалиста (физическая, умственная); 4. Специальные способности специалиста (личные качества, необходимые для данного вида работ, профессии).
Повышение готовности к профессиональной деятельности в различных, в том числе осложненных ситуациях	Психологическая готовность специалиста к профессиональной деятельности в условиях стресса [1].

— личностная и организационная деятельность, способствующая специалисту самоорганизовываться, развиваться посредством решения сложных задач;

— умение быстро конструировать выходы из сложившихся кризисных ситуаций с применением собственных профессиональных компетенций. Только при наличии у специалиста новых знаний соответствующих требованиям рыночной ситуации, возможно реализация профессионального уровня [8].

Обобщая проведенные исследования, можно утверждать, что система антикризисного реагирования требует от специалиста следующих изменений в личностных и профессиональных качествах, представленных в таблице 2.

Моделирование антикризисного процесса управления персоналом с учетом профессиональных, личностных потенциалов специалиста представляют собой современную трактовку о соотношении личностного и профессионального:

Социально-личностная подготовка:

— рефлексия умений; способность воспринимать и понимать проявление личности; целеустремленность и настойчивость; владение методиками профессиональной коммуникации; умение разрешать конфликты и противоречия; умение убеждать, отстаивать свою точку зрения и др.

Профессиональная подготовка:

— подготовка в области профессиональной деятельности; тренинги профессиональных умений и навыков, стрессоустойчивости, антистрессового реагирования.



Рис. 1. Логико-структурная модель антикризисного управления персоналом в условиях социально-экономического кризиса

Профессионально-личностное развитие:

— высококвалифицированный специалист, способный к постоянному саморазвитию; конкурентоспособная личность; хороший организатор и исполнитель.

Таким образом, личные качества являются основой, фундаментом для профессиональной успешности пер-

сонала. Поведение специалиста, его профессионально-личностные качества, особенности профессиональной деятельности будут зависеть от последовательного достижения достаточного для антистрессового регулирования профессионально-личностного потенциала.

Литература:

1. Акмеология: Учебное пособие / А. Дергач, В. Зазыкин. — СПб.: Питер, 2003. — 256 с.: ил. — (Серия «Учебное пособие»).
2. Базаров, Т. Ю. Управление персоналом: учебник / Т. Ю. Базаров. — 8-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2010. — 224 с.
3. Кибанов, А. Я. Управление персоналом организации: актуальные технологии найма, адаптации и аттестации: учебное пособие / А. Я. Кибанов, И. Б. Дуракова. — 2-е изд., стер. — М.: КНОРУС, 2016. — 360 с.
4. Майкл Армстронг. Практика управления человеческими ресурсами. — М.: Питер, 2012. — 848 с. ISBN 978-5-91180-771-9, 07494 46315
5. Рябов, О. А. Моделирование процессов и систем. Учебное пособие / Красноярск, 2008. — 122 с.
6. Смирнов, М. О., Евменов А. Д., Сазонова Е. В. Управление персоналом организации социальной сферы. Часть 1. Планирование, отбор, найм и повышение квалификации персонала: Учебное пособие. — СПб: Изд. СПб-ГУКиТ, 2011. — 112.
7. Токарева, Ю. А., Коваленко Т. К. Модель антикризисного управления персоналом предприятия в период социально-экономического кризиса // Фундаментальные исследования. — 2015. — № 8-3. — с. 616-619.
8. Управление персоналом организации. Учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. — 3-е изд., доп. и перераб. — М.: ИНФРА-М, 2005. — 638 с. — (Высшее образование). ISBN 5-16-002273-2.

