

ISSN 2072-0297



МОЛОДОЙ[®] УЧЁНЫЙ

международный научный журнал



12
2017
Часть III

16+

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 12 (146) / 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 Хусниддин 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 Бекмурадович, *кандидат педагогических наук, заместитель директора (Узбекистан)*

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

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

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

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

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: 12.04.2017. 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 *Стив Возняк (Stephan Gary Wozniak)*, человек-легенда, один из двух Стивов — основателей компании Apple. И если Стив Джобс известен как человек, способный делать деньги из воздуха, то Возняк и был тем самым «воздухом», мозгом компании, в котором рождались идеи и технологии.

Стив Возняк родился в 11 августа 1950 года в Сан-Хосе, США. Его отец, имевший украинские корни, был инженером, работал над системами наведения ракет. Именно он привил своему сыну любовь к инженерии. Будучи маленьким мальчиком, Стив, которого все звали Woz, смастерил систему внутренней связи, чтобы общаться со своими друзьями-мальчишками из соседних домов. В четвертом классе собрал приемник и передатчик, выучил азбуку Морзе и получил лицензию радиолюбителя. Еще через четыре года, выучив язык двоичных чисел, собрал калькулятор.

В Колорадском университете Стив Возняк учиться не смог по финансовым причинам и, отучившись там год, поступил в менее престижный колледж де Анса, где и познакомился со Стивом Джобсом. С этим предприимчивым молодым человеком они затеяли авантюру: Возняк изобрел прибор для взлома телефонных сетей Blue Box, а Джобс наладил его сбыт. То же самое произошло с прототипом печатной платы классической аркадной игры Breakout для компании Atari в Лос-Гатос. Причем, работая над платой, Возняк значительно уменьшил количество TTL-микросхем. Вознаграждение планировалось поделить поровну. Прототип оказался непригодным для использования, но по контракту с Atari Джобс получил 5000 \$ в качестве бонуса за уменьшение числа схем на плате. Из этой суммы Возняку он отдал только 350 \$.

Такое отношение к общему делу проявлялось почти во всем. Первый компьютер Возняк собрал в 1975 году. Убеждая его создать собственную компанию и перейти от кустарного производства к промышленному, Джобс ис-

пользовал в качестве аргумента не получение прибыли, а возможность оставить след в истории и пережить потрясающее приключение, о котором можно будет рассказать потомкам. В 1976 году они зарегистрировали компанию Apple.

Улучшенная версия первого компьютера собиралась, что называется, на коленке. Когда было продано 250 штук, Возняк ушел из Hewlett Packard и полностью сосредоточился на улучшении новой версии Apple-II. Это был настоящий прорыв в электронике. Акции их со Стивом компании подскочили в цене, и они довольно быстро стали миллионерами. Через 12 лет Возняк покинул компанию, хотя и продолжал получать зарплату и числиться там акционером и разработчиком.

Он основал свою компанию CL9 и начал проектировать пульт дистанционного управления, способный переключать сразу несколько устройств. Отношения со Стивом Джобсом после этого не ладились.

В феврале 1981 года Стив Возняк попал в авиакатастрофу; к счастью, выжил, но получил травму головы, приведшую к амнезии. Он не помнил несколько последних дней своей жизни, включая катастрофу и больницу. Постепенно память к нему вернулась благодаря его возлюбленной Кэндис Кларк. Когда они поженились, Возняк под девичьей фамилией жены и с кличкой собаки в качестве имени (Роки Кларк) окончил университет и даже снова поработал в компании Apple.

В 2001 году он основал новую компанию Wheels Of Zeus, которая разрабатывала беспроводную GPS-технологию.

После этого Возняк много занимался благотворительной и просветительской деятельностью: организацией рок-фестивалей и развитием школьных технологических образовательных программ. Он читает лекции по развитию информационных технологий и не верит в опасность искусственного интеллекта для человечества.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ГЕОГРАФИЯ

- Артыкова Ф. Я., Ишниязова Ф. А.,
Ширинбоев Д. Н.**
К вопросу восстановления расходов воды в реке
Зеравшан (гидропост Дупули) по реке-аналогу
Сох (гидропост Сарыканда) и оценка изменений
стока по длине реки 201
- Момошева Г. А., Шерматова Ж. Т.,
Даовлатова Ф. М.**
Малые города южного региона Кыргызстана:
типология, особенности и возможности
развития 205
- Низамиев А. Г., Осмоналиева А. А.,
Момошева Г. А.**
Изучение инвестиционных возможностей
города Ош: сильные и слабые стороны,
состояние освоения инвестиций, приоритетные
направления 207

ГЕОЛОГИЯ

- Рымбаева А. М.**
Литология, петрофизическая и промыслово-
геофизическая характеристика доюрских
отложений Южного Мангышлака 210
- Suha Salim Ali**
Rising underground water flow and its impact
on some of the villages in the Babylon, from the
perspective of Hydro-geochemistry 215

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

- Семёнова Ю. К., Тюкленкова Е. П.**
Роль личных подсобных хозяйств в развитии
сельского хозяйства на территории
Нижнеломовского района Пензенской
области 219

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Багинов И. П., Булатова В. Б., Бурлов Д. Ю.,
Куклина С. К., Маланов В. И., Яковлева И. А.**
Высокая степень закредитованности населения
республики Бурятия как фактор повышения
уровня финансового мошенничества 222
- Белова Т. А., Ильин С. В.**
Методы определения потребности в персонале
в экономических исследованиях 225
- Белоцерковская Е. М., Белоцерковская Н. В.,
Калиева О. М., Шептухин М. В.**
О сущности экономического понятия
«кластер» 228
- Боброва Т. С., Милютенко Т. Р., Мяло О. И.,
Усова Т. А.**
Особенности использования информационных
технологий в маркетинговых коммуникациях
с клиентами в интернет-пространстве 233
- Болиева И. А., Каддах Д. Х.**
Особенности формирования транзакционных
издержек в условиях неoinституционализма... 240
- Бурлака Е. В.**
Анализ рентабельности деятельности
предприятия 243
- Бусоедов И. А., Гребенюк Т. А.**
Основные тенденции развития мирового
хозяйства 245
- Буцкая А. А., Николаева К. А., Петриго О. А.**
Коучинг и тренинг в системе обучения и развития
персонала 247
- Буцкая А. А., Николаева К. А., Петриго О. А.**
Оценка кандидатов на вакансии. Идеальный
кандидат 249
- Буцкая А. А., Николаева К. А., Петриго О. А.**
Преимущества и недостатки конкуренции
в рыночной экономике 252

Винокурова Н. П. Налог на добычу полезных ископаемых: прогнозы и тенденции развития.....	254	Давликанова Е. Н. Научные подходы к определению внутреннего аудита	273
Всяких М. В., Тюфанова А. П. Экспресс-анализ финансово-экономической деятельности предприятия пищевой промышленности	255	Ельникова И. А. Концептуальные методы определения прибыли как элемент бухгалтерского учета и учета использования финансовых результатов предприятия.....	276
Гаджиев Д. В. Брендинг территорий как фактор повышения инвестиционной привлекательности региона	258	Ермолова М. С., Кеворкова Ж. А. Пути организации внутреннего аудита в экономическом субъекте	281
Гайсина Д. Р. Сущность категории «собственный капитал» в рамках юридического и экономического направлений бухгалтерского учета.....	261	Жукова Е. А., Рожкова М. Г. Проблемы управления затратами на предприятии	283
Гладкова Н. О. Анализ прогнозирования продвижения туристской дестинации — Республики Крым	263	Заляев Р. Ф. Стратегия устойчивого развития предприятия.....	286
Гринь Я. Совершенствование организации внутреннего контроля в российских компаниях.....	267	Захарова К. Н., Кеворкова Ж. А. Экономическая экспертиза как вид аналитических процедур при проведении аудита достоверности финансовой отчетности.....	290
Гужавина Н. А. К вопросу о дебиторской и кредиторской задолженности	270		

ГЕОГРАФИЯ

К вопросу восстановления расходов воды в реке Зеравшан (гидропост Дупули) по реке-аналогу Сох (гидропост Сарыканда) и оценка изменений стока по длине реки

Артыкова Фарида Якубовна, кандидат географических наук, доцент
Национальный университет Узбекистана имени Мирзо Улугбека (г. Ташкент, Узбекистан)

Ишниязова Феруза Анваровна, преподаватель,
Ташкентский профессиональный гидрометеорологический колледж (Узбекистан)

Ширинбоев Дилмухаммад Нурулиевич, преподаватель
Самаркандский государственный университет имени Алишера Навои (Узбекистан)

В статье рассмотрены вопросы восстановления стока реки Зеравшан по реке-аналогу Сох и осуществлена оценка изменений средних годовых, вегетационных и невегетационных расходов воды реки Зеравшан по её длине.

***Ключевые слова:** речной сток, расход воды, река-аналог, антропогенные факторы, средний годовой расход, вегетационный период, невегетационный период, ирригационная сеть, переброска стока*

By the issue of restoration of water flow Zeraвшan river (gauging stations Dupuli) river-analogy Cox (gauging stations Sarykanda) and evaluation of changes in runoff along the river

This article describes how to restore the river Zeraвшan river-analogue — Cox and carried out assessment of changes in mean annual, vegetation and non-vegetation water flow of the river Zeraвшan on its length.

***Keywords:** river flow, water flow, river-analogy, human factors, the average annual consumption, the growing season, non-growing period, irrigation network, the transfer flow*

Интенсивное развитие сельского хозяйства и промышленности в 60-х годах XX-го столетия привело к полному использованию поверхностных и подземных водных ресурсов бассейна реки Зеравшан, их загрязнению отходами промышленных предприятий и сточными водами. Возникла острая необходимость в переброске стока из реки Амударья и в 60-х годах были построены Аму-Каракульский и Аму-Бухарский каналы (пропускная способность соответственно 48 м³/с и 124 м³/с) и в низовья р. Зеравшан стала поступать амударьинская вода.

В настоящее время для удовлетворения потребностей всех отраслей народного хозяйства в Зеравшанском оазисе осуществляется интенсивное использование, как собственных водных ресурсов, так и перебросенного стока. Исходя из вышесказанного, количественная

оценка формирующегося в горной части бассейна Зеравшана речного стока является актуальной задачей.

Целью настоящего исследования является восстановление расходов воды реки Зеравшан — гп. м. Дупули, которые характеризуют формирование стока в горной области бассейна и оценка изменений расходов воды реки Зеравшан по гидропостам за различные периоды, соответствующие этапам развития народного хозяйства, в условиях изменяющегося климата.

В условиях Зеравшанского оазиса, когда речной бассейн можно разделить на горную зону, где происходит формирование речного стока и равнинную территорию, на которой идет его интенсивное расходование, наиболее удобными являются методы оценки изменений речного стока под влиянием комплекса антропогенных фак-

торов [5]. Исследованиями изменений речного стока рек Средней Азии под воздействием антропогенных факторов, главным из которых является орошение, занимались Ф. Э. Рубинова [1], Ю. Н. Иванов, В. Л. Чуб [3, 4], Н. К. Лукина и другие. Для решения поставленных задач

в качестве исходных данных были выбраны средние месячные расходы воды реки Зеравшан и реки Сох. На основании имеющихся гидрометрических наблюдений были оценены статистические характеристики средних годовых расходов воды по гидропостам реки Зеравшан (таблица 1).

Таблица 1. Статистические характеристики среднегодовых расходов воды на гидропостах реки Зеравшан

Река-пункт	Сред.	Макс.	Мин.	σ	Cv	C_s
Зеравшан-Дупули	161	218	117	23,1	0,14	0,33
Зеравшан-Раватходжа	64,7	118	42,4	18,2	0,28	1,17
Зеравшан-Зияуддин	73,0	159	2,6	29,4	0,40	0,54
Зеравшан-Навои	40,9	109	11,6	23,8	0,58	0,85
Зеравшан-Хазаринск	39,3	145	7,52	30,0	0,76	0,85

Следует отметить, что наблюдения на верхнем гидростворе м. Дупули, находящегося на территории соседнего Таджикистана, прекращены ещё в 1997 году, поэтому для восстановления расходов в качестве реки-аналога нами была выбрана река Сох — гп. Сарыканда. Выбор данной реки в качестве аналога можно обосновать схожестью природных условий водосборного бассейна, а также тем, что реки Сох и Зеравшан по классификации В. Л. Шульца, относятся к рекам ледниково-снегового типа питания [6]. С целью восстановления расходов воды были построены графики связи средних месячных и средних годовых рас-

ходов воды реки Зеравшан — гп. мост Дупули и реки Сох-гп. Сарыканда за условно-естественный период с 1927–1962 годы, определены коэффициенты корреляции, уравнения регрессии и по ним восстановлены средние месячные расходы воды реки Зеравшан — гп. мост Дупули. Результаты расчётов приведены в таблице 2. Как видно из таблицы, наиболее тесная связь между средними месячными расходами воды рек Сох и Зеравшан характерны для мая и июня ($R=0,82$ и $0,80$), а между расходами с января по март коэффициенты корреляции незначительны (соответственно $R=0,44$; $0,48$ и $0,45$)

Таблица 2. Статистические характеристики графиков связи средних месячных расходов воды рек Сох-гп Сарыканда и Зеравшан-гп Дупули за 1927–1962 гг.

М-цы	Уравнение регрессии	Коеф. корреляции, R		Уравнение регрессии	Коеф. корреляции R
I	$y = 0,2203x + 3,339$	0,44	VII	$y = 2,6199x + 137,22$	0,72
II	$y = 0,1881x + 4,222$	0,48	VIII	$y = 0,1706x + 53,619$	0,62
III	$y = 0,132x + 5,6067$	0,45	IX	$y = 0,2191x + 17,701$	0,76
IV	$y = 0,1345x + 5,4532$	0,75	X	$y = 2,8526x + 12,022$	0,75
V	$y = 0,1465x + 6,544$	0,82	XI	$y = 1,6261x + 29,407$	0,75
VI	$y = 0,1726x + 8,914$	0,80	XII	$y = 1,3492x + 26,224$	0,66
Ср. год.	$y = 3,0174x + 27,928$	0,71			

Межгодовые изменения стока реки Зеравшан показывают, что средние годовые и средние за вегетацию расходы воды заметно уменьшаются и это подтверждается отрицательными значениями коэффициентов тренда расходов воды на гп. мост Дупули, которые составляют соответственно $-0,0258$ и $-0,086$. В нижнем течении реки Зеравшан — гп. Хазаринск величина тренда составляет соответственно $-2,5792$ и $-1,529$. Невегетационные расход воды уменьшаются только на посту Хазаринск, на верхних створах наблюдается незначительно увеличение стока реки, что можно объяснить поступлением в реку возвратных вод с орошаемых полей.

На следующем этапе исследования осуществлена количественная оценка изменений годового, вегетационного и невегетационного расходов воды по длине реки

Зеравшан. Согласно используемому методу [5] оценки антропогенного влияния на речной сток, в гидростворе м. Дупули, расположенном при выходе из горной зоны, сток считаем условно-естественным. Затем используя графики связи суммированных интегральных кривых стока между верхними и нижними гидростворами $\Sigma Q_{\text{ниж}} = f(\Sigma Q_{\text{верх}})$, определяем периоды с различной степенью антропогенного воздействия на сток реки Зеравшан. По степени антропогенного воздействия на сток нами выделены следующие периоды:

- 1) 1930–1957 гг. условно-естественный период;
- 2) 1958–1978 гг. ошутимое уменьшение стока по длине реки;
- 3) 1979–1996 гг. увеличение антропогенного влияния;

Таблица 3. Изменение средних годовых, вегетационных и невегетационных расходов воды р. Зеравшан относительно условно-естественного периода (1930–57 гг.)

Река-гидропост	Единицы измерения	1930–1957гг	1958–1978гг	1979–1996гг	1997–2013гг
Изменение средних годовых расходов воды					
Зеравшан-Дупули	м ³ /с	159	162	160,6	175
	%	100	102	100,6	110
Зеравшан-Зияуддин	м ³ /с	99,2	77,6	53,8	51,0
	%	100	78,2	54,2	51,4
Зеравшан-Хазаринск	м ³ /с	86,1	67	29,8	11,5
	%	100	78	34,6	13,3
Изменение средних вегетационных расходов воды					
Зеравшан-Дупули	м ³ /с	269	274	260	295
	%	100	102	97	110
Зеравшан-Зияуддин	м ³ /с	138	99,4	62,1	51,9
	%	100	72	45	38
Зеравшан-Хазаринск	м ³ /с	112	84,5	21,4	17,7
	%	100	75	20	16
Изменение средних невегетационных расходов воды					
Зеравшан-Дупули	м ³ /с	53,5	54,0	57,7	55,7
	%	100	101	107,8	104,1
Зеравшан-Зияуддин	м ³ /с	60,3	55,8	45,5	49,2
	%	100	91,5	75,0	81,6
Зеравшан-Хазаринск	м ³ /с	60,2	49,5	26,5	3,4
	%	100	82,2	44,0	5,6

4) 1997–2013-гг интенсивное влияние антропогенных факторов. Считая расходы воды в 1930–1957 годах за 100%, относительно него рассчитаны изменения стока по гидропостам реки Зеравшан за остальные периоды (таблица 3).

Для более обоснованной количественной оценки антропогенного влияния на сток, был дополнительно использован второй способ расчета изменений стока по длине реки. Для этого был введен коэффициент К, рассчитываемый как отношение расхода воды в нижних створах к расходу воды в створе Дупули ($K = Q_{\text{ниж}} / Q_{\text{верх}}$) для условно-естественного периода, затем умножив этот коэффициент на сток воды по гидроствору Дупули определяем расход воды, который должен наблюдаться. Разница между восстановленным и бытовым стоком на гидростворах даёт величину уменьшения стока реки Зеравшан. Результаты расчетов приведены в нижеследующей таблице 4. Как видно из таблицы, в условно-естественном периоде отношение расходов воды верхнего гидроствора м. Дупули и нижних гп. Зияуддин и гп Хазаринск составляют: $K = Q_{\text{Зияуд}} / Q_{\text{Дупули}} = 0,62$ и $K = Q_{\text{Хазар}} / Q_{\text{Дупули}} = 0,54$, далее приняв эти отношения в качестве коэффициента трансформации стока по длине реки, по формуле $Q_{\text{восст.}} = K * Q_{\text{Дупули}}$ были восстановлены расходы воды в нижних створах. Разность наблюдаемых на гидростворах (бытовых) расходов воды и восстановленных рассчитаны в абсолютных величинах — м³/с и в относительных — %, результаты приведены в таблице 4.

Однако, если с помощью указанных способов и удаётся приближенно рассчитать интегральную величину изменения стока за отдельные многолетние периоды под

влиянием всего комплекса антропогенных факторов, то для исследования причин этих изменений и выявления роли каждого фактора в отдельности необходима дополнительная информация, характеризующая метеорологические условия, а также основные особенности и этапы развития хозяйственной деятельности непосредственно в зоне использования стока. Эти виды исследований авторы надеются осуществить в будущем, с учётом большого числа факторов (естественных и антропогенных) действующих на сток, используя различные математические методы, в частности, метод линейной множественной корреляции, который по экспериментальным данным позволяет составить многофакторную математическую модель изменений гидрологических характеристик. Таким образом, по длине реки Зеравшан происходит интенсивное уменьшение стока, при этом сформировавшийся в верховьях естественный сток в последние годы даже увеличился, что можно объяснить интенсивным таянием ледников в верхней части бассейна Зеравшана.