Трансформация модели издания под влиянием цифровых технологий на примере газеты «Приазовские степи»

Шкетова Марина Викторовна, магистрант
Кубанский государственный университет (г. Краснодар)

Развитие средств массовой информации неразрывно связано с преобразованиями в общественных структурах и взаимоотношениях. На современном этапе, когда происходит глобализация экономики, да и остальные сферы стремительно развиваются, а у социума появляется всё больше потребностей в качественном продукте, СМИ также претерпевают трансформацию. В постсоветской России эти процессы не были так заметны, но на данном этапе экономика современной России развивается в нескольких направлениях, как внутри страны, так и в соответствии внешними процессами. На данном этапе СМИ производят такой же товар общего потребления, как и остальные участники рыночных взаимоотношений. Особенно эти тенденции стали заметны на рубеже XX и XXI веков. За 15 лет нового века в стране активными темпами шло развитие экономики государства, что в свою очередь послужило мощным активатором изменений и в структуре СМИ. СМИ и телекоммуникаций является неотъемлемой и значительной частью индустрии сервиса, которая в последние десятилетия XX века стала важнейшей частью национальной экономики в наиболее развитых странах мира [1, с. 25].

Тенденции нынешнего дня таковы, что каждый участник медиаиндустрии производит свой индивидуализированный товар, и каждый потребитель находит свою отдельную продукцию при этом каждого слушателя, зрителя, читателя интересует не только содержание, но и скорость получения информации. Прежде эффективные бизнес-модели утратили свои позиции вследствие усиливающейся фрагментации, дробления массовой аудитории, вокруг которой изначально строилась экономика СМИ. Современное общество, условно называемое потребительским, успешно пользуется всеми инструментами, которое предоставляет активно развивающиеся IT-корпорации. Если в 2004 году интернет-пользователями являлись менее 15% населения России, то уже в конце 2013 этот показатель увеличился почти до 70%. В абсолютных цифрах по данным ФОМ, на осень 2013 года в России насчитывается 66,5 миллиона человек старше 18 лет, которые хотя бы раз в месяц выходят в интернет. Это более 57% всего совершеннолетнего населения страны. Четыре пятых из них, более 53 миллионов человек, пользуются интернетом ежедневно [6].

Безусловно, ведущие медиакорпорации успешно отслеживают все происходящие изменения в структуре информационных потоков и стремятся быть лидерами в создании тенденций. Пришлось меняться и остальным традиционным СМИ. Радио- и телеканалы, газеты — все они сейчас существуют в сети интернет, становясь мак-

симально доступными наибольшему числу потребителей. При этом никто из них не отказывается от традиционных вариантов. Это лишь подтверждает факт, что СМИ — не абсолютно взаимозаменяемые товары, так же как и с точки зрения организации досуга не все способы проведения времени абсолютно идентичны [1, с. 129]. Поскольку в условиях рыночной экономики главное — обеспечить свои потребности, а также получить прибыль, рекламодатели очень взвешенно подходят к вопросу стратегического партнёрства, ставя перед собой приоритеты в выборе источника рекламы. И в данном случае те печатные издания, которые имеют свои интернет-сайты, более выгодны для клиентов: им можно предлагать более широкий спектр услуг, чем конкуренты, не присутствующие в сети интернет. На данный момент в России, как и в других развитых странах, информационное пространство находится в пиковой точке: не происходит резких изменений от одного источника к другому. Это характерно и для интернета: с осени 2012 по осень 2013 года прирост численности пользователей составил менее 9% — это самый низкий показатель за последние десять лет. Тем не менее, в абсолютных цифрах это более 5 миллионов человек. [Данные сервисов Яндекс. Метрика, Яндекс. Новости, Яндекс. Справочник и Яндекс. Каталог за январь/февраль 2014 года.]. Теперь исследователи наблюдают внутрисетевые изменения. Резко выросла суточная аудитория. За последние три года стало на 80% больше интернет-пользователей, которые каждый день заходят в сеть. Такие тенденции не остаются незамеченными и всё больше печатных изданий расширяют свои предложения именно в интернете.

Данная стратегия является приоритетной в общих тенденциях развития медиаиндустрии. А поскольку IT-технологии развиваются с каждым днём, то этот процесс будет продолжаться. В современную жизнь развитых государств прочно вошли различные коммуникационные устройства, позволяющие выйти в интернет с любой точки, без привязки к конкретному операционному устройству. Это неизменно приведет к дальнейшему развитию сетевых изданий, их присутствию в социальных сетях, где борьба за аудиторию будет более острой, а конкуренция по-прежнему высокой. Таким образом, перед многими печатными изданиями встанет вопрос о выживаемости в частности и присутствия на медиарынке вообще, и им придётся искать свои пути для дальнейшего развития и существования [4].

Прежде эффективные бизнес-модели утратили свои позиции вследствие усиливающейся фрагментации, дробления массовой аудитории, вокруг которой изначально

строилась экономика СМИ. Онлайн-медиа комбинируют традиционные для медиаиндустрии источники доходов — рекламу в Интернет-СМИ, продажу цифрового контента аудитории — с новыми, такими как поминутная оплата трафика, доходы от электронной коммерции продажа персональных данных клиентов, активное внедрение подписки на все виды медиаконтента. Трансформация печатного издания в сетевое на сегодняшний день является логичным проявлением тех изменений, которым подвержено само общество в условиях «размывания» территориальных границ и интеграционных процессов.

Для печатных периодических изданий на данный момент есть два варианта пути развития: или «угасание» за счет ежегодного ухудшения показателей, или адаптация к изменяющемуся рынку и применение новых форм, в том числе использование потенциала цифровых медиа. Грядущую эпоху средства массовой информации эксперты характеризуют явлением конвергенции, сближением различных каналов предоставления информации. Все большую роль играют новые технологии, и издателям нужно освоить их. [7]

Как мы отмечали выше, реорганизационные процессы продолжаются и на данный момент. Специалистам трудно предсказать, каким окажется конечный продукт, какая бизнес-модель будет наиболее эффективна. При этом, проводя редакционную политику на получение максимальной прибыли, нельзя забывать, что СМИ стали одним из важнейших институтов общества, организатором и медиатором политических процессов, средством формирования личности, национальной идентификации, сохранения культуры и традиций, инструментов воздействия на сознание граждан.

На территории распространения газеты «Приазовские степи» Ейский район Краснодарского края — существует жесткая конкуренция за «своего читателя». Жители района (а это 150 тысяч человек) имеют возможность приобретать (подписываться) 3 издания, среди которых два еженедельника. В последнее время сильную конкуренцию составляет открытый доступ в Интернет, где можно узнать ответы, о новинках и, конечно же, новости муниципалитета, региона, страны в целом. То есть, выбор перед читательской аудиторией огромен. И чтобы не потерять позиции в этой ситуации, в редакции разработали маркетинговый план (меняется в зависимости от колебаний спрос-предложение), основанный на привлечении новых потенциальных рекламодателей и расширения аудитории. В первую очередь, был рассмотрен информационный рынок ареала распространения газеты. [2, с. 48].

В 2015 году редактору газеты пришлось применять действительно инновационные подходы к вопросу стабилизации экономических показателей и получения прибыли. В прошлом газета являлась государственным инструментом, перед коллективом вообще не стояла цель заработка, главным было — донести до конечного потре-

бителя информацию, в том числе о работе местных и региональных властей. При том, что в прошлом на логистику требовалось гораздо меньше средств и газета сама по себе была прибыльным предприятием, осуществлялось дополнительное финансирование от учредителей, частично — от местных властей. Даже с учётом рыночных отношений, газета и её коллектив, являясь ГУП КК — государственным унитарным предприятием Краснодарского края и входящим в структуру «Периодики Кубани», всегда могли рассчитывать на адекватное взаимопонимание с властями и определённый источник финансирования. Сейчас все поменялось в корне. Став обществом с ограниченной ответственностью, именно редактор, как генеральный директор предприятия, вынужден принимать соответствующие меры и действия для максимального получения прибыли. До 2015 года газета выходила пять раз в неделю. С 2015 г. — три раза.