Дополнительная переброска речного стока в низовья реки Зеравшан из реки Амударья также расходуется на различные промышленные, коммунально-бытовые, сельскохозяйственные и рекреационные нужды. При этом, возвратный сток с орошаемых полей аккумулируется в понижениях рельефа, формируя ирригационно-сбросовые озера Бухарского и Навоиского вилоятов, такие как Денгизкуль, Шоркуль, Аякагитма, а также сбрасывается в водохранилища Тудакульское, которое широко используется в рекреационных целях, здесь построены благоу-

Таблица 4. Изменение средних годовых расходов воды р. Зеравшан относительно условно-естественного периода (1930–57 гг.)

Створ	Естественный гидрологический режим реки			
	Период наблюдений	$Q_{\text{зияудд}}/Q_{\text{дупули}}$	$Q_{\text{хазар}}/Q_{\text{дупули}}$	К
Зияуддин	1930–1957	99/159		0,62
Хазаринск	1930–1957		86,1/159	0,54
Створ	Измененный гидрологический режим реки			
	Период наблюдений	Qдупули, м ³ /с	Qвосст.= Qдупули*К, м ³ /с	
Зиёвуддин	1958–1978	162	100,4	
Хазаринск	1958–1978	162	87,5	
Зиёвуддин	1979–1996	160	99,2	
Зиёвуддин	1997–2013	175	108,5	
Хазаринск	1979–1996	160	86,4	
Хазаринск	1997–2013	175	94,5	
Створ	Период наблюдений	Qнаблюденный	Изменение стока	
			м ³ /с	%
Зиёвуддин	1958–1978	77,6	-22,8	-22,6
Зиёвуддин	1979–1996	53,8	-45,4	-45,7
Зиёвуддин	1997–2013	51,0	-57,5	-53,0
Хазаринск	1958–1978	67,0	-20,5	-23,3
Хазаринск	1979–1996	29,8	-56,6	-65,5
Хазаринск	1997–2013	11,5	-83,0	-87,3

Таблица 5. Изменение средних вегетационных расходов воды р. Зеравшан относительно условно-естественного периода (1930–57 гг.)

Створ	Естественный гидрологический режим реки			
	Период наблюдений	$Q_{\text{зияудд}}/Q_{\text{дупули}}$	$Q_{\text{хазар}}/Q_{\text{дупули}}$	К
Зияуддин	1930–1957	138/269		0,51
Хазаринск	1930–1957		112/269	0,42
Створ	Измененный гидрологический режим реки			
	Период наблюдений	Qдупули, м ³ /с	Qвосст.=Qдупули*К, м ³ /с	
Зияуддин	1958–1978	274	274*0,51=140	
Зияуддин	1979–1996	260	260*0,51=133	
Зияуддин	1997–2013	295	295*0,51=150	
Хазаринск	1958–1978	274	274*0,42=115	
Хазаринск	1979–1996	260	260*0,42=109	
Хазаринск	1997–2013	295	295*0,42=124	
Створ	Период наблюдений	Qнаблюд	Изменение стока	
			м ³ /с	%
Зияуддин	1958–1978	99,4	-40,6	-29
Зияуддин	1979–1996	62,1	-70,9	-53
Зияуддин	1997–2013	51,9	-98,1	-65
Хазаринск	1958–1978	84,5	-30,5	-27
Хазаринск	1979–1996	22,4	-87,6	-80
Хазаринск	1997–2013	17,7	-106,2	-84

строенные зоны отдыха, работающие круглогодично. Ре-
струируя можно сказать, что каждую каплю благодатной

влаги в жарком среднеазиатском климате стараются рас-
ходовать целенаправленно.

Литература:

1. Рубинова Ф.Э. Изменение стока р. Амударья под влиянием водных мелиораций в её бассейне // М.: Гидрометеоздат, 1985, 104 с.

2. Харченко С. И. Гидрология орошаемых земель. — Л.: Гидрометеиздат, 1975. 373 с.
3. Чуб В. Е. Изменение климата и его влияние на природно-ресурсный потенциал Республики Узбекистан. — Ташкент: НИГМИ, 2000. — 252 с.
4. Чуб В. Е. Изменение климата и его влияние на гидрометеорологические и водные ресурсы Республики Узбекистан. — Ташкент, VORIS-NASHRIYOT, 2007. — 132 с.
5. Шикломанов И. А. Антропогенные изменения водности рек. — Л.: Гидрометеиздат, 1979. — 302 с.
6. Шульц В. Л. Реки Средней Азии. — Л.: Гидрометеиздат, 1965 г. — 690 с.

Малые города южного региона Кыргызстана: типология, особенности и возможности развития

Момошева Гулиза Абылкасымовна, преподаватель;
Шерматова Жаркынай Ташполотовна, старший преподаватель
Ошский государственный университет (Кыргызстан)

Даовлатова Феруза Муктаровна, преподаватель
Баткенский государственный университет (Кыргызстан)

Рассматриваются типологические характеристики и типология малых городов южного региона Кыргызстана, проблемы и особенности их развития. Подчеркивается преимущество многофункциональности города для его перспективного развития.

Ключевые слова: типология, регион, экономический потенциал, малые города

Среди множества проблем урбанизационного развития Кыргызстана, его поступательного социально-экономического развития важнейшими становятся вопросы возрождения и развития малых городов. В период перехода страны к новым экономическим и социальным условиям именно они оказались практически беззащитными. К тому же пути реформирования развития малых городов, опирающиеся на использование льгот, дотаций, грантов и спонсорских средств, в основном, исчерпали свои возможности.

Болевыми точками практически всех малых городов республики являются высокий уровень безработицы, существенное снижение жизненного уровня населения, спад производства, закрытие подчас единственного в городе градообразующего объекта и др. Многие виды социальных и культурных услуг стали недоступными для большей части населения. Появились серьезные проблемы с обеспечением населения жизненно важными продуктами: питьевой водой, электричеством и др.

Отметим, что в то же время малые города особенно значимы в социально-экономической и политической жизни Кыргызстана. Учитывая определенный накопленный опыт государственного регулирования в социально-экономическом развитии малых городов, подготовленность интеллектуального потенциала местного населения, который, в основном, состоит из высококвалифицированных специалистов, в целях определения стратегии развития малых городов в условиях общего дефицита государственных бюджетных средств, основной упор должен быть направлен на самостоятельное экономическое развитие малых городов, поиск и освоение инвестиционных ресурсов.

Так, территория южного региона Кыргызстана главным образом расположено в Ферганской долине — одного из густозаселенных регионов мира, наиболее урбанизированных в Центральной Азии. Соответственно данный регион страны также считается ареалом расселения с высокой плотностью населения и развития городских поселений. Здесь расположены 18 городов, из них 16 (кроме городов Ош и Жалал-Абад) являются малыми городами с населением от 10 тыс. до 50 тыс. человек, что приведено в таблице.

Как видно, самым крупным среди малых городов является город Узген с населением 51 тыс., который по численности населения чуть превышает пределы малого города, но считаем правильным отнести его к категории малых городов. Здесь необходимо учесть и уровень развития функциональной структуры и городского хозяйства. Вторым по численности населения считается город Кызыл-Кия — 35,4 тыс. 10 городов имеют население от 15 тыс. до 25 тыс. Несмотря на то, что нижней границей города считается численность населения не менее 10 тыс., города Айдаркен и Кадам-Джай имеют статус города. 8 городов являются сравнительно молодыми, которые городской статус приобрели после 2000 года.

Начало исследований в сфере малых городов Кыргызстана в постсоветском развитии принадлежит ученому А. Г. Низамиеву, который считает, что малые городские поселения в силу разнообразия исторического формирования, экономико-географических положений и социально-экономических значений, по структуре экономики, возможностям адаптации к рыночным условиям, средствам

Таблица 1. Малые города южной части Кыргызстана и их основные характеристики

Название города	Административная принадлежность	Статус города	Население, тыс. чел. (2016 год)
Айдаркен	Город районного значения Кадам-Джайского района Баткенской области	2012	9,7
Баткен	Город областного значения Баткенской области	2000	15,6
Исфана	Город районного значения Лейлекского района Баткенской области	2001	18,6
Кадам-Джай	Город районного значения Кадам-Джайского района Баткенской области	2012	7,6
Кара-Куль	Город областного значения Жалал-Абадской области	1977	19,5
Кара-Суу	Город районного значения Кара-Сууского района Ошской области	1960	24,5
Кербен	Город районного значения Аксыйского района Жалал-Абадской области	2004	16,1
Кок-Джангак	Город районного значения Сузакского района Жалал-Абадской области	1943	10,0
Кочкор-Ата	Город районного значения Ноокенского района Жалал-Абадской области	2003	15,8
Кызыл-Кия	Город областного значения Баткенской области	1938	35,4
Майлуу-Суу	Город областного значения Жалал-Абадской области	1956	17,2
Ноокат	Город районного значения Ноокатского района Ошской области	2003	15,7
Сулюкта	Город областного значения Баткенской области	1940	12,2
Таш-Кумыр	Город областного значения Жалал-Абадской области	1943	20,0
Токтогул	Город районного значения Токтогульского района Жалал-Абадской области	2012	18,3
Узген	Город районного значения Узгенского района Ошской области	1927	51,0

труда и возможностям инвестирования сильно отличаются друг от друга. Сегодняшние их проблемы в целом сходны, исходят из одного корня. Экономический кризис 90-х годов прошлого века почти во всех малых городах вызвал обвал большинства градообразующих отраслей и деградацию отраслей структуры городской экономики. Хронический дефицит средств, скудность городского бюджета, удаленность от крупных центров и транспортных магистралей стали причиной последующего резкого отставания многих из них по уровню благоустройства, качеству жизни. Особенно в них остра проблема занятости. Растущая безработица, высокая доля в ней молодежной безработицы порождает такие социальные проблемы, как преступность, проституция, алкоголизм, наркомания [1, 2].

В географической литературе отмечается недостаточность типологии городов по одному лишь показателю — численности населения, выдвигаются предложения по научно обоснованной типологии городов на основе их функций, административной роли, экономического потенциала и др. Также здесь основой комплексной характеристики города должен выступить его градообразующая база, которая определяет функциональный профиль города, его роль в территориальной социально-экономической системе. Учитывая различных вариантов классификации городов по их функциям, в нашем случае по сочетанию различных функций, можно выделить два типа городов: а) сочетающие административные, культурные и экономические функции градообразующего значения (с многоотраслевой структурой); б) с резко выраженным преобладанием экономических функций (промышленные, транспортные или их сочетание). Как отмечал Н.Н. Баранский, в силу исключительной важности выполняемых городами организаторских функций и в силу чрезвычайной разносторонности и разветвленности их связей,

города становятся центральными пунктами, отражающими в себе, как в фокусе, наиболее характерные черты входящей в круг их влияния территории [3].

Так, в силу разного функционального профиля, исторического развития и социально-экономического потенциала малые города южного региона Кыргызстана делятся на ряд функционально-типологических групп развития, в их числе:

1) административные: Баткен, Исфана, Кадам-Джай, Кара-Суу, Кербен, Ноокат, Токтогул, Узген, которые являются центрами административных районов (лишь город Баткен является и областным центром);

2) промышленные центры: Айдаркен, Кара-Куль, Кочкор-Ата, Майлуу-Суу);

3) центры добывающей промышленности, преимущественно угольной: Кок-Джангак, Кызыл-Кия, Таш-Кумыр, Сулюкта);

4) транспортные узлы (Кара-Суу, Кызыл-Кия).

Надо сказать, что города, имеющие сравнительно многофункциональные структуры (административные, промышленные, транспортные и др.), благодаря выгодным экономико-географическим положениям и административной и социально-экономической базой, сегодня имеют тенденции комплексного развития городского хозяйства, наблюдаются положительные сдвиги в их социально-экономических показателях. Однако до сих пор сохраняется тяжелое положение в моноспециализированных городах, где единственной градообразующей функцией является разработка месторождений угля (Кок-Джангак, Сулюкта).

Как показывает практика, чем больше функций выполняет город, чем благоприятнее перспективы его развития. Города, выполняющие преимущественно одну функцию (например, добывающую) и имеющие разнообразную отраслевую структуру, обладают хорошим потенциалом

перспективного развития (например, город Кызыл-Кия с промышленной и социально-культурной базой).

Районные центры, как правило, являются городами разностороннего направления и функционального характера. Такие городские поселения имеют производственные площади, подготовленные кадры с профессиональными опытами, что могут стать факторами привлечения инвестиций.

К дополнительным преимуществам отдельных городов можно отнести высокий уровень образования и культуры населения, который обусловлен размещением в них учреждений средне-специального и высшего образования (Баткен, Кара-Куль, Кызыл-Кия, Сулюкта, Узген).

Особо следует отметить, что, несмотря на то, что малые города региона имеют разнообразие (притом либо благоприятные, либо неблагоприятные) факторы экономического развития, все они обладают своеобразным потенциалом для развития туристской отрасли. То есть развитие

и размещение туризма позволят диверсифицировать городскую экономику, сделает её менее зависимой от конъюнктуры в промышленности, создают новые рабочие места и станут дополнительным источником пополнения бюджета городской администрации и домашних хозяйств.

В заключение отметим, что всякая типология (классификация) городов имеет условный характер. Их функциональные типы определяют наличие ряд переходов между ними и выделить чисто однофункционального типа невозможно. Обеспечение темпов развития экономики малых городов юга Кыргызстана сегодня становится важной государственной задачей, имеющей как социально-экономическое, так и политическое значение. Содержание подобных задач должно иметь такие направления, как сохранение производственного и интеллектуального потенциала городов, создание положительного имиджа и бренда каждого города, поиск и привлечение внутренних и внешних инвестиций, улучшение жизнеустройства их населения и др.

Литература:

1. Низамиев А. Г. Туризм как один из факторов сохранения и развития малых городов Южного Кыргызстана // Вестник Ошского государственного университета, № 1. — Ош, 2004. — С. 246.
2. Низамиев А. Г. Туризм Кыргызстана: социально-экономические аспекты. — Ош, 2005. — С. 192–193.
3. Баранский Н. Н. Экономическая география. Экономическая картография. — Москва: Географгиз, 1956. — С. 169.

Изучение инвестиционных возможностей города Ош: сильные и слабые стороны, состояние освоения инвестиций, приоритетные направления

Низамиев Абдурашит Гумарович, доктор географических наук, профессор;
Осмоналиева Айпери Акылбековна, преподаватель;
Момошева Гулиза Абылкасымовна, преподаватель
Ошский государственный университет (Кыргызстан)

Рассматриваются актуальность привлечения инвестиций в экономику и социальную сферу города Ош Кыргызской Республики и необходимость изменения структуры инвестиционной политики в современных условиях, а также сильные и слабые стороны инвестиционного потенциала города. Кратко охарактеризована структура освоения инвестиций в городском хозяйстве и определены приоритетные направления их привлечения в будущем.

Ключевые слова: инвестиция, экономико-географическое положение, инвестиционный потенциал

На современном этапе инвестиции являются важным инструментом развития экономики государства, региона, отрасли и конкретного предприятия, которые «... призваны обеспечить долгосрочный экономический рост и развитие, посредством соединения имеющихся в стране природных, трудовых, производственных ресурсов и передовых технологий. При этом, важное значение имеют как общие объемы инвестиций, так и направление, характер их использования» [1]. Однако «на благосостояние того или иного региона прямо воздействует неравномерность территориального распределения инвестиций по областям, приводящая к дальнейшей стагнации регионов, ка-

залось бы, неперспективных с точки зрения инвесторов, к увеличению миграции, усилению социальной напряженности» [2].

В связи с этим актуальность привлечения инвестиций приобретает особую значимость в существующих условиях развития Кыргызстана, его регионов, в рассматриваемом нами случае, города Ош, где остро ощущается нехватка капитальных вложений для модернизации имеющихся объектов предпринимательства, реанимации и реконструкции простаивающих предприятий, введения в действие новых производственных мощностей, расширения малого и среднего предпринимательства, а также

других направлений экономической деятельности. Соответственно администрация города предпринимает активные практические шаги, направленные на расширение внешнеэкономических связей, поиск новых партнеров и привлечение инвестиций разного характера для развития реального сектора экономики и социальной сферы города.

Учитывая особое место Оша в экономико-и политико-географическом положении Кыргызстана в целом, его южного региона, в частности, возможности и перспективы привлечения инвестиций имеют свои особенности. При этом основной целью администрации выступают широкое отражение инвестиционных возможностей города, его экономического потенциала, развитие малого и среднего бизнеса как индикатора развития городской экономики, создание диалоговой площадки для получения потенциальными инвесторами необходимых информации, установление стартовых возможностей для дальнейшего взаимовыгодного сотрудничества между заинтересованными сторонами.

Город Ош был и сегодня остается крупным административным, экономическим и культурным центром южной части Кыргызстана, вторым по величине и значимости городом в стране. С принятием Закона Кыргызской Республики «О статусе города Ош» повысился и его политический статус. Город сегодня — это своеобразные ворота в Ферганскую долину, открывающие доступ к получению транспортных, торговых, финансовых, туристских и других видов услуг. Его политические, идеологические и экономические аспекты развития дают уникальную возможность определить перспективу развития сквозь призму исторического опыта, способствуют укреплению межнациональных отношений и гражданского согласия и росту экономических показателей. В связи с принятием Программы социально-экономического развития города на среднесрочную перспективу идет процесс реализации поставленных задач, в том числе проведение активной внешнеэкономической деятельности.

Город расположен на юго-восточной окраине Ферганской долины, у подножья горной системы Памиро-Алай на высоте более 1000 м над уровнем моря. Природными доминантами городской среды являются гора Сулайман-Тоо и река Ак-Буура, которые придают городу природное своеобразие, особую живописность, воспринимаются как незыблемые атрибуты Оша. Природно-климатические условия, то есть наличие живительной влаги, плодородные почвы, продолжительный вегетационный период, обилие солнечного света создали еще три тысячелетия назад условия для возникновения здесь земледелия, а затем и для превращения окружающего пространства в цветущий оазис.

В настоящее время преимуществами в определении инвестиционного потенциала города Ош выступают следующие факторы, которые могли бы улучшить благоприятный инвестиционный климат и положительно повлиять на привлечение инвестиций в экономику города:

— выгодное экономико-географическое положение, определяющее с близостью к границам Узбекистана, Таджикистана и Китая;

— выгодное транспортно-географическое положение, определяющее нахождение города на пересечении международных автомагистралей с выходом на Китай, Узбекистан и Таджикистан, наличием международного аэропорта и железнодорожной станции;

— наличие и избыток дешевой рабочей силы;

— близость к источникам сельскохозяйственного сырья и природных минеральных ресурсов;

— роль города как туристского центра, обусловленного приемом и отправкой отечественных и иностранных туристов в известные туристские и альпинистские зоны южной части Кыргызстана.