Так, в четвёртом квартале 2014 года были взяты в разработку несколько проектов, цель которых не только дополнительный заработок, но и формирование позитивного имиджа краевой власти у местных жителей. Условия договора схематично таковы: на страницах газеты в течение 2–3 месяцев должны быть опубликованы 27 газетных полос о работе краевых властей на всех уровнях, областях и сферах жизни общества. За это газета получит более двух миллионов рублей.

Появились и менее глобальные предложения для местных рекламодателей. Например, календарь на следующий год с рекламными модулями. Спецпроект «Новогоднее предложение» (большая часть площадей — рекламные модули, визитки, бонусные карты) поможет продавцам и покупателям найти друг друга в пик предновогодних распродаж, а газете — заработать.

Запущен и успешно работает коммерческий проект для конкретной фирмы, сети магазинов «Экстрамаркет. При его разработке учитывалась стоимость всей полосы (14 тысяч рублей). Договор заключён сроком на один год, периодичность печати — один раз в неделю. Таким образом, это принесёт газете дополнительные 172 тысячи рублей. Разработано и успешно реализуется коммерческое предложение «Медпост», полезно-познавательная страница с доходом 120 тысяч рублей в год. В такой ситуации (рекламодатели снижают бюджеты на рекламу, вырастают затраты на услуги почты, растут цены на типографию) генеральный директор предприятия принимает решение о снижении тиражей, и, соответственно, количества выпускаемых полос в неделю. Данный проект заработает только в следующем году — подписчики уже оплатили ежедневный выпуск газеты до конца 2014 года.

Начиная с 2015 года один из номеров газеты, который выходит по пятницам, на 50% печатается цветном варианте. Это увеличило читательскую аудиторию и помогло стабилизировать основной тираж. Сейчас, как и многие другие издания, районная газета предлагает жителям подписку четвергового номера (толстушки) с программой, а также в полном объеме, т. е. на трехразовый выпуск. Еще

одним пунктом стратегического развития предприятия стало приобретение мини-типографии. Это именно стратегическое решение, поскольку затраты, понесённые на данном этапе деятельности предприятия, окупятся в течение не менее двух лет. Но это капиталовложение стратегически важно для редакции, поскольку продукция типографий востребована и пользуется спросом. В целом, в редакции выработана система продвижения конечного продукта — газеты, которая опиралась на конкретные исследования последних лет, выполненные ведущими научными деятелями. Кроме того, в данный момент разрабатывается четкая и понятная система дополнительного стимулирования коллектива (не только творческих сотрудников, которые традиционно получают гонорары), в том числе — верстальщиков, корректора и др. технических специалистов. Для ООО «Редакция газеты «Приазовские степи» один из перспективных шагов — расширение подписчиков в соцсетях: ВКонтакте, Фейсбук, Одноклассники. Везде созданы аутентичные страницы издания, где выкладываются не только оригиналы статей [8, с. 241]. Это различные фоторепортажи, оперативная информация

о сиюминутных событиях и происшествиях. Также рассматривается вопрос о создании PDF публикаций, архива официальных документов районной, городской, поселковой администраций «Муниципальный вестник». Таким образом можно заинтересовать новых рекламодателей на новые площадки и медиаресурсы. Необходимо отметить, что к концу 2016 года доля доходов от рекламы в интернете составила всего лишь 1 % от общего заработка от рекламы печатного издания. Безусловно, рекламодатели заинтересованы в баннерах на страницах сайта, поступает минимум заказов на рекламу в соцсетях.

Одним из перспективных направлений распространения газеты является электронная подписка. В дальнейшей перспективе считаем необходимым развитие мультимедийных проектов, проведение вебинаров, в онлайн режиме пресс-конференций с представителями власти, бизнеса, силовых структур. В дальнейшем считаем необходимым развивать такие источники доходов СМИ в Интернете, как привлечение трафика на онлайн магазины партнёров посредством интеграции в тексты статей ссылок перехода на них.