При этом слабыми сторонами инвестиционного потенциала города Ош выступают:

— недостаток земли для расширения города;

— высокая изношенность основных фондов в реальном секторе экономики;

— острая нехватка финансовых и оборотных средств;

— неудовлетворительное состояние инфраструктуры города;

— относительно низкий уровень жизни населения;

— частое возникновение факторов социально-политической нестабильности в городе и регионе.

Скажем, например, июньские трагические события 2010 года привели не только к человеческим и материальным потерям, но и к утрате инвестиционной привлекательности города и региона в целом, резкому сокращению инвестиционного притока, оттока основного трудоспособного населения города в другие регионы республики и зарубежные страны. Отметим, что тогда общее количество пострадавших субъектов составило свыше 1,4 тыс. на общую сумму около 1,6 млрд сомов. Следовательно, основным условием возвращения инвестиционной привлекательности города стало, прежде всего, обеспечение мира и согласия и улучшение межнациональных отношений в городе. Для достижения этих целей по инициативе мэрии города 2011 год был объявлен Годом межнационального согласия и мира, предусматривающего комплекс мероприятий идеологического, экономического и социального характера.

В современных условиях для города Ош инвестиции выступают важнейшим средством обеспечения условий выхода из сложившегося кризиса, структурных сдвигов в городской экономике, повышения качественных показателей в промышленности и других сферах деятельности. Активизация инвестиционного прогресса является одним из наиболее действенных механизмов социально-экономических преобразований. В связи с этим важным приоритетом экономики города выступают восстановление былой экономической мощности города, достижение реальных темпов роста, предполагающего высокую инвестиционную активность и эффективное использование инвестиционных ресурсов.

Тем не менее, сегодняшние реалии требуют кардинально изменить структуру инвестиционной политики администрации города путем:

- разработки и осуществления плана мероприятий, направленных на улучшение инвестиционного климата города;
- работы над позиционированием города в соответствии с выделенными приоритетами инвестиционного развития;
- регулярного мониторинга выполнения инвестиционной стратегии;
- содействия распространению реальной информации об инвестиционных возможностях города, включая организацию встреч, переговоров, деловых форумов, конференций с представителями зарубежных стран и международных институтов, общественными объединениями, ассоциациями и НПО;
- налаживания связей с зарубежными инвесторами с созданием для них благоприятных правовых и экономических условий для свободного ведения бизнеса;
- изыскания внутренних резервов и мобилизации инвестиционных ресурсов населения;
- организации обучающих тренингов для представителей местного бизнес-сообщества.

В отношении экономики города следует отметить, что в структуре ВРП города сфера услуг занимает около 60% и включает в себя строительные, транспортные, торговые, бытовые, гостиничные, ресторанные, финансовые и другие виды услуг. Промышленность является вторым бюджетообразующим сектором экономики, ее удельный вес в объеме ВРП занимает порядка 35%. Ее ключевыми отраслями являются швейная и текстильная промышленность, промышленность строительных материалов, а также пищевая промышленность. Доля сельского хозяйства в ВРП не большая — 4–5%. Градообразующими факторами являются объекты промышленности, строительства, коммунального хозяйства, торговли, культуры и образования. Например, в сфере промышленности, строительства и коммунального хозяйства функционируют муниципальные предприятия «Ошгорводоканал», «Теплоснабжение», АО «Ошэлектро», предприятие высоковольтной электрической сети (ПВЭС), Ошский ТЭЦ, Ошский филиал ОсОО «Газпром Кыргызстан», АО «Текстильщик», ОсОО «Мариям Ош» и ряд совместных предприятий. По статистическим данным, в 2016 году уровень освоения инвестиций в основной капитал по сравнению с 2015 годом вырос на 16,9% и составил 4,0 млрд сомов. В их числе, например, объем инвестиционных вложений в объекты электро-, газо- и водоснабжения города составил 31,8%. Его структура выглядит так: 17,3% — за

счет средств предприятий, 1,0% — за счет кредитов зарубежных стран, 31,7% — за счет прямых иностранных инвестиций, 50,0% — за счет зарубежных грантов и гуманитарной помощи. В частности, на средства Азиатского банка развития построены водоочистная галерея и селезащитная дамба, реконструирован ряд других водных объектов, на средства Китая строится больница на 150 коек стоимостью 25 млн долларов США, на средства ФИФА — академия футбола, на средства президента Казахстана Н. Назарбаева введен в эксплуатацию учебный лицей «Жетиген», рассчитанный на 500 мест. Разумеется, большую долю вложений составляют инвестиции из Китая, за счет которых построены гостиница, завод по производству арматуры, фабрика по пошиву мешков для цемента, предприятие по производству детской обуви и др.

Тем не менее, сегодня приоритетными направлениями в привлечении инвестиций для города Ош являются: развитие жилищно-коммунального хозяйства путем стимулирования строительства многоэтажных домов социального характера; улучшение автомобильных дорог местного значения и строительство мостов, кольцевых дорог и подземных переходов в наиболее загруженных участках улиц; полноценное обеспечение населения города чистой питьевой водой; промышленная переработка продукции сельского хозяйства и производство экологически чистых продуктов питания; переработка хлопка-сырца; розлив минеральной и родниковой воды; налаживание табачного производства; организация и развитие мелких хозяйств по разведению домашних животных и выращиванию овощей и фруктов; строительство предприятия по переработке мусора; налаживание бумажного производства; строительство завода по производству экологически безопасных фосфорных удобрений и сопутствующих материалов; налаживание производства стекла, керамических изделий, строительных красок, медицинских препаратов (в том числе бесшовных хирургических ниток, поскольку существует научная разработка производства ниток из местного сырья), различной бытовой техники и товаров широкого потребления.

В заключение отметим, что в условиях ограниченных бюджетных средств инвестиционная деятельность играет важную роль в развитии города Ош. Ее особенностью должна стать обеспечение соответствующего темпа роста развития городской экономики за счет применения инноваций и передовых технологий. При этом существует необходимость проведения тщательного отбора инвестиционных проектов, повышения прозрачности и эффективности их реализации, увеличения объема прямых инвестиций в производственные мощности и др.

Литература:

1. Атабеков А. К. Проблемы формирования и реализации инвестиционной стратегии Кыргызстана в современных условиях. — Бишкек, 2015. — С. 4.
2. Сулайманова Б. Ж. Региональные проблемы инвестирования экономики Кыргызской Республики. Автореф. канд. экон. наук. — Бишкек, 2006. — С. 3.

ГЕОЛОГИЯ

Литология, петрофизическая и промыслово-геофизическая характеристика доюрских отложений Южного Мангышлака

Рымбаева Алия Максатовна, магистрант

Каспийский государственный университет технологии и инжиниринга имени Ш. Есенова (Казахстан)

Статья посвящена литологии, петрофизической и промыслово-геофизической характеристике доюрских отложений Южного Мангышлака.

Ключевые слова: Южный Мангышлак, палеозой, пермь, триас, залежь, коллекторские свойства, литология, ГИС (геофизические исследования скважин), нефтегазоносность, пористость, проницаемость, трещиноватость

Изучение и анализ имеющегося геологического и промыслово-геофизического материала показывает, что разрез доюрских отложений вскрыт не на полную мощность на площадях и месторождениях Южного Мангышлака. Комплекс промыслово-геофизических исследований проводился не во всех скважинах. Запись каротажной информации осуществлялась в разных масштабах и с различными зондами.

После обнаружения залежей нефти и газа в доюрских отложениях на Южном Мангышлаке потребовалось изучение пород-коллекторов, а так же их выделение в продуктивной части разреза, оценка емкостно-фильтрационных свойств пород. Палеозойские отложения представлены плотными разностями пород — это метаморфизованные песчаники и аргиллиты на площади Северо-Ракушечная, плотные аргиллиты с прослоями алевролитов на площадях Саура, Саура-Сегенды и др., плотно сцементированные песчаники на площади Западный Тасбулат, туфолавы и туфы на площади Темирбаба и др. Лишь ограниченное количество образцов из этих толщ исследовано для характеристики коллекторских свойств.

На площади Оймаша (скв. 9) вскрыты отложения верхней перми, представленные сильно уплотненными алевролитами. В породах отмечаются трещиноватость и мелкая кавернозность, коллекторские свойства этих пород низкие. Открытая пористость их до 3%, газопроницаемость 0,03 мд. Однако некоторые разности песчаников характеризуются сравнительно благоприятной емкостью. Их открытая пористость порядка 7,5%, газопроницаемость 0,5 мд. При опробовании скв. 9 пластоиспытателем (инт. 3600–3640 и 3750–3788 м) получены слабые притоки нефти, что свидетельствует о наличии благоприятных песчаных коллекторов в разрезе пермских отложений [1].

На месторождении *Северный Аккар* поисковыми скважинами (1, 2, 3, 5, 6, 12, 13, 14) вскрыт разрез мезо-кайнозойских отложений максимальной толщиной 3570 м (скважина 5), представленных породами триасовой, юрской, меловой, палеоген-неогеновой и четвертичной систем [2, 3]. Расчленение мезо-кайнозойского разреза проводилось по данным промыслово-геофизических исследований, так как большинство стратиграфических границ приурочены к четким, уверенно прослеживаемым каротажным реперам на месторождениях Южного Мангышлака.

Триасовый разрез месторождения представлен отложениями всех трех отделов. Повсеместное распространение получили отложения нижнего и среднего отдела, а верхнетриасовые отложения вскрыты лишь скважинами 5, 6, 2, 12. По условиям образования нижне- и верхнетриасовые породы сформировались преимущественно в континентальных условиях и сложены вулканогенно-терригенными породами, среднетриасовые же отложения образовались в условиях морского бассейна и сложены вулканогенно-карбонатными породами. Максимальная вскрытая толщина нижнетриасовых отложений составляет 131 м (скважина 1). Толщина отложений среднего триаса изменяется в пределах от 275 до 467 м. Для верхнетриасовых отложений характерно неравномерное распространение в пределах структуры и резкое колебание толщин, увеличивающихся в западном направлении до 225–248 м (в скважинах 6, 5) и сокращающихся до 19–65 м (в скважинах 12, 2), вплоть до полного выклинивания верхнетриасовых отложений на основном полюсе в районе скважин 1, 3, 11, 13, 14.

Промышленная нефтеносность на месторождении *Северный Аккар* связана с отложениями верхнего и среднего

триаса. Промышленная продуктивность верхнетриасовых отложений месторождения Северный Аккар связана с полимиктовыми песчаниками, преимущественно неравномерно-зернистыми, крупно-среднезернистыми, переходящими в гравелиты. Учитывая структуру пустотного пространства, эти породы относятся к коллекторам порового типа. Общая толщина пластового резервуара изменяется от 22 м (скважина 6) до 36,4 м (скважина 5). В разрезе скважин выделено по 3 пласта-коллектора. Эффективные толщины пластов по геолого-геофизическим данным составляют 0,5–1,4 м (скважина 5), от 1,4 м до 1,6 м (скважина 6). Нефтенасыщенные пласты установлены только в скважине 6, суммарная эффективная нефтенасыщенная толщина которых составляет 3,0 м. Пласты-коллекторы в скважине 5 определены как водонасыщенные по ГИС. Нижний предел проницаемости поровых коллекторов верхнетриасовой залежи равен $0,5 \cdot 10^{-3}$ мкм², нижний предел пористости равен 9% [4]. Покрышкой залежи является толща вулканогенно-терригенных отложений верхнего триаса. В продуктивном разрезе среднетриасовых отложений месторождения установлены как смешанные (каверново-поровые, порово-каверновые), так и простые (трещинные) коллекторы. Трещинные коллекторы не имеют значимой емкости, они лишь улучшают фильтрационные характеристики [2, 4, 5].

На месторождении Алатюбе скважинами вскрыт разрез палеозойских, мезозойских и кайнозойских отложений максимальной толщиной 4260 м [6, 7]. Залежи нефти выявлены в базальном горизонте верхнего триаса, а также в вулканогенно — доломитовой толще (залежи Б₁, Б₂) и в вулканогенно — известняковой толще среднего триаса (залежь А).

Коллектора в верхнетриасовых отложениях месторождения Алатюбе порового типа. Нижнее предельное значение проницаемости поровых коллекторов верхнего триаса принято равным $0,5 \cdot 10^{-3}$ мкм², а нижнее предельное значение пористости принято равным 9% [4, 6, 7].

Залежь нефти в верхнем триасе связана с полимиктовыми песчаниками, а залежи нефти в среднем триасе связаны с известняками, туфоизвестняками, доломитами и туфодоломитами. Коллекторы залежей — сложные, пустотное пространство представлено порами, кавернами и трещинами с единой системой фильтрации, и только залежь в верхнем триасе имеет поровый тип коллектора. В залежах среднего триаса трещинным коллектором является вся продуктивная толщина, и в ней выделяются порово — каверновые (залежь А) и каверново — поровые (залежи Б₁ и Б₂) коллектора (толщины).

Средний триас: порово-каверновые коллекторы залежи А обладают высокими фильтрационными свойствами. Проницаемость их изменяется от 1,58 до $1318,15 \cdot 10^{-3}$ мкм², а среднее значение составляет $156,68 \cdot 10^{-3}$ мкм². Коэффициент вариации равен 3,338. Значения открытой пористости определены по ГИС и по керну. По данным 21 лабораторных анализов керна открытая пористость изменяется в широких пределах от 0,04 до 0,242, а среднее значение составляет 0,127. Коэффициент вариации равен

0,135. По 38 определениям по ГИС значения пористости меняются от 0,05 до 0,25, а среднее значение составляет 0,096. Коэффициент вариации равен 0,287. Коэффициент нефтегазонасыщенности коллекторов среднего триаса оценивался по керну косвенным методом, методом центрифугирования, и по данным промыслово-геофизических исследований скважин. Коэффициент нефтенасыщенности для трещинных коллекторов условно принят 0,85, учитывая, что матрица трещинных коллекторов оценивается как водонасыщенная, а это значит, что все тупиковые участки и субкапиллярные пустоты заняты водой, а трещины нефтью и газом.

Верхний триас: емкостные свойства поровых коллекторов верхнетриасовых отложений оценивались по керну в скважине 1 по 10 представительным образцам и по результатам интерпретации материалов ГИС. Среднее значение пористости по керну равно 0,128, а по ГИС — 0,137. Интервал изменения по керну — 0,097–0,171, по ГИС — 0,10–0,16. Поровые коллекторы верхнетриасовых отложений имеют невысокие фильтрационные свойства. Интервал изменения значения проницаемости от $0,667$ до $16,70 \cdot 10^{-3}$ мкм², среднее значение параметра проницаемости по керну равно $5,03 \cdot 10^3$ мкм². Нефтенасыщенность верхнетриасовых поровых коллекторов оценивалась по комплексу ГИС и равна — 0,65, при колебаниях от 0,45 до 0,90 [8, 9].

Коллекторами на месторождении *Ащиагар* являются различные литологические разности: известняки, туфоизвестняки, туфопесчаники и песчаники [6, 10, 11, 13].

Коллекторами двух залежей, приуроченных к базальному пласту в подошвенной части верхнетриасовых отложений, являются туфопесчаники неравномерно-зернистые, крупно-среднезернистые, полимиктовые. По структуре пустотного пространства коллектора верхнетриасовой залежи относятся к поровому типу.

В продуктивном разрезе среднетриасовых отложений в вулканогенно-известняковой толще установлены смешанные (порово-каверновые) и простые (трещинные) коллекторы. Коллекторами для залежи нефти в среднем триасе являются известняки, туфоизвестняки. Пустотное пространство представлено порами, кавернами и трещинами с единой системой фильтрации. В этой залежи трещинным коллектором является вся продуктивная толщина, и в ней выделяются порово-каверновые коллекторы.

Таким образом, нефтенасыщенная толщина, представлена порово-каверновыми и трещинными коллекторами [4, 6, 10, 11, 12, 13, 14, 15].

При разделении пород на коллекторы и неколлекторы, в связи с отсутствием представительных анализов керна по залежам на месторождении Ащиагар, были использованы принятые нижние пределы проницаемости и пористости по аналогии с верхнетриасовой залежью месторождения Северное Карагие, а для среднетриасовой залежи — по аналогии с залежью А среднего триаса месторождения Алатюбе. Нижний предел проницаемости поровых коллекторов равен $0,5 \cdot 10^{-3}$ мкм², нижний предел пористости равен

9% [4, 10, 11, 13, 15]. Нижнему предельному значению проницаемости $0,1 \cdot 10^{-3}$ мкм² порово-каверновых коллекторов среднего триаса соответствует нижнее предельное значение открытой пористости 4% [4, 6, 10, 11, 13, 15].

Емкостные свойства коллекторов и нефтенасыщенность по залежам определены только по данным ГИС.

Характеристика параметров пористости и нефтенасыщенности коллекторов по залежам приведены в таблице 1.

Таблица 1. Характеристика коллекторских свойств и нефтенасыщенности залежей

Метод определения	Наименование	Пористость, д. ед		Нефтенасыщенность, д. ед	
		T ₃ (р-он скв. 5)	T ₂	T ₃ (р-он скв. 5)	T ₂
Лабораторные (керна)	Кол-во скважин Кол-во определ. Среднее значен. Кэф-т вариаци. Инт-л изменения	нет	нет	нет	нет
Геофизические	Кол-во скважин Кол-во определ. Среднее значен. Кэф-т вариаци. Инт-л изменения	6 10 0,13 0,034 0,09–0,16	4 16 0,06 0,152 0,04–0,09	5 9 0,68 0,062 0,49–0,91	4 16 0,70 0,016 0,50–0,92
Гидродинамические	Кол-во скважин Кол-во определ. Среднее значен. Кэф-т вариаци. Инт-л изменения	нет	нет	нет	нет

Как видно из таблицы 1 значения открытой пористости по ГИС отражены для двух залежей — для залежи T₃ (р-он скв. 5) и для залежи T₂. Параметры для залежи T₃ (р-он скв. 8) определены по одной скважине 8 и равны: пористость — 0,10, нефтенасыщенность — 0,74. На стадии поисково-разведочных работ в скважине 4 проводились гидродинамические исследования, согласно которым определялась фильтрационная характеристика коллекторов среднего триаса, вмещающих залежь. Проницаемость коллекторов в среднем составила $1,50 \cdot 10^{-3}$ мкм².

Промышленная продуктивность верхнетриасовых отложений месторождения Придорожное связана с песчаниками и туфопесчаниками средне и крупнозернистыми, гравелитистыми, полимиктовыми. Учитывая структуру пустотного пространства (межзерновые пустоты представлены порами, размер которых колеблется от 0,02 мм до 0,15 мм), оценки физических свойств (емкостную и фильтрационную среду формируют только поры), эти породы относятся к коллекторам порового типа.

В продуктивном разрезе вулканогенно-доломитовой толщи среднетриасовых отложений месторождения установлены каверново-поровые коллектора.

Петрографическое изучение пород в разрезе вулканогенно-доломитовой толщи в больших и стандартных шлифах показало, что емкостью рассматриваемых пород являются поры и каверны, причем поры преобладают. Исходя из строения пустотного пространства породы, вмещающие залежь, относятся к каверново-поровому типу.

Верхнетриасовая залежь нефти месторождения Придорожное приурочена к подошвенной части вулканоген-

но-терригенных отложений. Общая толщина поровых коллекторов продуктивной части изменяется от 4 до 14,8 м.