Литература:

1. Вартанова, Е. Медиаэкономика зарубежных стран Учеб. пособие М.: Аспект Пресс 2003.
2. Вартанова, Е. Основы медиабизнеса Учеб. пособие М.: Аспект Пресс 2003.
3. Кузнецов, Б. Экономика и организация издательской деятельности Учебник для вузов М.: АСТ Астрель, 2006.
4. Назаров, А. А. Коммуникативные стратегии периодических печатных изданий на региональном информационном рынке: автореф. дисс. канд. филол. наук. — М.: 2005. — 24 с.
5. Состояние и перспективы развития рынка прессы в России URL: <https://adindex.ru/publication/analytics/channels/2016/07/12/135057.phtml> (дата обращения 08.09.2016)
6. Фонд «Общественное мнение» (ФОМ). Октябрь, 2014 URL: <http://fom.ru/SMI-i-internet/11772> (дата обращения 20.01.2017).
7. Хлопунова, О. В. Виртуальные выпуски в Сети: опыт регионов/ Вестник Кубанского государственного университета. Медиакоммуникация. № 1 (2). 2016. с. 30–33.
8. Чернатони, Л. Брендинг. Как создать мощный бренд: учебник: пер. с. англ. Л. Богомоловой. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012 г. — 558 с.

Виртуальная логистика как свойство глобализации бизнеса

Шуленин Игорь Сергеевич, студент
Государственный университет управления (г. Москва)

Статья посвящена изучению виртуальной логистики в свете глобализации бизнеса. Рассмотрено понятие и общие черты глобализации, в также специфические особенности логистики в новых информационных условиях.

Ключевые слова: глобализация, международная, виртуальная логистика, информатизация, информационные технологии

Наряду с развитием глобальной экономики совместно и параллельно высокими, стремительными темпами в мировом пространстве в XX веке развивалась глобальная, международная [1–3], трансграничная [4, 5], национальная [6–8] и региональная [9] логистика с учетом единства транспортно-кинетических, хронометрических процессов преобразования и переноса вещества, энергии, информации и момента импульса [10, 11] в логистических цепях поставок [12, 13] и товаропроводящих сетях [14].

Необходимо отметить, что каждый этап развития человеческого общества вызывает к жизни термины, обозначающие наиболее значимые для него явления. Для XXI века таким знаковым термином стало слово «глобализация». К сфере глобализации приковано пристальное внимание профессиональных специалистов различного профиля, мировоззренческой направленности, идеологических предпочтений и пристрастий. Это явление вызывает неоднозначную реакцию, широкий спектр мнений и оценок: от предчувствия грозных перемен, скрытых угроз, опасностей и вызовов мировому и национальному сообществам до ликования по поводу открывающихся новых горизонтов развития, как общества, так и личности.

К конкретным аспектам глобализации можно отнести хозяйственно-экономические, социокультурные, информационно-коммуникативные, политические, образовательные и т. д. Однако глобализация — это нечто гораздо большее, чем простая совокупность перечисленных аспектов. Это общемировая тенденция, развивающаяся на наших глазах и меняющая облик мира и человека, создающая новые возможности и влекущая за собой столь же возможные риски и трудности [15, с. 24].

Понятие глобализации многолико и многогранно, и дать ему унифицированное определение вряд ли имеет смысл, в силу того, что проявления глобализма не уместятся в каких-либо рамках одного из них. Под глобализацией понимаются и нарастание взаимосвязи современного мира, и взаимозависимость происходящего в разных странах, и унификация уклада, образа жизни людей различных культур, и их объединения с помощью коммуникационных связей, телевидения, компьютера, интернета и

прочее [16, с. 13]. В настоящее время процессы глобализации приобрели всемирный характер.