В среднетриасовых отложениях нефтяная залежь связана с вулканогенно-доломитовой толщей, Общая толщина продуктивного пласта составляет в пределах Основного блока — 42–70 м. В пределах Северо-западного блока — общая толщина продуктивного пласта составляет 59,6 м.

Емкостные свойства поровых коллекторов верхнетриасовых отложений оценивались по лабораторным исследованиям керн, а также по результатам интерпретации материалов ГИС. Проницаемость коллекторов, вмещающих верхнетриасовую залежь, оценивалась по образцам керн.

Коэффициент нефтегазонасыщенности коллекторов оценивался только по данным промыслово-геофизических исследований скважин.

По скважине 9 по 48 образцам из представленных 50 образцов были проведены исследования на емкостно-фильтрационные свойства. Исследования показали, что отобранные образцы керн обладают низкой открытой пористостью от 0,07 до 8,56%, очень низкой проницаемостью, низким коэффициентом нефтенасыщенности до 0,38–0,37 (интервалы 3866,6–3866,7 м и на глубине 3845,12 м).

По скважине 12 по 39 образцам из представленных 40 образцов проведены были исследования на емкостно-фильтрационные свойства. Отобранные образцы керн из отложений верхнего триаса характеризуются значениями открытой пористости от 0,18 до 8,18%, и в свою очередь обладают очень низкой проницаемостью.

Наибольшей открытой пористостью обладают исследованные образцы керн из отложений среднего триаса,

представленные доломитами комковатыми, комковато-оолитовыми, от 14 до 17,6% (интервалы 4003–4008, 4008–4013, 4013–4016, 4015–4016, 2 м), а также они же обладают наибольшей проницаемостью от 15 до $75 \cdot 10^{-3}$ мкм².

По исследованным 24 образцам на остаточную водонасыщенность лишь в трех случаях наблюдалось присутствие воды. При определении нефтенасыщенности пород наблюдалось низкое значение нефтенасыщенности. Представительных образцов, выделяемых по пределам пористости и проницаемости в среднетриасовой залежи, оказалось 5 [16, 17].

На месторождении *Западный Жетыбай* по данным интерпретации материалов комплекса геолого-геофизических исследований, было выделено 4 залежи: в терригенных отложениях верхнего триаса (горизонты Т₃1 и Т₃2); в карбонатных отложениях среднего триаса (горизонты Т₂А и Т₂Б).

Горизонт (Т₃1) стратиграфически приурочен к отложениям верхнего триаса и вскрыт поисковыми скважинами 55, 58 и 59. Пласты-коллекторы представлены песчаником с глинисто-кремнистым цементом алевролитом с многочисленными карбонизированными остатками, не известковистым. По данным ГИС коллектора горизонта в скважинах 55, 58 и 59 оценивается, как нефтенасыщенные. Общие и эффективные нефтенасыщенные толщины в скважинах равны между собой и изменяются от 7,0 м до 8,6 м. Коэффициенты песчаности и расчлененности по всем скважинам равны 1,0 д.ед. Лабораторные исследования керн и гидродинамические исследования не проведены. Коэффициент пористости по данным ГИС изменяется от 0,12 д.ед. до 0,20 д.ед. Коэффициент нефтенасыщенности изменяется по скважинам от 0,55 д.ед. до 0,89 д.ед.

Горизонт (Т₃2) в стратиграфическом отношении приурочен к отложениям верхнего триаса, коллектора вскрыты поисковыми скважинами 55 и 58, а в скважине 59 — замещены глинами. Пласты-коллекторы представлены песчаником, алевролитом с глинистым цементом с многочисленными карбонизированными остатками, не известковистым. По шламу отмечаются пропластки доломита. По данным ГИС коллектора горизонта в скважинах 55 и 58 оценивается, как нефтенасыщенные. Общая толщина горизонта составляет по скважине 55—29,1 м и скважине 58—33,0 м, а эффективная нефтенасыщенная толщина соответственно 7,7 м и 9,5 м. Коэффициент песчаности по скважине 55 составляет 0,26 д.ед. Коэффициент расчлененности по скважинам составляет 3—4. Лабораторные исследования керн и гидродинамические исследования не проведены. Коэффициент пористости по данным ГИС изменяется от 0,07 д.ед. до 0,09 д.ед. Коэффициент нефтенасыщенности изменяется по скважинам от 0,32 д.ед. до 0,45 д.ед.

Горизонт (Т₂А) в стратиграфическом отношении приурочен к отложениям среднего триаса и вскрыт поисковыми скважинами 55, 58 и 59. Пачка «А» литологически сложена известняками доломитизированными до доло-

мита с тонкими прослоями аргиллитов предположительно вулканогенного происхождения в нижней части и глинистыми, вулканогенно-глинистыми известняками до мергеля в верхней. По данным ГИС коллектора горизонта в скважинах 55, 58 и 59 оценивается, как нефтенасыщенные. Общая толщина горизонта изменяется от 70,6 (скважина 55) до 84,5 (скважина 59). Эффективная нефтенасыщенная толщина изменяется от 56,6 м (скважина 59) до 64,9 м (скважина 55). Коэффициент расчлененности по скважинам изменяется от 7 до 12. Лабораторные исследования керн и гидродинамические исследования не проведены. Коэффициент пористости по данным ГИС изменяется от 0,07 д.ед. до 0,27 д.ед. Коэффициент нефтенасыщенности изменяется по скважинам от 0,57 д.ед. до 0,70 д.ед.

Горизонт (Т₂Б) в стратиграфическом отношении приурочен к отложениям среднего триаса и вскрыт всеми пробуренными поисковыми скважинами 55, 58 и 59. Литологически пачка «Б» представлена известняками серовато-бежевыми, бежевыми от пелитоморфных с редкими органогенными остатками до органогенно-детритовых), нередко оолитовыми, иногда до биогермных пород. Известняки в различной степени доломитизированы вплоть до доломита, перекристаллизованы до крипто-мелкокристаллических. По данным ГИС коллектора горизонта в скважинах оценивается, как нефтенасыщенные. Общая толщина горизонта изменяется от 119,8 м (скважина 55) до 174,1 м (скважина 59). Газонасыщенная толщина составляет 32,1 м (скважина 58), а нефтенасыщенная — изменяется от 70,6 м (скважина 58) до 93,7 м (скважина 55). Коэффициент расчлененности по скважинам изменяется от 13 до 29. По лабораторным исследованиям керн из скважин 55, 58 и 59 определена проницаемость, которая изменяется от 0,1 мД до 0,5 мД. Гидродинамические исследования не проведены. Коэффициент пористости по данным ГИС изменяется по скважинам от 0,06 д.ед. до 0,07 д.ед., а по данным лабораторных исследований — от 0,03 д.ед. до 0,04 д.ед. Коэффициент нефтенасыщенности изменяется по скважинам от 0,47 д.ед. до 0,69 д.ед. [18].

На месторождении *Северное Карагие* залежи нефти в верхнем триасе связаны с песчаным пластом-коллектором. Продуктивные пласты-коллекторы сложены полимиктовыми песчаниками. По строению пустотного пространства, оценке емкостной и фильтрационной среды, полимиктовые песчаники вулканогенно-терригенной толщи верхнего триаса относятся к коллекторам порового типа. Песчаная пачка, к которой приурочены залежи нефти в верхнем триасе, представлена, в основном, двумя пластами-коллекторами. Общая толщина залежи в Восточном блоке изменяется от 2,2 м до 19,6 м, среднее значение составляет 10,3 м.

Литолого-физические свойства пород коллекторов изучены по керну и по данным ГИС. В таблице 2 приведена характеристика нефтенасыщенности и коллекторских свойств по залежи.

Таблица 2. Характеристика коллекторских свойств и нефтенасыщенности

Вид исследований	Наименование	Параметры		
		Проницаемость, 10^{-3}мкм^2	Коэффициент открытой пористости, доли ед.	Коэффициент нефтенасыщенности, доли ед.
Лабораторные (керна)	Количество скважин	1	3	1
	Количество определений	13	37	13
	Среднее значение	7,1	0,14	0,67
	Коэффициент вариации	1,620	0,0245	0,0095
	Интервал изменения	0,7–34,7	0,095–0,187	0,59–0,78
Геофизические	Количество скважин		7	7
	Количество определений		31	29
	Среднее значение		0,14	0,63
	Коэффициент вариации		0,029	0,031
	Интервал изменения		0,1–0,19	0,43–0,82
Гидродинамические	Количество скважин	5		
	Количество определений	5		
	Среднее значение	15,8		
	Коэффициент вариации	0,642		
	Интервал изменения	0,5–34,5		

Пористость по залежи определена двумя методами: по данным ГИС и по результатам анализов керна. Пористость по керну изучена в трех скважинах на 37 образцах и проницаемость — в одной скважине по 13 определениям. Среднее значение коэффициента пористости по керну и ГИС составляют 0,14.

Среднее значение проницаемости, определенное по керну, составляет $7,1 \cdot 10^{-3} \text{ мкм}^2$, а по результатам гидродинамических исследований — $15,6 \cdot 10^{-3} \text{ мкм}^2$, что позволяет говорить о песчаных пластах как о низкопроницаемых коллекторах.

Начальная нефтенасыщенность песчаных коллекторов определялась геофизическими методами и по керну. Среднее значение нефтенасыщенности полученное, по керну и данным ГИС приведено в таблице 2. Начальная нефтенасыщенность меняется по разрезу от 0,43 до 0,82 и в среднем составляет 0,63 [19].

Геофизические исследования в открытом стволе включают методы позволяющие изучить электрические, радиоактивные и плотностные свойства пород слагающих продуктивный разрез и уверенно выделить в разрезах скважин пласты-коллекторы, определить их емкостно-фильтрационные свойства. Примененный комплекс геофизических исследований в открытом стволе скважин включает следующие методы: — метод бокового каротажного зондирования (БКЗ) зондами разной глубинности; — боковой каротаж многоэлектродными (пять, семь, девять) фокусированными зондами (БК), — микробоковой каротаж (БМК); — ми-

крокаротажное зондирование (МКЗ); — индукционный каротаж (ИК) разноглубинными зондами (ЗИ 0.5, ЗИ 0.85, ЗИ 1.26, ЗИ 2.05); — метод самопроизвольной поляризации (ПС); — замер диаметра скважины (КВ); — гамма-каротаж (ГК); — нейтронный каротаж (ННК); — плотностной (литоплотностной) гамма-гамма каротаж (ГГК-п, ГГК-лп); — акустический каротаж (АК); — резистивиметрия; — термометрия; — инклинометрия — замер кривизны ствола скважины.

В технических и эксплуатационных колоннах проводился метод оценки качества цементирования обсадных колонн (АКЦ) в масштабе глубин 1:500.

Производство ГИС велось на каротажных станциях, оснащенных компьютерной техникой, применены модульные скважинные приборы, позволяющие проводить за одну спуско-подъемную операцию запись практически всех методов ГИС. Регистрация методов исследования велась в цифровой форме.

Приведенные конкретные данные подтверждают широкое развитие доюрских, особенно триасовых отложений в пределах Южного Мангышлака и указывают на наличие мощных потенциальных коллекторов с соответствующими крышками. В разрезах триаса на Южном Мангышлаке встречаются коллекторы — терригенные и карбонатные. Несмотря на ограниченность керновых данных и неравномерное их распределение по разрезу и площади, анализ изменения емкостно-фильтрационных свойств триасовых отложений показывает сохранение их значительных величин независимо от типа коллекторов.

Литература:

1. Кожамет К. А. «Физические параметры пород-коллекторов доюрского комплекса в пределах Южного Мангышлака», Вестник Российской Академии естественных наук, 2012 г.

2. Крупин А. А., Соловьев В. В., Анисимова Н. А., Джубанышева Ж. Б., Нугиев М. А. и др. Подсчет запасов нефти и растворенного газа по месторождению Северный Аккар по договору № 239/16 (по состоянию на 01.01.2006 г.) в 5 книгах. — Актау, ТОО «НПЦ», 2006 г.
3. Нугиев М. А., Сатканбаев Х., Соловьев В. В., Исангильдеева Ф. А. и др. Технологическая схема разработки месторождения Северный Аккар по договору № 367/59 в 3 книгах. — Актау, ТОО «НПЦ», 2007 г.
4. Проняков В. А., Чербянова Л. Ф., Чагай Н. В. Изучение литолого-петрографических особенностей и коллекторских свойств доюрских отложений Мангышлака в связи с их нефтегазоносностью. Отчет по договору № 66/92. — Актау: КазНИПИнефть, 1993 г.
5. Проняков В. А., Чербянова Л. Ф., Чагай Н. В., Федулова Н. В. Изучение литолого-физических свойств и нефтегазонасыщенности продуктивных отложений месторождений Мангышлака. Отчет по договору № 66/90. — Шевченко: КазНИПИнефть, 1990 г.
6. Коростышевский М. Н., Попова Л. А. «Подсчёт запасов нефти и газа группы месторождений Карагинской седловины Мангистауской области республики Казахстан по состоянию на 01.07.93 г». (отчет по договору 77/91) г. Актау, 1993 г. КазНИПИнефть.
7. Котов В. П., Дорофеева Л. Е., Андрейко Т. И. и др. «Подсчёт запасов нефти и газа месторождения Алатюбе (по состоянию на 01.01.2003 г.)». Отчет по договору № 7/186 в 5 книгах. г. Актау, 2003 г. ТОО «НПЦ».
8. Рабинович А. А., Котов В. П., Исангильдеева Ф. А. и др. «Проект поискового бурения на площадях Алатюбе». г. Шевченко, 1988 г. КазНИПИнефть.
9. Досмухамбетов Д. М., Котов В. П., Исангильдеева Ф. А. и др. «Дополнение к проекту поискового бурения на площади Алатюбе». г. Шевченко, 1988 г. КазНИПИнефть.
10. Котов В. П., Дорофеева Л. Е., Андрейко Т. И. и др. Подсчет запасов нефти по месторождению Ашиагар (по состоянию на 01.01.2004 г.). Отчет по договору 11/186 в четырех книгах. ТОО «НПЦ», г. Актау, 2004 г.
11. Кошмин В. Г., Кувандыкова З. А. и др. Подсчет запасов нефти и газа по месторождению Ашиагар (по состоянию на 01.01.2004 г.). Технично-экономическое обоснование коэффициента извлечения нефти. Отчет по договору 12/513 с АО «Мангистаунаыгаз». ТОО «НПЦ», г. Актау, 2004 г.
12. Протокол № 355—04-У Заседания Государственной комиссии по запасам полезных ископаемых от 09 декабря 2004 г. по рассмотрению отчета «Подсчет запасов нефти и газа по месторождению Ашиагар по состоянию на 01.01.2004 г». г. Кокшетау, 2004 г.
13. Котов В. П., Нугиев М. А., Костюнина В. С., Дорофеева Л. Е. и др. Технологическая схема разработки месторождения Ашиагар. Отчет по договору № 815/110 в трех книгах. ТОО «НПЦ», г. Актау, 2006 г.
14. Выписка из Протокола № 39 Заседания Центральной комиссии по разработке нефтяных и газовых месторождений от 20 октября 2006 г. по рассмотрению отчета Технологическая схема разработки месторождения Ашиагар. г. Астана, 2006 г.
15. Единые Правила разработки нефтяных и газонефтяных месторождений Республики Казахстан. г. Алматы, 1996 г.
16. Зонн М. С., Виноградова К. В. и др. Отчет «Комплексная аналитическая обработка керна с целью уточнения геологического строения и перспектив нефтегазоносности месторождения Придорожное», скважина № 9. Договор № 723 от 27.09.04 г. с ОАО «Мангистаунаыгаз». г. Москва, 2005 г.
17. Зонн М. С., Виноградова К. В. и др. Отчет «Комплексная аналитическая обработка керна с целью уточнения геологического строения и перспектив нефтегазоносности месторождения Придорожное», скважина № 12. Договор № 1227 от. с АО «Мангистаунаыгаз». г. Москва, 2007 г.
18. Проект пробной эксплуатации месторождения Жетыбай Западный (по состоянию изученности на 01.07.2014 г.). ТОО «НПЦ», г. Актау, 2014 г.
19. Дорофеева Л. Е., Крупин А. А., Анисимова Н. А. и др. Подсчет запасов нефти и растворенного газа по месторождению Северное Карагие (по состоянию на 01.01.2006 г.). Отчет по договору № 193/30. — г. Актау, ТОО «НПЦ», 2006 г.

Rising underground water flow and its impact on some of the villages in the Babylon, from the perspective of Hydro-geochemistry

Suha Salim Ali
University of Diyala, Baqubah, Iraq

In this research study rising groundwater levels in the present study, located near the city of Babylon area. The study showed that the chemical type of groundwater is a sodium sulfate and sodium bicarbonate is of candidate air out of the

other type of magnesium chloride has a maritime origin and it is possible to use this water for irrigation and human activity.

The study Hydro geochemistry groundwater of important studies in order to obtain water sources as possible be used for development in the irrigation and agricultural areas in urban and industrial and for the purposes of human field after modern purification processes through a process to get rid of salt and get rid of germs by using the process of chemical analysis and biological have observed in many countries, especially neighboring countries, groundwater is the main source of water so as to lack of rivers.

Many hydrogeological studies on this area has been conducted has studied the sources and nature of groundwater near of the area province of Babylon, and pointed through his study to a small water eyes are located on the western side of the study area and considered mineral eye non-potable water. The hydrogeological characteristics of the groundwater examined within the study area and said that the direction of movement of water beneath the surface is identical to the direction of movement of surface water, and pointed out that the villages are clustered groundwater area.

Also dealt with the study of hydrological wells drilled within the region and through chemical analyzes of the study demonstrated that the ions of positive conditions in aqueous solutions of these wells are ions, $\text{Ca} + 2 \text{Na} + 1$, $\text{Mg} + 2$, $\text{K} + 1$, the negative ions prevailing in the solution are $\text{Cl}-1$, SO_4-2 , NO_3-1 , HCO_3-1 and rates are very low.

A study by the study of the composition of the study area was conducted and found that there is a porous section of brines saturated deposition during its existence and passing through the pores of class as a result of evaporative conditions inside the pores, which lead to increased surface layer size and its expansion and consequently lead to twisting of them and a height of several centimeters on the surface shape of the cones have been launched on these forms structures Beatty name of any conical tent. The study pointed [5] these figures can be used to identify the locations of groundwater flow within the region. Ban has said these structures are conical appear when seasonal drought stage this study aims to find out the origin and type of groundwater for wells and can be used for irrigation and human activity.