Известно, что любой глобальный процесс всегда имеет как сторонников, так и противников. Сторонники глобализации видят в ней такие преимущества, как появление и усиление среднего класса в развивающихся странах, рост периферийных экономик, расширение мировых рынков, рост конкуренции, демократизация и формирование мировой культуры. Противники же отмечают такие негативные последствия, как усиление неравенства между нациями, рост экономической деградации, потеря суверенитета и рост национализма [17].

В наибольшей степени глобализация затрагивает те составляющие современного общества, которые всегда обнаруживали тенденцию к интернационализации, к преодолению государственных границ и прочих барьеров. В отличие от логики традиционного способа ведения бизнеса, основными требованиями в современных условиях становятся гибкость и адаптивность субъектов рынка к постоянно эволюционирующим потребностям и интересам потребителей. Неоэкономика предполагает развитие горизонтальных связей субъектов экономических отношений для обмена информацией, готовыми продуктами, согласования принимаемых решений, предоставляя таким субъектам больше равноправия, чем вертикальные иерархические структуры, что согласуется с принципами креативности [18].

Глобализация и всесторонняя интеграция в дни высоких технологий является следствием уплотнения виртуального мира и объединения систем информационного пространства. Соответственно углубление коммуникаций, систем управления и внедрение продвинутых платформ, площадок, среды ведения бизнеса стимулировало возникновение такого понятия, как виртуальная логистика.

На данный момент мир определяет виртуальную логистику, как инструмент ведения e-коммерции или же, иными словами, продажи через Интернет. Если рассмотреть более глубокий вариант объяснения, то виртуальная логистика — «система, в которой все элементы рационально интегрированы и оптимально функционируют в едином информационном пространстве, созданном с помощью современных информационно-телекоммуникаци-

онных технологий и программных продуктов. Такой виртуальный вариант логистической системы в конечном итоге обеспечивает максимально качественное и быстрое выполнение заказа клиента, а значит, появляются дополнительные конкурентные преимущества у всех участников виртуальной логистической системы по сравнению с другими бизнес-системами» [19].

Переориентация мирового рынка от рынка производителя к рынку потребителя приводит к обострению конкуренции между производителями товаров и торговыми компаниями. Для оптимизации бизнес-процессов в рамках деятельности своих компаний, для выживания и дальнейшего развития бизнеса необходимо быстро реагировать на изменения рынка. Организация и управление движением материальных потоков с целью снижения расходов при продвижении товара к потребителю нуждается в определенной реорганизации структуры управления, выделении новых приоритетов для решения стоящих задач. Способы решения, связанные с управлением движением материальных средств с целью эффективного ведения бизнеса, находятся именно в сфере виртуальной логистики.

Один из ярких примеров — деятельность ФГУП «Почта России». Так, благодаря сервису трекинга, пользователь может в любое время узнать, какой путь преодолел ожидаемый им товарный продукт к текущему моменту. При этом сделать это можно как на официальном интернет-ресурсе компании, так и при помощи мобильного приложения. Филиалы предприятия подразделяются на 82 территориальных управления федеральной почтовой связи (УФПС) и 5 специализированных, в число которых входят [20]:

- Главный центр магистральных перевозок почты.
- EMS Почта России.
- Автоматизированные сортировочные центры.
- Центры гибридной почты.
- Russian Post — филиал ФГУП «Почта России» в Берлине.

В состав филиалов входят обособленные структурные подразделения, в том числе почтамты, отделения перевозки почты, магистральные и региональные сортировочные центры. Улучшение показателей работы компании в последние годы достигнуто благодаря обновлению логистических мощностей по всей России. Модернизируются складские терминалы для обработки отправок, увеличивается число сортировочных конвейерных линий, как для писем, так и для более внушительных пересылаемых форм, в частности, посылок массой до 2 кг. Почтовый лог-центр во Внуково, к примеру, увеличил обрабатывающую способность сразу до полутора миллионов отправок ежедневно.