The topography of the region: The region in general is characterized by mixed topography in height, as the western parts fluvial sediments composed of silt and gravel, an ancient river sediments, and that the real coastline, characterized by a small cliff, and, in some areas, which covered the roofs of secondary gypsum, and the eastern parts of the region are sand dunes are relatively high, and the valley is located in this region has been filled in the past and are covered with sand and silt by wind and floods You can trace the form of the valley to the south in the form of discharge line connected between him and the Euphrates River valley and note that the surrounding villages in the province of Babylon, is the highest point in the concluded that the sediment salt

contained within the study area are a result of the evaporation of water in the summer as this water is formed as a result of falling winter rain

- The topography of the region:
- Description of geological and structural study area:

The region is composed generally of river sediments, whether old or recent delta deposits, as well as aerobic of sand dunes are located in the eastern part, The old plaque river include deposits of gravel The western region of the region and surfaces simple ripple Below sediment river has stated that there is a gravel deposits and deposits dating back to the optional configuration, and this configuration detectors clearly appear in the course of the Euphrates River in Babylon, and at the bottom of these deposits gravel settles a casserole components, mostly sandstone and other mud with a mud-rock in addition to a percentage of secondary gypsum in some parts, And therefore at the bottom of these deposits it is mainly composed of limestone layers, stone clay and Celtic and sediment mass of gypsum and Alanhdric addition to deposits of rock salt and reagent these configurations show clearly when some of the villages, which are the main source of the salts. The structural situation of the study area is that the area is located in the northern part of the scope of the sedimentary within easy pavement unstable by divisions Bode. And specifically in the northern part pointed out that this part of the band has been strongly influenced by the movement mechanism, which is determined depending on the results of geophysical measurements, and the distinctive structure in the region is the presence Fold concave, it was stated that the optional formation show openness in the western part of the region and the banks of the River Euphrates and where classes tend slightly toward the northeast while the North's shows at some of the villages and have a tendency classes in the south-west direction, so the study area is located in a low synthesizer.

Working methods

- collect water samples and analyzed:

Groundwater samples were collected from some of the villages, as shown in Figure been keeping models in plastic bottles of a capacity of 1 liter, washed and dried and took Repeater model for each site. And preserved in the laboratory were conducted by standard analytical chemical methods as found in (12, AptlA AwwA, AphA, AwwA, Apcf, 1985) has been appointed as sodium and potassium ion by measuring atomic emission flame device and calcium ion, magnesium way volumetric using

Lotion (FDTA) The chloride ion has appointed way volumetric titration with silver nitrate solution, and ion sulfate gravimetric method and deposited it with the form of barium sulfate Using barium chloride, while Ion bicarbonates has

been appointed by the correction manner with sulfuric acid, and nitrate are appointed by the titration manner with the standard sulfuric acid and using a distillation device steam and so were the concentrations of ions of positive and nega-

tive for the water study wells in units of the PPM account as in Table 1.

Table 1 shows the concentrations of positive and negative ions to study wells in units of ppm

Table 1

PH	T.S.mg/L	NO-13	HCO-13	SO-24	Cl-	Mg+2	Ca+2	K+	Na+	NO
7.35	4.8	124.50	73.98	1343.4	1433.5	122.6	312.6	6.63	992.91	1
7.21	5.6	153.14	79.3	1348.5	1420	160.5	207.6	5.85	973.82	2
7.25	5.8	126.48	89.06	1482.2	1423.0	142.5	307.6	3.12	892.4	3
7.33	5.3	128.34	73.2	1353.2	1417.5	153	304.3	5.85	1410.1	4
7.19	5.3	125.86	67.1	1428	1317.0	126.6	352.7	6.24	999.58	5
7.22	5.2	26.65	129.5	1519.7	608.11	133.5	311.7	10.1	1045.1	6
7.28	5.4	1357.7	128.1	1250.8	1547.4	172.3	329.1	3.2	833.06	7

– 2 Table shows the concentration of ions of positive and negative water wells as a percentage of the unit's epm.

Table 2

NO-3	HCO-3	SO-24	Cl-	Mg++	Ca+2	K+	Na+	NO
2.03	1.14	56.67	38.84	35.36	21.24	0.12	33.17	1
2.37	1.2	56.19	40.14	26.75	30.76	0.15	42.34	2
2.14	1.44	61.56	24.74	25.76	35.36	0.08	38.08	3
2.07	1.2	56.8	39.93	25.5	20.43	0.15	43.92	4
2.03	1.1	59.5	27.1	21.11	35.27	0.16	43.46	4
0.43	2.45	79.99	16.12	23.26	31.16	0.26	45.31	6
2.19	2.1	42.12	43.58	25.72	32.98	0.08	36.22	7

– Hydro geochemical wells:

Hydro geochemical studies represent an important aspect to determine aquifer water-bearing and in the understanding of the conditions and factors that have passed out water through the date of its composition and the hydro chemical water affected by many factors, including the quality of the rock structure of the area where water is present And portability rocks on the water stored in the pores within the rock fabric in addition to the geological age in all subsequent manufacturing operations as well as the quality and quantity of water located within those wells are used Hydro geochemical studies to solve many production problems for the water which determine the class of water sources, Or help in the thread operations interpret Sensors wells and through knowledge of the concentrations of dissolved substances and compounds in interstitial water as well as the results of water tests are used in the work of emulation between stratigraphic units produced water in this study we are trying to use hydrochemical functions resulting from the analysis hydrochemical wells study area in order to find out how many of the conclusions, as follows:

1. Knowledge of the origin of groundwater wells in the study area:

Knowing the origin of the water using a classification (Sulin, 1946) which is based on determining the percentages

of equivalents (epm%) of positive and negative ions dissolved in water and can be applied this principle to the wells studied fulfilled in Table 3:

Table 3 illustrates the groundwater of the study area classified according to the classification (Sulin)

2. The validity of the water wells in agricultural use and irrigation:

Knowing the use of water from these wells validity for the purposes of irrigation and agriculture through the application of the principles of the scientist Todd, as follows:

$$SAR = Na / \sqrt{Ca + Mg/2}$$

Where (SAR) represents the sodium adsorption. The principle can be applied to study the wells as in Table [3].

3. Knowledge of the water wells in the validity of human use: Carrol principle can be used to determine the validity of the well water for human use, as in the Table no 3.

Results and discussion

4. hydrochemical groundwater wells for the study:

The nature of the heterogeneity of ions dissolved in water mainly climate and the type of mother rocks and human activity affected, and are shown in Table No. concentrations of ions and the amount of the total salinity in groundwater for wells where the highest values of the concentrations of ions

Table 3

Value Cl- Na/Mg	Value Na- Cl/SO ₄	Value Na/Cl	Origin of water	Type of water	NO
-0.13	0.13	1.07	Weather	SO ₄	1
-1.5	0.03	1.05	Weather	SO ₄	2
-0.15	0.05	1.11	Weather	SO ₄	3
-0.18	0.06	1.06	Weather	SO ₄	4
-0.30	0.11	1.17	Weather	SO ₄	5
-1.31	0.32	2.7	Weather	SO ₄	6
0.25	-0.13	0.84	Sea	Cl- Mg	7

are ionic sulfate, sodium, because the study area within the detector consisting of gypsum areas and Alanhdraat In addition to the deposits of rock salt and there are contrasting tentative regularly for ion single wells within the group.

It was knowledge of the origin and type of wells through the use of the principle of its kind found that the chemical is of sodium sulphate and with air type of asset except for some areas; it is the type of magnesium chloride and of marine or-

igin as in the Table. The only groundwater within the study area was kind of chemical is magnesium chloride type, although the origin of waters with marine origin, it indicates the presence of compounds Hyderukarboneh was the result either of a pollution Hyderukarbone in the study area, or as a result of the existence of clusters Hyderukarboneh naturally as a result of the conditions of geological experienced by those Region.

References:

1. His al-Rubaie ((groundwater in the Arab world)) Publishing alkalma, Damascus 2002. Book ((global climatic changes and their impact on fresh water)) House floor Damascus, 2002.
2. Association of hydro geologists global ((heuristic guide on setting up susceptibility maps of groundwater contamination)) translation secure proprietary, Arab League Educational, Cultural and Scientific Organization (Management Science and Scientific Research) Tunisia 1998 p. 31.
3. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization and World Meteorological Organization ((Water Resources Assessment-guide to assess the national capacities)) Translate Secretary Salti, Tunisia 1998 p 88.89.
4. Mackereth, F. J. H. and Horon, J. (1999). Water analysis fresh — water Biological.
5. El- Kiki, F.K; Al- Pin, T.S. and Hassan, H, A. (2001).Hydrochemical condition of Eaktimi.Alifin Shani lake basin.j. G. S.T., 2000, 7, Iraq., 111 – 124.
6. Cream, Hakki Ismail Ibrahim; and Mahmoud, Saddaua Sharif. (2008). Report on hydrological studies within the province of Nineveh / General Establishment for Geological Survey and investigation of mineral area of the island.
7. Warren, J.K. and Kendall, C.G. (1985). Comparison sequences pormed in marine sabkha (svbaqueous) setting modern and anice. A. A. P. G. Bull. V. 69. No. 6, pp. 1013–102.
8. Badri, Abbas Salih, pigment, and Jacob and Nabil Ali Ibrahim, (2010). Geological investigation of the center of the island within the province of Nineveh / General Establishment Geological Survey and an internal investigation Almadena.tgarir, page 9.
9. Araim, H.I.; Iaboutka, M. and Ghazoul, S. (1998). Report on Hydrogeological in Shari lake — Sammara, state organization for minerals Baghdad.
10. Buday, T. (1980). The Regional Geology of Iraq: stratigraphy and pale geography, Dar Al-Kutib Pub. House Univ of Mosul, p 445.
11. Buday, T. (2005). The Regional Geology of Iraq Vz. Tectonic and structure

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

Роль личных подсобных хозяйств в развитии сельского хозяйства на территории Нижнеломовского района Пензенской области

Семёнова Юлия Константиновна, студент;
Тюкленкова Елена Петровна, кандидат технических наук, доцент
Пензенский государственный университет архитектуры и строительства

Данная статья посвящена анализу роста и развития личных подсобных хозяйств на территории Пензенской области. Проанализировано личное подсобное хозяйство по разведению овец С.П. Лисицына. Вклад малых форм хозяйствования на земле в развитии сельского хозяйства. Овцеводство — перспективное направление развития животноводства с учетом получения экологических чистых продуктов в виде мяса, шерсти, молока.

Ключевые слова: личное подсобное хозяйство, овцеводство, продукция животноводства, программы поддержки малого и среднего бизнеса

Личное подсобное хозяйство — форма деятельности гражданина и членов его семьи, направленной на производство сельскохозяйственной продукции и её переработку. Роль ЛПХ способствует росту бюджетов сельских семей через увеличение объемов производства и реализации излишков на рынке.

Меры государственной поддержки семейных и начинающих фермеров остаются одними из самых востребованных со стороны малого бизнеса в сельском хозяйстве. Пензенской области совместно с агробизнесом региона разработан комплекс мер государственной поддержки агропромышленного комплекса. В регионе действуют программы по развитию молочного и мясного скотоводства; птицеводства; производства картофеля, овощей и плодово-ягодной продукции. На развитие агропромышленного комплекса Пензенской области в 2015 году государственная поддержка составила за счет средств федерального бюджета в сумме 2701,1 млн рублей, из которой 2356,3 млн рублей оформлены соглашением о предоставлении указанных средств в бюджет области между Правительством Пензенской области и Минсельхозом России. По состоянию на 1 сентября 2015 года, субсидии федерального бюджета доведены до получателей в сумме 1886,0 млн рублей или 80% от объемов субсидий, предусмотренных соглашением. В Минсельхоз России заявлена дополнительная потребность в субсидиях федерального бюджета в сумме более 400,0 млн рублей на возмещение процентной ставки по инвестиционным и краткосрочным кредитам.

За период с 2012 по 2016 годы в рамках программных мероприятий по поддержке начинающих фермеров со-

здано 125 крестьянских фермерских хозяйств; по созданию семейных животноводческих ферм — 31 ферма. По итогам сельскохозяйственного сезона 2016 года Пензенская область добилась значительных результатов — многие хозяйства, специализирующиеся на выращивании зерновых и зернобобовых культур, превысили собственные показатели урожайности прошлого года. В настоящее время средняя урожайность зерновых по региону составляет порядка 29 ц/га, это позволяет Пензенской области сохранять лидирующие позиции в Приволжском федеральном округе «Работа по повышению урожайности в регионе должна быть продолжена», — отметил глава субъекта федерации Иван Белозерцев.

Большинство личных подсобных хозяйств содержат поголовье сельскохозяйственных животных и осуществляют возделывание сельскохозяйственных культур на площадях, обеспечивающих производство продукции сельского хозяйства для личного потребления, что способствует росту уровня жизни сельского населения и развитию самозанятости. Реализация продукции сложная задача, решением Правительства Пензенской области на территории городов и районных центров организованы «ярмарки выходного дня», на которых личные подсобные хозяйства могут осуществлять продажу излишков продукции собственного производства. В настоящее время личное подсобное хозяйство является одним из главных источников дохода для населения, что способствует значительному росту сельскохозяйственной продукции.

В России развитию ЛПХ способствует благоприятный налоговый климат — отсутствие налогов, отмена ограни-

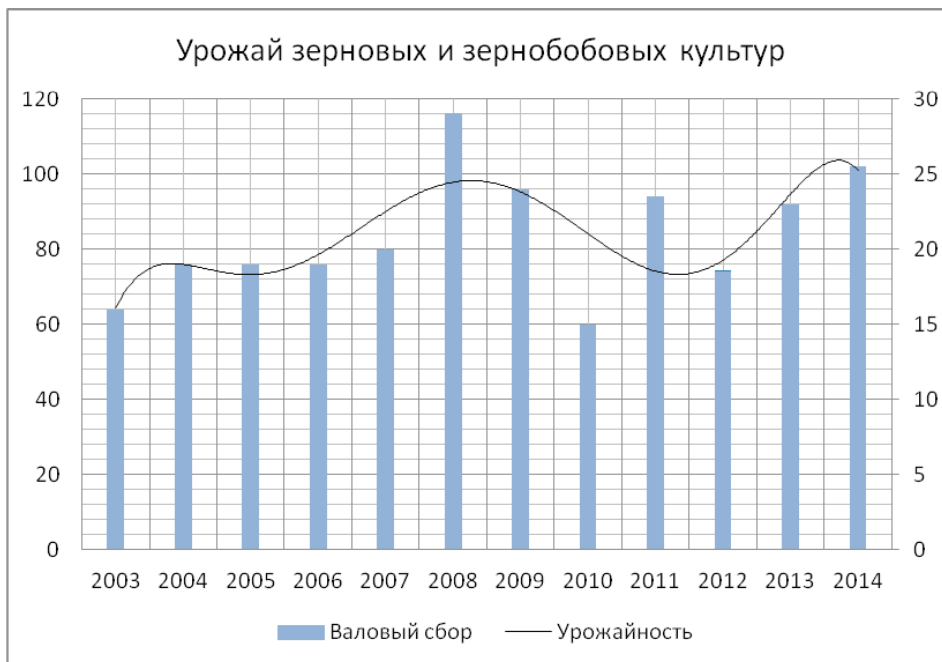


Рис. 1. Темпы роста урожайности зерна в Пензенской области

чений на владение сельскохозяйственной техникой и грузовыми автотранспортными средствами, введение тарифов на энергоносители, приравненные к тарифам для населения, наличие многочисленных социальных льгот для старшего поколения — фактических глав личного подсобного хозяйства.

На территории Пензенской области помимо личных подсобных хозяйств имеются и крестьянско-фермерские хозяйства, мясо-молочные фермы, кормопроизводство, которые вносят существенный вклад в развитии сельскохозяйственной, пищевой и других отраслей.

Известным среди личных подсобных хозяйств Нижнеломовского района в с. Норовка является хозяйство Сергея Петровича Лисицина по разведению овец.

На сегодняшний день разведение овец в домашних условиях является одним из самых прибыльных видов производства в животноводстве. Многие фермеры начинают свою предпринимательскую деятельность именно с разведения овец. Эти животные неприхотливы, отлично переносят холод в зимний период. Разводят овец ради ценной шерсти и меха, полезного молока и мяса. Для рентабельности овцеводства необходимо наличие кормовой базы

Роль в валовом сборе

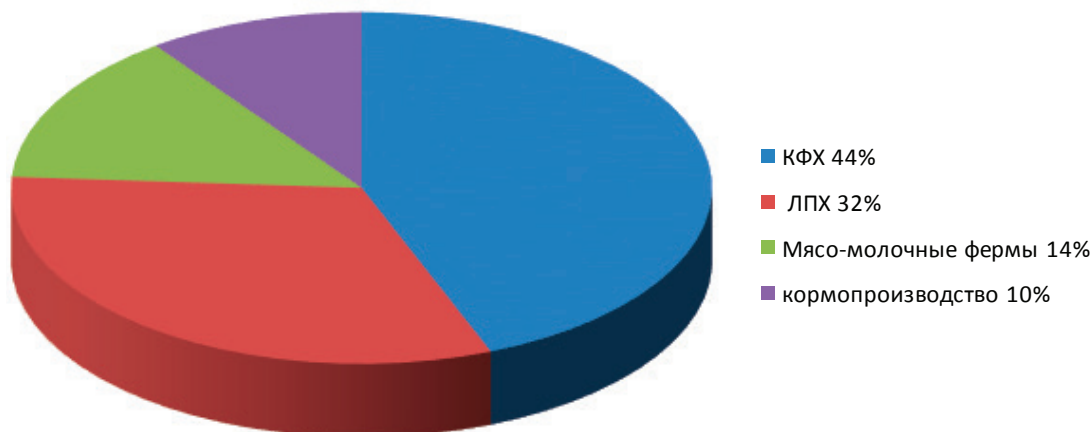


Рис. 2. Диаграмма роли ЛПХ в валовом сборе по Пензенской области

и масштаб разведения. Для выпаса овец используют естественные пастбища. Под пастбища используются земли, выводимые из севооборота для восстановления плодородности почвы. Взрослая овца в среднем съедает около 10 кг травы в сутки. Для выпаса их стада необходимо 1 га. За время пастбы земля удобряется овечьим навозом и к концу пастбищного периода полностью готова к следующему засеву. Сено злаковых трав и бобовых культур, овёс, ячмень — лучший корм для овец. Суточной нормой для матки является 2 кг сена.

Овечий сыр как более питательный набирает свою популярность, однако его редко можно увидеть на прилавках из-за высокой стоимости. В легкой промышленности используют шерсть для производства тканей, также шерстяная пряжа популярную для ручного вязания.

В личном подсобном хозяйстве С. П. Лисицина пока 50 голов овец: 2 барана, 10 ярок, 8 барашек, а остальные овцы матки. Все животные находятся в построенном помещении (сарай) во дворе дома. Решено расширить хозяйство и построить мини-овцеферму. Создание минифермы поможет поддержать необходимый климат содержания овец, позволит минимизировать фермерские затраты на обустройство животных и гарантировать достижение оптимальных результатов в процессе эксплуатации минифермы. В связи с расширением хозяйства появляются дополнительные рабочие места, что решает проблемы безработицы в с. Норовка. Хозяйство сотрудничает с близлежащими школами, реализуя проект «Обучение через предпринимательство», проводят экскурсии, на которых рассказывают

сельским ребятам, что не надо бояться работать на селе, и работа в сельском хозяйстве может приносить радость, удовлетворение и прибыль на благо родному селу.

В настоящее время мясо реализуется на рынке г. Нижний Ломов, в ближайших сёлах, а также физическим и юридическим лицам, а шерсть поставляют ОСПК «Клавдия, который создан при МБОУСОШ с. Норовка, в котором из шерсти изготавливают согревающие пояса, игрушки и декоративные предметы. Чистая прибыль в 1 год = 37 200 рублей, во 2 год = 54 400 рублей, в 3 год 72 000 рублей, с учетом вычета всех расходов.

На территории Пензенской области активную поддержку сельскохозяйственным товаропроизводителям оказывает ОАО «Россельхозбанк». Отраслевой банк осуществляет финансирование не только крупным сельскохозяйственным и перерабатывающим предприятиям, но и представителям малого бизнеса. С 1 июня по 31 августа 2016 года в Пензенском филиале Россельхозбанка проводились «Дни личных подсобных хозяйств». Во время акции владельцы личных подсобных хозяйств (ЛПХ) получили консультации об особенностях субсидирования процентных ставок и расчёты по кредиту.

Образование ЛПХ на территории Пензенской области способствует развитию сельскохозяйственной отрасли. Популярность произведённых в России продуктов питания растёт с каждым годом, что особенно актуально в условиях экономической санкции, поэтому Правительство России оказывает всестороннюю поддержку развития малых форм хозяйствования на земле.

Литература:

1. С. Н. ВОЛКОВ «Землеустройство» Том V Экономика землеустройства, Москва — «КОЛОС», 2000
2. О. В. Тараканов, Е. П. Тюкленкова «Землеустройство» Пенза: ПГУАС, 2009
3. Е. П. Тюкленкова «Рациональное использование земель сельскохозяйственного назначения в Пензенской области» Статья в журнале ВАК «Современные проблемы науки и образования». — 2014. — № 1
4. Е. П. Тюкленкова «Основные направления земельной политики в целях развития агропромышленного комплекса Пензенской области. Сборник статей III Международной НПК «Актуальные проблемы землеустройства и кадастров на современном этапе» 4 марта 2016 г. Пенза: ПГУАС, С. 330—333
5. Пензенский филиал Россельхозбанка проводит «Дни ЛПХ» http://www.penzainform.ru/news/economics/2016/06/03/penzenskij_filial_rosselhozbanka_provodit_dni_lph.html (дата обращения: 10.11.2016)
6. Интервью с Андреем Бурлаковым, министром сельского хозяйства Пензенской области <http://www.rusmolco.com/node/1674> (дата обращения: 10.11.2016)

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Высокая степень закредитованности населения республики Бурятия как фактор повышения уровня финансового мошенничества

Багинов Иннокентий Петрович, кандидат экономических наук, доцент;
Булатова Вера Борисовна, кандидат экономических наук, доцент;
Бурлов Дмитрий Юрьевич, кандидат экономических наук, доцент;
Куклина Саяна Кимовна, кандидат экономических наук, доцент;
Маланов Виталий Иннокентьевич, кандидат экономических наук, доцент;
Яковлева Ирина Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент
Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления (г. Улан-Удэ)

В статье рассматривается состояние финансового мошенничества в России, анализируются мошеннические схемы. Отмечается, что все мошеннические схемы, известные в России, имеют место быть и в Республике Бурятия. Анализируются типичные признаки финансового мошенничества, технологии информационного воздействия на потенциальных жертв посредством сети Интернет. Отмечается, что разнообразные преступные схемы в сети Интернет вызывают необходимость как межрегионального, также национального и международного законодательного обеспечения борьбы с этими видами преступлений.

Ключевые слова: финансовое мошенничество, безработица, закредитованность населения, микрофинансовые организации, финансовая грамотность

Начало 1990-х гг. в России характеризуется мощным развитием теле- и информационно-коммуникационных технологий, формированием глобальных сетей Интернет, компьютеризацией всех сфер экономики в повседневной жизни практически каждого человека. Активно происходит интеллектуализация экономической преступности, которая использует передовые достижения науки и техники в своих интересах. Интернет все чаще применяется для противозаконного проникновения в корпоративные и личные базы данных, совершения самых разнообразных мошеннических действий. Компьютерные сети все шире применяются во многих областях жизни, соответственно, так же быстро растет число преступлений, связанных с использованием сетевых атак, растет число способов и форм совершения такого рода деяний. Достаточно ярко проявляется и тенденция возрастания размера наносимого ущерба. Количество преступлений, совершаемых в киберпространстве, растет пропорционально числу пользователей компьютерных сетей, и, по оценкам Интерпола, темпы роста преступности в глобальной сети Интернет являются самыми быстрыми на планете [5].

Мошенничество в глобальной сети Интернет является современной формой традиционного мошенничества и представляет собой «хищение чужого имущества либо приобретение права на чужое имущество путем обмана

или злоупотребления доверием», совершенное с использованием сети Интернет. На сегодняшний день, проблема мошенничества в финансовой сфере весьма актуальна. Обман, нелегальные схемы, финансовые пирамиды, многочисленные способы отъема у жителей России денежных средств процветают на всей территории страны. Вся эта система неразрывно связана с уровнем финансовой грамотности большинства населения. Злоумышленники пользуются низкой финансовой грамотностью, доверчивостью и трудным положением людей. Системное решение обозначенной проблемы лежит в тесном сотрудничестве общества, государственных и правоохранительных органов, а также широкомасштабного информирования населения о способах обмана. В том случае, когда в обществе на определенном этапе будет сформировано негативное отношение к тем или иным предложениям мошенников, можно одолеть глобальную систему афер. Ни для кого не секрет, что способов обмана и злоупотребления доверием ровно столько же, сколько может быть людей и различных жизненных ситуаций.

Например, одним из наиболее распространенных, типовых способов обмана населения является финансовая пирамида.

Финансовая пирамида — это способ получения дохода участниками пирамиды за счёт постоянного привле-

чения денежных средств новых участников. Доход первым участникам пирамиды выплачивается за счет вкладов последующих участников. Реальный истинный выгодоприобретатель обычно укрывается за маской вымышленного или малозначимого наименования. Финансовая пирамида часто маскируется под различные виды деятельности предоставления самых разнообразных услуг. Характерно, что все собранные денежные средства никогда не направляются на приобретение ликвидных активов, а практически сразу используются для выплат предыдущим участникам, погашения текущих расходов и теневого дохода организаторов. Важным отличием финансовой пирамиды от реального бизнес-проекта является источник выплаты дохода. С финансовой точки зрения, одним из признаков финансовой пирамиды является следующее: если выплачиваемая сумма дохода стабильно превышает размер добавочной стоимости, которую обеспечивает данный вид бизнеса, то проект является пирамидой.

Кроме того, существуют и другие особенности, характеризующие пирамиды:

- У организации нет лицензии или вкладчиков уверяют, что для этого вида деятельности она попросту не нужна
- Вкладчикам обещают высокую доходность
- В рекламе компании сообщается, что высокая доходность обусловлена высокоприбыльными видами инвестирования
- Вкладчиков призывают не раздумывать долго, а быстрее вкладывать деньги
- Вознаграждения клиентам выплачиваются не из прибыли компании, а из вкладов предыдущих клиентов
- Вкладчиков не информируют о возможных рисках
- Договор составлен таким образом, что в случае краха компании вкладчикам ничего не выплачивается
- Скрывается информация о руководстве компании и ее реквизитах
- С клиентов берется расписка о неразглашении конфиденциальной информации
- Вкладчиков требуют уплатить регистрационный сбор, а размер прибыли зависит от количества привлеченных ими клиентов

Финансовые пирамиды также характеризуются наличием целенаправленной рекламы, обещанием высокой доходности, которая заведомо выше, чем средние ставки по банковским вкладам (на сегодняшний день в России это до 14% годовых). Грамотные продавцы, красочные презентации, сайты, рекламные рассылки — всё говорит потенциальным жертвам об их «везении» и «больших заработках» в будущем. При этом, конкретная, реальная информация, которую можно проверить, как правило, отсутствует. Объясняется это частью некоей стратегии по нераспространению якобы «стратегически важной информации». Все эти уловки направлены на то, чтобы ввести потенциальных жертв в заблуждение.

Для вовлечения потенциальных жертв в финансовые пирамиды используются и другие приемы: употребление

«новомодных» терминов, не имеющих отношения к данному проекту; анонимность организаторов и координаторов; на конкретные вопросы ответов не дается; устанавливается невысокая плата для участия в данной схеме. Упор делается на то, что пострадавшие в итоге не станут добиваться преследования мошенников ввиду того, что потерянные деньги не так велики.

Количество финансовых пирамид весьма многообразно, соответственно, и деятельность по их основным характеристикам, чаще всего, не полностью совпадают друг с другом.

Социологические опросы населения, выявили, что существует опосредованная связь между высоким уровнем закредитованности населения Республики Бурятия, низким уровнем доходов населения и их участием в различных мошеннических «псевдоинвестиционных» схемах, финансовых пирамидах. По состоянию на 01.12.2016 г. в Республике Бурятия, согласно расчетам информационного агентства «Байкал-Daily», на душу населения приходится 73,7 тыс. рублей задолженности по кредитам, из которых почти 9,3 тыс. просроченный долг. Республика Бурятия, таким образом, стала лидером по просроченной задолженности на одного жителя в целом по стране в общем объёме задолженности. Следует отметить, что все регионы Сибирского Федерального округа вошли в первую половину рейтинга по уровню просроченной задолженности на одного жителя. Показатель Республики Бурятия составляет 12,6%. Данный показатель выше только у Карачаево-Черкессии (14,5%) и Ингушетии (29,4%). Тенденция роста задолженности населения перед кредитными организациями наблюдается с 2010 года — в период роста экономики. В указанный период количество филиалов кредитных организаций увеличивалось, что, в свою очередь, способствовало росту выдаваемых населению республики потребительских кредитов. Однако, экономический кризис 2014–2015 гг., повлекший снижение доходов этого же населения, привел к увеличению просроченной задолженности.

Главными причинами сложившейся ситуации являются отсутствие в регионе крупных градообразующих предприятий, сокращение количества участников «малого бизнеса», переход малого и среднего бизнеса на серые схемы выплаты заработной платы, что привело значительному снижению доходов населения и к увеличению роста безработицы. Это способствовало росту спроса на потребительские кредиты банков и кредиты микрофинансовых организаций с крайне высокой стоимостью обслуживания и менее жесткими условиями отбора клиентов. В соседних регионах подобной остроты проблемы не наблюдается. Например, в г. Иркутске, при наличии достаточного количества крупных предприятий и, соответственно, наличия официальной работы и стабильного дохода населения кредиты выдавались по более низким процентным ставкам у достаточно надежных и проверенных банков. Кроме того, эксперты отмечают, что уровень закредито-

ванности в республике возрос, в том числе, по причине финансовой неграмотности, особенно сельского населения, среди которого наибольшим спросом пользуются даже потребительские кредиты с двукратной и более переплатой.

Безусловно, безработица загоняет людей в нестандартные, зачастую безвыходные, ситуации. Безработица деформирует сложившийся экономический уклад, ухудшает финансовое положение, лишает возможности вести привычный образ жизни, разрушает необходимый уровень социальной стабильности. Более того, безработица негативно влияет и на психологическое состояние людей как личностей. На сегодняшний день, она стала реальным фактором бедности. Причем такой бедности, которая охватывает группы именно трудоактивного населения, образованного и профессионально подготовленного.

Таким образом, безработица, как социальное явление, приводит к обеднению населения. Низкий уровень доходов, является одной из причин высокой закредитованности населения. В последнее время наблюдается рост кредитов и займов в микрофинансовых организациях (МФО), оформленных для погашения старого кредита, а также активным участием населения во всевозможных финансовых пирамидах. Как следствие, образуется замкнутый круг. Чтобы выплатить долги людям приходится занимать под более высокие проценты, и сумма их задолженности постоянно растет, кроме того, часть займов направляются в, различного рода, финансовые пирамиды, обещающие сказочные доходы, которые позволяют одним махом закрыть текущие долги. Ситуация с высокой закредитованностью усугубляется крайне низкой финансовой грамотностью граждан, которые не могут толком разобраться в условиях кредитного договора, полностью доверяют рекламе об отсутствии процентов и комиссий, о нулевых первоначальных взносах при покупке бытовой техники (именно на неё приходится основная часть кредитов), а также не способны оценить степень своей платёжеспособности и кредитной нагрузки на семейный бюджет. Отсутствие финансовой грамотности населения приводит к тому, что люди очень часто не разбираются в элементарных понятиях. Например, оформляют займы до зарплаты под 1%-1,5% в день и погашают кредиты

при помощи этих средств. Хотя данный вид микрозаймов предназначен, как понятно из названия, для того, чтобы перехватить денег до зарплаты. Основным драйвером рынка микрофинансирования остаются микрозаймы физическим лицам. Сумма таких займов, по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года выросла на 34,2% (до 40,3 млрд рублей), количество договоров, заключенных с физическими лицами, увеличилось на 50,5% (до 4,3 млн договоров). При этом средняя сумма микрозайма физического лица снизилась до 9,4 тыс. рублей с 10,5 тыс. рублей по итогам I квартала 2015 года. Наибольшей популярностью пользовались микрозаймы «до зарплаты» — объем выдач таких займов вырос на 55,4% и достиг значения в 22,2 млрд руб., средняя сумма микрозайма в данной категории выросла с 5,6 тыс. рублей до 6,2 тыс. рублей [3].

Ранее взятые банковские кредиты погрязшим в долгах гражданам приходится погашать за счет новых заимствований на более невыгодных для себя условиях. И эта проблема уже носит не только экономический, но и социальный характер.

Все вышеизложенное является главной причиной высокого уровня закредитованности населения и наличия огромных сумм просроченной задолженности, что вызвано низким уровнем доходов населения, безработицей, а главное — финансовой безграмотностью основной части населения.

Единственный способ справиться с такой ситуацией — это ликвидация финансовой безграмотности путем проведения просветительской работы среди разных слоев населения, в особенности, среди молодежи, социально незащищенных слоев населения и пожилых людей. Просветительская деятельность заключается в проведении разъяснительной работы среди населения, доведении информации об особенностях различных финансовых услуг, последствиях непродуманных обращений в банки и микрофинансовые организации, а также участии в разных финансовых пирамидах, проведении обучающих программ и семинаров с использованием специализированных ресурсов, на которых каждый человек мог бы задавать вопросы компетентным финансовым экспертам и получать на них ответы.

Литература:

1. Программа социально-экономического развития Республики Бурятия на период до 2020 года: закон РБ от 14 марта 2011 года № 1903-IV: в ред. 13.12.2013: [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.economy.govrb.ru/makroprognozirovanie/documents_sip.php?PAGEN_1=4
2. Официальный сайт: Федеральной службы государственной статистики www.gks.ru
3. Официальный сайт: Центрального банка России: Обзор ключевых показателей деятельности микрофинансовых организаций. Режим доступа: https://www.cbr.ru/finmarkets/files/supervision/review_mfo_270616.pdf [Электронный ресурс].
4. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2016:
5. Р32 Стат. сб. / Росстат. — М., 2016. — 1326 с. [Электронный ресурс]
6. Номоконов В. А. Глобализация информационных процессов и преступность. URL: <http://www.crime-research.org/library/nomohon.htm>

Методы определения потребности в персонале в экономических исследованиях

Белова Татьяна Александровна, магистрант;
Ильин Сергей Васильевич, кандидат экономических наук, доцент
Уфимский государственный авиационный технический университет

В процессе планирования человеческих ресурсов важное место занимает определение потребности в персонале и рациональное планирование численности. В силу практической значимости данного вопроса многие ученые занимались исследованием в данной области.

В первую очередь, необходимо рассмотреть зарубежные разработки в области прогнозирования потребности на трудовые ресурсы. Здесь можно выделить следующие исследования:

- 1) модель Interindustry FORecasting Germany (INFORGE) (Германия);
- 2) Cambridge Multisectoral Dynamic Model of the British Economy (MDM, Великобритания);
- 3) модель MONASH (Австралия);
- 4) прогнозные модели совокупности рабочей силы и её структуры США.

В Германии построением модели Interindustry FORecasting Germany (INFORGE) занимается институт исследований экономической структуры (The Institute of Economic Structures Research) [1]. Модель INFORGE позволяет находить прогнозные значения спроса на рабочую силу по видам занятости, профессиональной структуре и уровню квалификации. Основными источниками для представленной модели являются данные официальной статистики, а также статистические обзоры German Mikrozensus.

Достоинством модели INFORGE является детализированные прогнозные значения по 16 федеральным землям в разрезе по 11 отраслям экономики и потребности в квалифицированных специалистах по 24 видам специализаций, которые ежегодно обновляются. Среди недостатков можно выделить сложность процесса моделирования.

В Великобритании компанией Cambridge Econometrics Limited была разработана мультисекторальная динамическая модель Cambridge Multisectoral Dynamic Model of the British Economy (MDM), которая позволит спрогнозировать потребность в квалифицированных кадрах [2]. Прогнозирование показателей осуществляется в диапазоне 5–10 лет, прогнозные значения обновляются ежегодно. Прогноз занятости на основе модели MDM осуществляется по 25 группам специальностей в разбивке по 50 отраслям экономики. При этом для определения количества специалистов по виду профессиональной деятельности в рамках модели MDM использовались отдельные модели: модель профессиональной занятости и модель изменения занятости.

Преимущества данного подхода:

- 1) прогнозирование занятости по отраслям и по категориям профессий;

- 2) определения выпуска и производительности труда для 49 отраслей промышленности;

- 3) прогнозирование предложения на рынке труда самых высококвалифицированных кадров.

Однако представленный метод имеет и недостатки: две модели спроса и предложения рабочей силы не взаимодействуют таким образом, чтобы их можно было вернуть в состояние равновесия.

Центром политических исследований в Австралии в Университете Monash (The Centre of Policy Studies (CoPS) of Monash University) была разработана модель MONASH для прогнозирования занятости по отраслям экономики [1]. Данная модель представляет собой прикладную макроэкономическую модель, которая позволяет определять общее равновесие на рынке труда и занятости по каждому виду экономической деятельности. MONASH осуществляет прогнозирование количества занятого персонала по 56 регионам и 113 подотраслям экономики, а также учитывает детализацию прогнозирования занятости по 282 профессиям. Горизонт прогнозирования составляет 7 лет, прогнозные значения обновляются один раз в два года.

Представленная модель имеет несколько преимуществ:

- 1) использование совокупности макроэкономических показателей в единой модели прогнозирования;
- 2) прогнозирования социальных и технологических изменений, а также развития сферы занятости;
- 3) прогнозирования количества занятых по определенным видам экономической деятельности основывается на макроэкономических показателях национальной экономики.

Кроме преимуществ модель имеет недостатки, например, большой массив данных при моделировании и сложность процедуры проведения.

Прогнозирование трудовых ресурсов США проводится Бюро статистики труда (БСТ) и осуществляется по методологии, представленной в специально созданном «Методическом справочнике» («Handbook of methods») [3]. Агентства трудовой статистики. Исследование проводится в рамках шести взаимозависимых этапов:

- 1) прогнозирование состояния рынка рабочей силы, осуществляющиеся по 136 группам (классификация по этнической группе, расе, возрасту и полу);

- 2) прогнозирование с использованием соответствующей модели макроэкономических показателей таких, как реальный ВВП, уровень роста и структура спроса, уровни безработицы, инфляции и производительности труда, а также показатели международной торговли, выполняемое;

3) прогнозирование личного потребления по 88 пунктам системы национальных счетов и категорий учета продукции на период 2004–2014 гг. с помощью регрессионных моделей, связывающих уровень дохода и соответствующие цены;

4) преобразования результатов прогнозных значений спроса на предметы потребления, полученные на предыдущих этапах, в уровни производства промышленности с помощью составления таблиц межотраслевого баланса;

5) анализ и прогнозирование занятости по отраслям экономики (выпуска товаров и занятости) выполняются в соответствии со специальной процедурой, в результате которой вычисляется общее количество рабочих часов путем суммирования данного показателя для наемных работников и работающих не по найму, а также для лиц, безвозмездно работающих на семейных предприятиях;

6) определение совокупной занятости по видам экономической деятельности.