Литература:

1. Воронов, В.И. Международная логистика (Электронный ресурс). Вестник университета (Государственный университет управления). 2014. с. 700.

Техническое переоснащение коснулось также Места международного почтового обмена — на площадках прибавляется число линий для регистрационно-досмотровых операций, устанавливается сортировочное оборудование автоматического действия, а также увеличивается число сотрудников. В результате этих действий мощность комплексов увеличена десятикратно, достигнув 380000 единиц отправок в сутки, а для сортировки пакетов массой более трёх килограмм на ММПО была внедрена автоматизированная линия высокой скорости работы, которая может производить сортировку свыше двухсот тысяч посылок ежедневно.

Ещё одним положительным изменением стало приобретение «Почтой России» собственного авиапарка — двух грузовых самолётов ТУ-204С. Возможности магистральных воздушных судов позволяют перевозить на 3800 км грузы общей массой 30 тонн, это даёт возможность использовать их для переброски отправок в дальневосточные и сибирские регионы, а также государства Азиатско-тихоокеанского региона.

Для контроля за прохождением почтовых потоков по наиболее сложным маршрутам в труднодоступных регионах используется GPS/GSM мониторинг, позволяющий сделать точную оценку и анализ всего пути следования почты, определить точки маршрута, на которых происходят замедления в обработке. Для транспортировки в такие регионы, как правило, используется несколько видов транспорта: наземный, воздушный и водный, и перевозчиками выступают как подразделения Почты России, так и сторонние организации.

Итак, виртуальная логистика в эпоху глобализации — это не просто отслеживание информационного и материального потока через структуру предприятия. Это сложная информационная структура с такими элементами, как отслеживание в реальном времени, симуляция возможных комбинаций логистических ресурсов с помощью информационных и коммуникативных технологий. Виртуальная логистика позволяет управлять логистическим процессом в реальном времени с рациональным распределением ресурсов и возможностей, она успешно и эффективно дополняет виртуальную экономику, бизнес-интернет и электронную коммерцию [21–26]. Это обеспечивает высокую степень технологической исполнительности в цепочке поставок через полную прозрачность системы доступных ресурсов и возможностей в сети независимых организаций.

Данное исследование выполнено в соответствии с учебными и научными планами по дисциплине логистика внешнеэкономических отношений на кафедре логистики Государственного университета управления [].