Преимущества данной модели в том, что показатели занятости (спрос на почасовую зарплату рабочих и оплату служащих, среднегодовые показатели недельной зарплаты рабочих и окладов служащих по отношению к количеству рабочих часов, количество рабочих мест и т.д.) рассматриваются вместе с показателями выпуска промышленности и производительности труда, что обеспечивает согласованность данных. Также стоит отметить, что занятость по профессиям в США определяется с помощью матрицы «вид экономической деятельности — профессия» (данная таблица составляется в разрезе 300 видов экономической деятельности и 700 профессий), в связи с этим модель обладает большой информативностью. Недостатком является сложность процесса моделирования.

Таким образом, достоинством данных моделей является то, что на основе их осуществляется для каждой из представленной страны детализированное прогнозирование занятости по отраслям и по категориям профессий. Недостатками зарубежных моделей:

1) сложность процесса моделирования;

2) не все модели учитывают взаимосвязь отраслей экономики и степень влияния факторов экономического развития на определения потребности в персонале.

Многие отечественные ученые также занимаются исследованием рынка труда и определением потребности в персонале.

С 2002 г. исследовательским коллективом Хабаровской государственной академии экономики и права ведет оценка потребности экономики в трудовых ресурсах, а именно прогнозирование спроса организаций Хабаровского края в наемном труде [4, с. 202–209]. За основу исследователями был положен социологический подход и использование экспертных оценок. Одним из ключевых аргументов в пользу применения экспертных оценок здесь являлось отсутствие приемлемого информационного обеспечения. В данном исследовании основным средством получения первоначальной информации стала унифицированная форма анкеты для опроса руководителей ор-

ганизаций и кадровых служб, содержащая такие пункты как год образования, виды экономической деятельности, в пределах которых предприятие осуществляет свою деятельность, общая численность занятых в организации, численность занятых по категориям работников (руководители, специалисты, служащие, квалифицированные, неквалифицированные рабочие), наличие потребности либо избытка рабочих и служащих по категориям работников, ожидаемый уровень увеличения численности работников в перспективе.

Второе направление в данном исследовании — это определение перспективной потребности организаций в рабочих и служащих, а также выявление тенденций ее изменения.

В результате на основе описанной методологии по каждому виду экономической деятельности и каждой категории работников устанавливается числовой ряд, дающий представление об изменении текущей потребности организаций в рабочих и служащих в кратко- и среднесрочном периодах и на перспективу более 6 лет.

В работе [5] была разработана информационная модель для прогнозирования кадровой потребности экономики Красноярского края. Представленный подход позволяет получать данные о фактическом и прогнозируемом состоянии кадровой потребности региона по видам экологической деятельности (ВЭД) и уровням образования (УО). Основой данного исследования послужила методика, которая была разработана в Центре бюджетного мониторинга Петрозаводского государственного университета. Информационная модель представлена в виде четырех информационных блоков:

1) экономика региона (показатели объема валового регионального продукта, объема инвестиций в основной капитал, плановые показатели социально-экономического, инвестиционного и инновационного развития региона);

2) демография региона (показатели численности постоянного населения, миграционного движения населения, прогнозные значения численности населения в трудоспособном возрасте до 2020 г.);

3) образование в регионе (значения численности выпускников системы образования по уровням подготовки, показатели объемов выпуска молодых специалистов образовательного учреждения (ОУ) разного уровня подготовки);

4) рынок труда региона (показатели численности занятых в экономике региона, в том числе по видам экологической деятельности (ВЭД), вакансии предприятий, заявленные в Агентство труда и занятости населения Красноярского края, распределение занятого населения в экономике края по видам экологической деятельности (ЭД) и уровням профессионального образования).

Для реализации данного подхода использовалась модель многомерной базы данных, которая позволила осуществить прогнозирования состояния кадровой потребности (структуру и величину) региональной экономики (по ВЭД, уровням профессионального образования) с по-

мощью изменения входной информации (объемы и темпы роста валового внутреннего продукта (ВВП), инвестиции в основной капитал, кадровая потребность инвестиционных проектов), сохраняя связи между основными сферами региональной экономической системы (экономикой, рынком труда, профессиональным образованием). Преимуществом представленного метода является то, что можно рассмотреть изменения показателей кадровой потребности с учетом влияния социально-экономических факторов. Недостатком сложность реализации процесса моделирования.

Ю. В. Ходич в работе [6, с. 202–206] описывает различные методы планирования численности персонала на предприятиях в современных условиях, при этом выделяет недостатки и достоинства каждого подхода. В заключении автор говорит, что на данный момент единого универсального подхода для определения потребности численности персонала на разных уровнях управления не существует. Каждый конкретный метод целесообразно использовать для планирования численности определенной категории персонала, так как каждый подход направлен на решение достаточно узкой задачи, поэтому выбор метода планирования зависит от поставленных задач и имеющихся ресурсов на предприятии.

В статье [7, с. 147–150] Е. Г. Гуреева, К. А. Гуреев представляют оригинальный метод определения численности ключевых исполнителей, прикладное значение которого заключается в возможности моделирования при разработке управленческих решений. Авторами описана последовательность разработки динамической многофакторной матрицы для определения необходимой численности персонала. Данный метод помог определить оптимальную численность ключевых исполнителей в динамике, а также матричный подход позволил вводить изменения, направленные на любые мероприятия, связанные с повышением организационно-технического уровня выполняемых работ, и определить их влияние на необходимую численность. Однако в представленном методическом подходе существуют следующие недостатки: возможные погрешности при занесении данных; укрупненный учет факторов, влияющих на продолжительность выполнения операций; неполноту учета операций.

О. А. Побегайлов в работе [8, с. 648–652] представляет разработанный программный комплекс для определения необходимой численности персонала, состоящий

из трех частей (блоков). Первый блок программного комплекса позволяет рассчитать нормативную численность административных работников и специалистов различных отделов, исходя из трудоемкости работ, которые они выполняют, и из численности всех сотрудников предприятия (рабочих, специалистов и руководителей). Данный метод предназначен для оптимизации численности управленческого аппарата, выявления избытка (нехватки) различных категорий специалистов. Второй блок рассчитывает потребное число кандидатов на работу, которое необходимо набрать к определенному сроку (либо готовить к сокращению, что немаловажно в условиях кризиса) при различной вероятности роста (падения) объемов работ. В зависимости от уровня планируемой зарплаты программа дает рекомендации о методах привлечения новых работников, о том, как и где их искать. Представленный метод предназначен для расчета потребного числа работников в условиях неопределенности. Третий блок определяет нормативную численность основных рабочих, вспомогательных рабочих, руководителей и специалистов на текущий год, исходя из объемов работ, выполняемых предприятием, излишек (недостаток) работников по категориям персонала, а также плановую (прогнозную) численность указанного выше персонала на какой-либо будущий год. Данный метод относится к прогнозным методам расчета численности персонала. При этом автор выделяет, что все три метода вполне подходят для использования на предприятиях сферы услуг, производства и строительства. Однако для реализации данного подхода необходима большая информационная база данных.

Достоинством отечественных моделей является то, что на основе их осуществляется выявление изменения количества персонала по отраслям экономики и категориям профессий в кратко- и среднесрочном периодах. Недостатками отечественных моделей служит то, что модели не учитывают взаимосвязь отраслей экономики и степень влияния социально-экономических факторов на определения потребности в персонале.

Таким образом, для определения потребности в трудовых ресурсах в отечественной и зарубежной литературе используются комплексные подходы, включаемые балансовые, эконометрические и экспертные модели, которые позволяют выявить изменения количества персонала по отраслям экономики и категориям профессий в кратко- и среднесрочных периодах.

Литература:

1. Храбров К. Г. Зарубежный опыт прогнозирования спроса на трудовые ресурсы / Храбров К. Г. // Профессиональное образование в России и за рубежом. — 2014. — № 13 — С. 136–139.
2. Sudhir Junankar. Ole Lofsnaes and Philip Summerton. MDM-E3: A short technical description. Cambridge Econometrics, Working Paper, March 2007
3. Ишкова, А. Л. Зарубежный опыт и оценка возможности его применения в прогнозировании потребности рынка труда в России / А. Л. Ишкова, В. А. Гуртов, Сигова С. В. // Спрос и предложение на рынке труда и рынке образовательных услуг в регионах России: Сб. докладов по материалам V Всерос. науч. — практ. конф. — Петрозаводск: Издательство ПетрГУ, 2008. — С. 115–144. 9

4. Нигай, Е. А. Инструментарий оценки и прогнозирования потребности организаций в наемном труде / Е. А. Нигай, Т. С. Бойко // Спрос и предложение на рынке труда и рынке образовательных услуг в регионах России: Сб. докладов по материалам IX Всерос. науч. — практ. конф. — Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2012. — С. 202–209
5. Козицина А. Н., Филимоненко И. В. Информационная модель прогнозирования кадровой потребности региона (на примере Красноярского края) / Козицина А. Н., Филимоненко И. В. // Вестник КрасГАУ. — 2013. № 7 — С. 36–41
6. Ходич Ю. В. Методы планирования численности персонала на предприятиях в современных условиях / Ходич Ю. В. // Экономический вестник Донбасса № 3 (29) 2012. — С. 202–206
7. Гуреева Е. Г., Гуреев К. А. Динамические методы определения численности персонала на основе построения многофакторной матрицы / Гуреева Е. Г., Гуреев К. А. // Экономика, управление и учет на предприятии 2012. — С. 147–150
8. Побегайлов О. А. Расчет численности кадров строительной организации / Побегайлов О. А. // Инженерный вестник Дона, 2012. — С. 648–652.

О сущности экономического понятия «кластер»

Белоцерковская Елизавета Михайловна, магистрант
Оренбургский государственный университет

Белоцерковская Наталья Викторовна, кандидат педагогических наук, доцент
Орский гуманитарно-технологический институт (филиал) Оренбургского государственного университета

Калиева Ольга Михайловна, кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой;
Шептухин Михаил Валерьевич, студент
Оренбургский государственный университет

Теория кластеров разработана зарубежными экономистами, в русскоязычных источниках она встречается нечасто и пока не получила широкого распространения. Согласно этой теории, производственная структура конкретного региона должна развиваться по направлению, позволяющему использовать продукт одной отрасли для нужд нескольких других. Таким образом, между всеми отраслями, представленными на территории, создаются устойчивые связи, которые дают возможность поддерживать эти отрасли и способствуют развитию общей экономики региона. Развитие регионов происходит за счет развития технологий, внедрения инноваций. Этот процесс осуществляется постепенно. С каждым годом различные технологические центры, научные парки и кластеры по всему миру помогают объединить инновационные идеи с поддержкой предпринимательского сектора, тем самым привлекая инвестиционные средства и двигая вперед развитие территорий.

Важнейшим показателем, характеризующим состояние экономики страны и уровень жизни ее жителей, принято считать внутренний валовый продукт (ВВП). Нами изучен рейтинг стран и территорий мира по показателю ВВП, который был рассчитан Организацией Объединенных Наций в декабре 2016 года, и согласно которому Россия находится на 12 месте (1326 млрд. \$), первое место занимают США (18815 млрд. \$).

Стоит отметить, что доля внутреннего валового продукта США, производимого в кластерах, составляет 61%. [8] Важным замечанием здесь является то, что, на-

чиная, с 1960-х годов США занимают лидирующие позиции в мире, как по уровню кластеризации, так и по уровню ВВП.

Анализируя научные исследования по вопросу кластеризации, мы пришли к выводу о том, что многие авторы рассматривают кластеры, как успешный механизм для развития территории, что, возможно, объясняет зависимость показателей США. В связи с этим повышается значимость кластерного подхода в экономике страны и появляется необходимость в уточнении понятия «кластер».

Впервые основные характеристики кластера сформулировал английский экономист А. Маршалл (1890 г), к которым отнес:

- присутствие на территории трудовых ресурсов в необходимом количестве с наличием необходимой квалификации;
- развитие сопутствующих отраслей;
- наличие специализированных фирм на всех этапах производственного процесса.

Далее его идею развил американский экономист, профессор М. Портер (1993 г), который описал теорию кластеров в своей работе «Конкуренция» («On competition»).

При ознакомлении с научными трудами современных российских ученых, нами отмечена работа А. С. Бойцова и А. И. Костяева [2], в которой авторы, проведя системный анализ работ, посвященных теме «кластеризации», сделали вывод о том, что в указанной области исследования полученные научные изыскания базируются на знаниях, представленных А. Маршаллом и М. Портером.

Аналогичного мнения придерживается Р. М. Ямилов [7]. Сравнив русскоязычные переводы определения понятия «кластер», сформулированное М. Портером, автор решает обратиться к первоисточнику — работе «On competition», которая была впервые опубликована на английском языке.

Итак, М. Портер сформулировал два определения понятия «кластер»:

1) clusters are geographic concentrations of interconnected companies, specialized suppliers, service providers, firms in related industries and associated institutions (for example, universities, standards agencies, and trade associations) in particular fields that compete but also cooperate;

2) a cluster is a geographically proximate group of interconnected companies and associated institutions in a particular field, linked by commonalities and complementarities.

Р. М. Ямилов составил дословный перевод, представленных выше определений. Итак, М. Портер считает, что:

1) кластер — это географическая концентрация конкурирующих и сотрудничающих взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, и связанных

с ними институтов в определенных областях (например, университетов, агентов по стандартизации, торговых ассоциаций));

2) кластер — это группа географически близких взаимосвязанных компаний и связанных с ними институтов в определенной сфере на основе общности и взаимозаменяемости.

Нами проведен сравнительный анализ основных характеристик кластера, описанных А. Маршаллом и М. Портером (Таблица 1). Из таблицы 1 видно, что зарубежные экономисты сошлись во мнении, выделив основные характеристики кластера:

1) расположение фирм на одной ограниченной территории;

2) наличие развитых смежных отраслей, поддерживающих работу кластера;

3) наличие связей, между компаниями-участниками кластера.

Важным отличием в работах А. Маршалла и М. Портера является то, что первый автор помимо отмеченных характеристик, добавил такую характеристику, как необходимость присутствия на территории трудовых ресурсов.

Таблица 1. Сравнительный анализ основных характеристик кластера (составлено авторами)

А. Маршалл	М. Портер
– присутствие на территории трудовых ресурсов в необходимом количестве с наличием необходимой квалификации; – развитие сопутствующих отраслей; – наличие специализированных фирм на всех этапах производственного процесса.	– географическая локализация; – взаимосвязанность между фирмами; – технологическая взаимозависимость отраслей. [4]

С другой стороны, в 1930-х годах, австрийский экономист и политолог Й. Шумпетер описал понятие «инновация» и сформулировал теорию «инновационного развития». Шумпетер считал, что именно инновации оказывают огромное влияние на развитие территорий. По его мнению, инновационная идея является, своего рода, толчком к изменению, который способен обернуться для предпринимателя (и территории, на которой он осуществляет свою деятельность) конкурентным преимуществом.

Последователем Й. Шумпетера стал французский экономист Ф. Перру, который позднее сформулировал концепцию «полюсов роста».

По мнению ученого, полюсом роста может являться отдельный регион страны, на территории которого располагается предприятие динамично развивающейся отрасли промышленности. Такое предприятие может являться центральным и образовывать зону развития, объединяя вокруг себя фирмы поддерживающих отраслей.

Следуя Й. Шумпетеру, Ф. Перру считал, что с помощью инноваций и инвестиций, крупные предприятия распространяют положительный экономический эффект

на фирмы, располагающиеся в регионе, а далее и на всю страну.

Идеи Ф. Перру получили массовое распространение в Европе (например, Ж. — Р. Бурвиль, П. Потье, Х. Р. Ласуэн, Х. Ригардсон, Т. Хэгерстранд.) [5]

Российские ученые проанализировали характеристики «полюсов роста» Ф. Перру и выявили определенные сходства с теорией кластеров, описанной ранее М. Портером. Для России в этот период (1920–1950 гг.) характерно формирование, так называемых, территориально-производственных комплексов (далее ТПК).

Теоретические основы понятия ТПК в России были описаны учеными И. Александровым, Н. Колосовским, Н. Барановским, Н. Лариным, Г. Кржижановским и многими другими. В отечественной науке не существует единого определения ТПК (так же, как и определения понятия «кластер»), однако суть идеи ТПК всеми понимается как «объединение предприятий связанных между собой отраслей». [6]

В Большой советской энциклопедии представлено определение О. А. Кибальнич, в котором говорится о том, что «ТПК — это форма пространственной организации производительных сил социалистического общества, наи-

более полно отвечающая задачам их развития в условиях научно-технической революции». [3]

Доктор экономических наук В.Ю. Малов в своей работе «Cluster and territorial industrial complexes: common and specific characteristics» описал различия между понятиями «кластер» и «ТПК».

Согласно первоисточнику:

«Conceptual differences between TIC and cluster are considered to be the following ones:

1) origin. TIC is a fruit of soviet researchers' development, and therefore there is some «artificial nature» of these objects. Cluster is a product of market laws. TIC for planned economy, cluster for market;

2) place of appearance. TIC for regions of virgin land opening. Clusters for developed regions;

3) objectives. TIC is a technical economical structure aimed at making product for future processing. Cluster is a social economic structure aimed at human aspect with orientation on ultimate consumer;

4) composition and structure. TIC mostly involves heavy industry controlled from one center. Cluster is a set of small and medium size equivalent companies of high tech profile which created a voluntary pool to achieve common objectives». [1]

Нами составлен русскоязычный вариант и для удобства представили в табличной форме (Таблица 2).

Таблица 2. Различия понятия «кластер» и «ТПК» (переведено и составлено авторами)

Критерий сравнения	Характеристика
Способ происхождения	ТПК создается искусственным образом, в то время как возникновение кластера продиктовано рынком.
Место формирования	Кластеры возникают на развивающихся территориях, в отличие от ТПК.
Направление деятельности	Кластер в своей деятельности ориентируется на удовлетворение потребностей конечного потребителя, в то время как ТПК производит продукт или его часть для дальнейшей производственной обработки.
Состав и структура	ТПК включает в себя предприятия тяжелой промышленности, руководство которыми осуществляется единым центральным органом. Кластер же представляет собой группу различных компаний, которые добровольно объединились для достижения одной общей цели.

Итак, основываясь на теоретической базе, описанной в XX веке, современные экономисты сформулировали

большое количество определений понятия «кластер». В таблице 3 представлены некоторые из них.