2. 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.
3. Воронов, В. И., Воронов А. В., Лазарев В. А., Степанов В. Г. Международные аспекты логистики: Учебное пособие. / Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2002. — 168 с.
4. Лазарев, В. А., Воронов В. И. Трансграничная логистика в Таможенном союзе России, Белоруссии и Казахстана [текст]: учебное пособие: Гриф УМО по образованию в области менеджмента для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Менеджмент» — 080200 / Государственный университет управления, Институт управления на транспорте, в индустрии туризма и международного бизнеса ГУУ. — М.: ГУУ. 2013. — 173 с.
5. Лазарев, В. А., Воронов В. И. Трансграничная логистика в евразийском таможенном союзе [текст]: монография: / Государственный университет управления, Институт управления на транспорте, в индустрии туризма и международного бизнеса ГУУ. — М.: ГУУ. 2014. — 158 с.
6. Абдулабекова, Э. М. Развитие логистики в России. Гуманитарные науки: новые технологии образования. Материалы 10-й Региональной научно-практической конференции 19–20 мая 2005 г. Махачкала: ИПЦ ДГУ, 2005.
7. Ермаков, И., Петухов Д. Постановка проблемы развития национальной логистической системы. Логистика. 2014. № 11 (96). с. 56–59.
8. Осипов, В. А. Проблемы развития логистики в России. Молодой ученый. 2016. № 13–1 (117). с. 75–77.
9. Воронов, В. И. Методологические основы формирования и развития региональной логистики: Монография. — Владивосток: Изд-во Дальневосточного Университета, 2003. — 316 с.
10. Лысенко, Л. В., Шаталов В. К., Минаев А. Н., Лысенко А. Л., Горбунов А. К., Коржавый А. П., Кашинский В. И., Воронов В. И., Гульков А. Н., Паничев А. М., Лысенко С. Л. Закон телепортации — единство транспортных и хронометрических (кинетических) процессов переноса вещества, энергии и момента импульса. Депонированная рукопись № 23. 25. 09. 2013 г.
11. Воронов, В. И., Лысенко Л. В., Андреев В. В., Лукьянова Н. А., Горбунов Е. А., Лысенко А. Л. Теоретические основы логистических, финансовых транспортно-кинетических процессов. Вестник университета (Государственный университет управления). 2007. № 7. с. 139–149.
12. 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.
13. 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.
14. Воронов, В. И., Воронов А. В. Международные товаропроводящие сети. Маркетинг. 2013. № 6 (133). с. 20–28.
15. Глобализация мирового хозяйства. Уч. пособие под редакцией М. И. Осьмовой, А. В. Бойченко. — М., 2006. — 376 с.
16. Кочетов, Э. Г. Глобалистика. Теория, методология, практика. Учебник. — М.: БЕК. — 2002. — 672 с.
17. Аллахвердян, А. Г. Наука в условиях глобализации. — М.: Логос, 2009. — 520 с.
18. Логистика в инновационной экономике: тез. докл. Четвертой Междунар. науч.-практ. конф., Брянск, БГТУ, 25 апреля 2014 года] / под ред. Л. А. Карабан. — Брянск: БГТУ, 2014. — 219 с.
19. Наука и общество в условиях глобализации // Материалы конференции. — Уфа, 2015.
20. Официальный сайт ФГУП «Почта России» Режим доступа: <https://www.pochta.ru/>
21. Voronov, V. I. Electronic Commerce Training Experience in the Institute of Economics The 14 Scientific Symposium of Shenyang Institute of Chemical Tehnology and «2002 China-Russia Bilateral Symposium. 2002.09. — 148 p. (издана в Китае).
22. Воронов, В. И., Лазарев В. А, Павленко О. Ю. Организация электронной коммерции. Журнал: МАРКЕТИНГ, № 3 (88) / 2006 г. 13 с.
23. Воронов, В. И., Лазарев ВА, Павленко О. Ю. Концепция законодательной защиты клиента электронной платежной системы. Журнал: МАРКЕТИНГ, № 6 (91) / 2006 г.
24. Воронов, В. И., Лазарев ВА, Павленко О. Ю. Организация электронной торговли. [текст] Маркетинг, 2006. Т. 308, с. 308.
25. Воронов, В. И. Электронная коммерция и бизнес-интернет. Часть I (учебное пособие). Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2003 г. Присвоен гриф ДВ РУМЦ (УМО). — 208 с.
26. Воронов, В. И. Электронная коммерция и бизнес-интернет. Часть II (учебное пособие). Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2003 г. Присвоен гриф ДВ РУМЦ (УМО). — 183 с.

27. Ермаков, И., Филиппов Е., Белова С. Становление научных школ кафедры логистики ГУУ. Логистика. 2014. № 10 (95). с. 71–75.
28. Аникин, Б. А., Ермаков И. А, Белова С. Научная школа «Логистика» ГУУ. Управление. 2015. Т. 3. № 2 с. 5–15.
29. Воронов, В. И., Сидоров В. П. Основы научных исследований (учебное пособие) Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2003 г. Присвоен гриф ДВ РУМЦ (УМО). — 160 с.

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал
Выходит еженедельно

№ 7 (141) / 2017

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.
Курпаяниди К. И.
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.
Сенюшкин 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)
Курпаяниди К. И. (Узбекистан)
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; <http://www.moluch.ru/>

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Подписано в печать 01.03.2017. Тираж 500 экз.

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