Таблица 3. Определения понятия «кластер» современных экономистов (составлено авторами)

Автор	Определение
Д. Хааг	Кластер — это индустриальный комплекс, сформированный на базе территориальной концентрации сетей специализированных поставщиков, основных производителей, связанных технологической цепочкой, и выступающих альтернативой секторальному подходу.
С. Лозинский	Кластер — это есть сочетание лидирующих фирм, которые производят продукты и услуги, поставщиков, которые существуют в регионе, а также наличие бизнес-климата.
С. И. Соколенко	Кластер — это территориальное объединение взаимосвязанных предприятий и учреждений в пределах соответствующего промышленного региона, направляющих свою деятельность на производство продукции мирового уровня.
А. Н. Асаул	Кластер — это объединение бизнес-субъектов, функционирующих в пределах четко очерченных территориальных образований.
В. М. Кутьин	Кластер — это объединение регионов с похожим социально-экономическим положением.
А. Воронов	Кластер есть упорядоченная совокупность специализированных предприятий, выпускающих конкурентоспособную продукцию.
В. П. Третьяк	Кластер — это совокупность институтов, локализованных на определенной территории и связанных между собой транзакционными и трансформационными связями.
А. С. Попков	Кластер — группа взаимосвязанных между собой компаний, расположенная на определенной территории.
Д. А. Ялов	Кластер — это сеть поставщиков, производителей, потребителей, элементов промышленной инфраструктуры, исследовательских институтов, взаимосвязанных в процессе создания прибавочной стоимости.

Е. М. Терешин, В. М. Володин	Кластер — это сетевая группа в основном независимых, географически соседствующих, в большинстве своем неформально взаимосвязанных и взаимодополняющих друг друга организаций, гибко и оперативно действующих на принципах кооперации, конкуренции и сетевых взаимоотношений в родственных отраслях, повышающих уровень своей конкурентоспособности и экономической активности территории.
Я. И. Дронова	Кластер — это географически локализованная меж организационная сеть, определяющая одну из наиболее значимых специализаций места ее расположения, объединяющая конкурирующие и связанные поставками предприятия, органы власти, научные и другие организации с целью взаимовыгодного обмена ресурсами и знаниями.

При поддержке Министерства экономического развития аналитическую работу по функционированию кластеров в России осуществляет Российская кластерная обсерватория, созданная на базе Института статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ. На базе структурного подразделения обсуждаются вопросы, касающиеся кластерной политики, развития кластерных систем и проблемы управления кластерами.

Поэтому обратимся к определению понятия «кластер», которое значится в библиотеке Российской кластерной обсерватории (определение Минэкономразвития России).

«Кластер — это совокупность размещенных на ограниченной территории предприятий и организаций (участников кластера), которая характеризуется наличием:

- объединяющей участников кластера научно-производственной цепочки в одной или нескольких отраслях;
- механизма координации деятельности и кооперации участников кластера;
- синергетического эффекта, выраженного в увеличении экономической эффективности и результативности».

Далее нами проведен анализ представленных выше определений методом сравнения и выявления общего и различного (Таблица 4).

Таблица 4. Анализ определений понятия «кластер» (составлено авторами)

Автор	Характеризующее словосочетание	Параметр характеристики	Отвечает на вопрос
Д. Хааг	Индустриальный комплекс	Участники	Кто?
С. Лозинский	Лидирующие фирмы (производители) и поставщики		
С. И. Соколенко	Предприятия и учреждения		
А. Н. Асаул	Бизнес — субъекты		
А. Воронов	Предприятия		
В. П. Третьяк	Институты		
А. С. Попков	Компании		
Д. А. Ялов	Поставщики, производители, потребители, элементы инфраструктуры, исследовательских институтов		
Е. М. Терешин, В. М. Володин	Группа организаций		
Я. И. Дронова	Предприятия, органы власти, научные и другие организации		
Д. Хааг	На базе территориальной концентрации	Месторасположение	Где?
С. Лозинский	Существуют в регионе		
С. И. Соколенко	Территориальное объединение		
А. Н. Асаул	В пределах территориальных образований		
В. М. Кутьин	Регионы		
В. П. Третьяк	На определенной территории		
А. С. Попков	На определенной территории		
Е. М. Терешин, В. М. Володин	Географически соседствующих организаций		
Я. И. Дронова	Географически локализованная сеть		

Д. Хааг	Связанных технологической цепочкой	Отношения между участниками	Как?
С. Лозинский	Сочетание фирм		
С. И. Соколенко	Взаимосвязанных предприятий и учреждений		
А. Н. Асаул	Объединение		
В. М. Кутьин	Объединение		
А. Воронов	Упорядоченная совокупность		
В. П. Третьяк	Связанных между собой		
А. С. Попков	Взаимосвязанных компаний		
Д. А. Ялов	Взаимосвязанных в процессе		
Е. М. Терешин, В. М. Володин	Действующих на принципах кооперации		
Я. И. Дронова	Меж организационная сеть	Деятельность, которую осуществляют участники	Что делают?
С. Лозинский	Производят продукты и услуги		
С. И. Соколенко	Направляющих свою деятельность на производство продукции		
А. Воронов	Выпускающих продукцию	Результат, на который направлена деятельность участников	Для чего?
Д. А. Ялов	В процессе создания прибавочной стоимости		
Е. М. Терешин, В. М. Володин	Повышающих уровень своей конкурентоспособности и экономической активности территории		
Я. И. Дронова	С целью взаимовыгодного обмена ресурсами и знаниями		

В ходе анализа нами выявлено, что наиболее значимые характеристики кластера, на наш взгляд, отвечают на вопросы «кто делает?», «что делает?», «где делает?», «для чего?» и «с помощью чего?» (Таблица 4). Проведенный нами анализ позволяет уточнить понятие «кластер».

Кластер — это совокупность субъектов различных отраслей регионального рынка, объединившихся для совместной деятельности, направленной на производство

определенной группы товаров с целью увеличения конкурентоспособности как каждого субъекта (участника производственного процесса) в отдельности, так и территории (на которой производится продукт) в целом.

По нашему мнению, данное определение призвано формировать у субъектов, обращающихся к понятию «кластер», единое представление, полностью удовлетворяющее всем существующим аспектам его деятельности.

Литература:

1. Malov V. Yu. Clusters and territorial industrial complexes: common and specific characteristics // Local production systems and regional economic development: [collection of papers] / ed. by A. S. Novoselov, V. E. Seliverstov; Russian academy of sciences, Siberian branch, Institute of economics and industrial engineering, University of national and world economy, Ternopil national economic university, University of Lodz. — Novosibirsk-Sofia-Ternopil-Lodz: IEIE SB RAS, 2014. — P. 292–301.
2. Бойцов А. с. К вопросу о теории кластеров и кластерном подходе / Бойцов, Костяев // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. — 2009. — № 10. — С. 25–31
3. Жаринов А. В. Кластер и ТПК как формы пространственной организации производства. Общее и принципиальные отличия // Научный Альманах.
4. Ковалева Т. Ю. Алгоритм идентификации и оценки кластеров в экономике региона¹ // Вестник ПГУ. Серия: Экономика. 2011. № 4. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/algoritm-identifikatsii-i-otsenki-klasterov-v-ekonomike-regiona> (дата обращения: 22.02.2017).
5. Неустроева Н. А. Теоретические аспекты формирования кластерного подхода к развитию региона // Актуальные проблемы экономики и права. 2011. № 4 (20). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-aspekty-formirovaniya-klaster-nogo-podhoda-k-razvitiyu-regiona> (дата обращения: 23.02.2017).
6. Цыкунов Григорий Александрович ТПК и кластеры: новые подходы и проблемы // Известия ИГЭА. 2011. № 4. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/tpk-i-klastery-novye-podhody-i-problemy> (дата обращения: 22.02.2017).
7. Ямилов Рамиль Могатович Понятие кластера как субъекта рыночных отношений // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». 2015. № 1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-klastera-kak-subekta-rynnochnyh-otnosheniy> (дата обращения: 21.02.2017).
8. Яшева Галина Артемовна, Кунин Владимир Александрович Теоретико-методологические основы кластеров и их роль в повышении устойчивости национальных экономик // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. ISSN1999–2645. — № 1 (37). Номер статьи: 3706. Дата публикации: 2014–01–23. Режим доступа: <http://eee-region.ru/article/3706/>

Особенности использования информационных технологий в маркетинговых коммуникациях с клиентами в интернет-пространстве

Боброва Татьяна Сергеевна, студент;
 Милютенко Татьяна Романовна, студент;
 Мяло Ольга Ивановна, студент;
 Усова Татьяна Анатольевна, студент

Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского

Возрастание роли маркетинга как философии бизнеса и методологии управления рыночным поведением фирмы предполагает активизацию разработки и внедрения стратегий внутреннего и применение инструментов стратегического маркетинга во внешней среде. Слово «маркетинг», как указывает О. А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев, произошло от английского *marketing* — продажа, торговля [5]. Появление концепции управления взаимоотношениями с клиентами стало, с точки зрения Азаровой С. П., реакцией бизнеса на усложняющиеся запросы клиентов, становящихся все более разборчивыми. Теперь мало продать товар или услугу клиенту, их надо продать правильно: преподнести, проявив осведомленность о предпочтениях клиента, его вкусах, возможностях, упаковав товар или услугу соответствующим образом [1]. Клиент персонализируется, формы и методы работы с ним становятся основой корпоративной бизнес-модели компании. Формируется идеология клиентоориентированности всей компании. Концепция управ-

ления взаимоотношениями с клиентами призвана, прежде всего, обеспечить повышение лояльности целевых клиентов компании.

Индивидуализация подхода при работе с клиентами значительно способна повысить удовлетворённость потребителей от сделки с торговым агентом. Покупатели, с точки зрения Романенковой О. Н., обожают индивидуальный подход и готовы за него платить. И порой это не требует от торгового агента особых усилий или затрат, а лишь повышение внимания к мелочам, важным для клиента [11]. Также решить проблему взаимоотношений менеджера по работе с клиентами с потенциальными покупателями позволит индивидуальность обращения. Люди становятся более внимательными и заинтересованными, если слышат свое имя. Им приятно внимание, выделение и подчеркивание их исключительности. Подобный сервис способен создать длительные и удачные отношения для торгового агента.

Определения маркетинговых коммуникаций представлены в таблице 1.

Таблица 1. Определения маркетинговых коммуникаций

Источник	Определение
Профессор бельгийского университета Жан-Жак Ламбен	совокупность сигналов, исходящих от компании в сторону различных аудиторий, в том числе потребителей, поставщиков, сбыта, акционеров, органов управления и сотрудников компании».
Дж. Бернет и С. Мориарти	процесс передачи информации о товаре целевой аудитории, т.е. той группе людей, которые потенциально имеют возможность реагировать на полученные ими маркетинговые сообщения».
Учебник отечественного исследователя А. Романова	связи, образуемые фирмой с контактными аудиториями (потребителями, поставщиками, партнерами и т.п.) посредством различных средств воздействия, к которым относятся реклама, PR, стимулирование сбыта, пропаганда, личная продажа, а так же неформальных источников информации в виде молвы и слухов

В современном Интернете существует множество платформ для общения людей, такие как: социальные сети, чаты, блоги, форумы и т.д. Популярность Интернет-коммуникаций, как указывает Власенко В. Е., «продиктована многими условиями, главные из которых характеризуют общение в Интернете анонимностью, частичной или полной, а также физической непредставленностью» [15]. Это приводит к тому, что участники общения приравниваются по таким характеристикам как статус, положение, возраст, образование, внешние данные, национальность и т.д. То есть в общении участвуют не люди,

а личности. Среди российских пользователей сети Интернет Власенко В. Е. выделяет наиболее популярные способы коммуникаций являются: электронная почта, «Одноклассники», «ВКонтакте», Сервисы мгновенных сообщений («Skype», «WhatsApp» и т.д.), «Мой Мир», «Facebook», «Google+», «Twitter», «LiveJournal», чаты и форумы и т.д. [15].

Развитие Интернета приводит к усилению коммуникаций, а главное изменяет социальную структуру общества, создавая виртуальную социальность. Поэтому Интернет-коммуникации постоянно развиваются и находятся

в центре внимания разработчиков и создателей электронных платформ. Само изучение Интернета помогает выявлять новые свойства и признаки данной сферы, преимущества которых можно использовать в новых разработках Интернет-коммуникаций. Маркетинговые коммуникации в интернете, по мнению Усманова Д.Ф., Галиной А.Э., могут быть осуществлены не только между компанией и потенциальным потребителем, но и через третью сторону, а именно — через партнера компании [13]. В качестве партнеров могут выступать другие интернет — магазины, интернет — проекты, которые собирают информацию о ценах, ассортименте и акциях с разных компаний для последующего размещения на собственном сайте, и даже, например, через те онлайн ресурсы, которые не имеют прямого отношения к рынку одежды и аксессуаров.

Наиболее выгодным и перспективным направлением интернет — коммуникации с коммерческой точки зрения является E-mailing: почтовая рассылка, как потенциальным клиентам, так и тем, кто уже приобретал товары интернет — магазина ранее. Основная задача маркетинговых коммуникаций заключается в обеспечении долгосрочной по отношению к компании лояльности потребителей.

Поскольку Интернет как среда коммуникации постоянно прогрессирует и усложняется, а вместе с этим расширяются возможности продвижения компании в виртуальном пространстве, возникла необходимость в новом направлении структуры общего маркетинга, которое занималось бы описанием особенностей достижения целей маркетинга в Интернете. Капустина Л.М., Мосунов И.Д. используют целый ряд терминов (табл. 2).

Таблица 2. Распространенность основных понятий для характеристики маркетинговой деятельности компании в сети Интернет, % [6]

Понятие	Распространенность понятий	
	русскоязычных	англоязычных
Интернет-маркетинг/internet marketing	72,2	32,2
Онлайн маркетинг/online marketing	9,25	28,8
Электронный маркетинг/electronic marketing	10,2	5,25
Веб-маркетинг/web-marketing	3,5	10,9
Цифровой маркетинг/digital marketing	4,85	22,85

По данным самой популярной в России поисковой системы Яндекс, наиболее часто используемым русскоязычным термином является «интернет-маркетинг». В англоязычном Интернете, по данным Google, примерно с одинаковой частотой используются сразу три термина — «online marketing», «internet marketing» и «digital marketing». Существует широкое разнообразие определений

интернет-маркетинга, приводимых Капустиной Л.М., Мосуновым И.Д. (таблица 3).

Несмотря на то, что интернет-маркетинг только дополняет традиционный маркетинг, у него есть существенные отличия, связанные с изменением инструментов маркетинговых коммуникаций в Сети. Маркетинговые коммуникации в Интернете могут быть адаптированы под каждую

Таблица 3. Подходы к определению интернет-маркетинга [6]

Автор	Определение
Б. Элей и Ш. Тиллей	определяют его как «рекламную деятельность в Интернете, в том числе по электронной почте»
Д. Чэффи, Р. Майер и другие	при формулировании определения отходят от чисто рекламных функций интернет-маркетинга. По их мнению, онлайн-маркетинг — это достижение маркетинговых целей с использованием цифровых технологий. В список маркетинговых целей интернет-маркетинга авторы включают: информирование о компании, продукте или услуге; обеспечение продаж на онлайн площадках; изучение клиентов; развитие программ лояльности и др.
Л. Велла и Дж. Кестлер	онлайн-маркетинг — это использование Интернета и других форм электронной связи для коммуникации с целевыми рынками наиболее экономически эффективными способами. При этом онлайн-маркетинг позволяет обращаться как к потенциальным потребителям, так и работать с уже существующим клиентами
Британский Институт прямого и цифрового маркетинга (Institute of Direct and Digital Marketing — IDM)	интегрированное использование информационных каналов в виртуальном пространстве для поддержания маркетинговой деятельности компании, направленной на получение прибыли и удержание клиентов, посредством признания стратегического значения цифровых технологий и разработки комплексного подхода к улучшению предоставления онлайн-услуг с целью наилучшего удовлетворения потребностей клиентов и повышения их осведомленности о компании, бренде, товарах и услугах

отдельную личность или сегменты потребителей. В отличие от традиционных медиа, где в большинстве случаев транслируется одно сообщение всей аудитории, в интер-

нет-маркетинге при относительно низких затратах появилась возможность индивидуального обращения к каждому отдельному потребительскому сегменту (рис. 1).

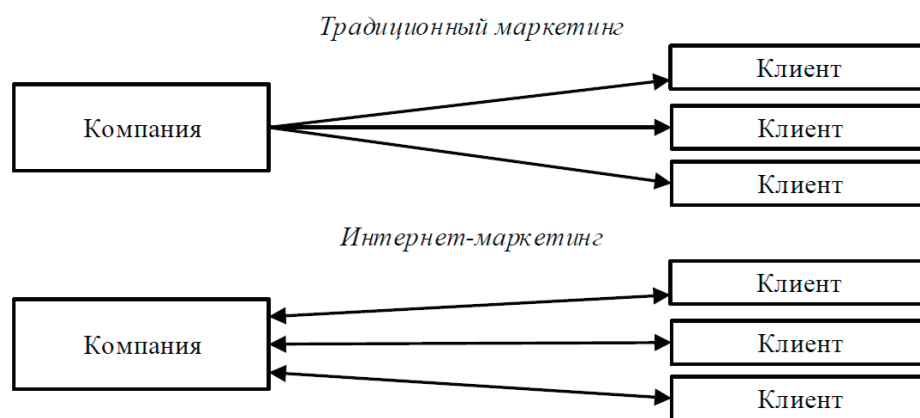


Рис. 1. Процесс коммуникации с различными сегментами в традиционном и интернет-маркетинге [6]

Интернет предоставляет дополнительные возможности для интегрированных маркетинговых коммуникаций. Помимо того, что интернет-маркетинг требует понимания средств, методологии и других аспектов традиционного маркетинга, большое внимание в нем также необходимо уделять изучению постоянно меняющихся сетевых технологий, новых веб-сервисов и инструментов продвижения.

На основании рассмотренных выше особенностей интернет-маркетинга Капустиной Л. М., Мосуновым И. Д. была составлена таблица, отражающая его основные достоинства и недостатки для компаний, которые планируют или уже используют его (табл. 4).

С инновационным процессом тесно связаны понятие интеллектуальной собственности, патента, изобретения, полезной модели, промышленного образца, товарного знака, лицензирования и др. С момента принятия к распространению новшество приобретает новое качество и становится нововведением (инновацией). Типизация инноваций позволяет осуществить привязку инновационной стратегии к преобладающему типу инновации и разрабо-

тать соответствующие экономические механизмы и организационные формы управления. В кризисных ситуациях часто применяют не отдельные, а комбинированные стратегии, которые предполагают одновременное или последовательное осуществление нескольких стратегий. Прежде чем приступить к внедрению инноваций на предприятии, Карпова С. В. рекомендует внимательно ознакомиться с факторами, препятствующими и способствующими инновационной деятельности, чтобы принять решение об оптимальном способе построения инновационного процесса (табл. 5). [4]

Современные взгляды на инновации и инновационные процессы пополнились за счет возрастания роли социальной составляющей и значимости системы управления со всеми ее составляющими (от персонала и технических средств до информации) (рис. 2).

Карпова С. В. считает, что «на современном этапе инновационный процесс как объект инновационного менеджмента и маркетинга приобретает новое качество. Он характеризуется ростом неопределенности развития,

Таблица 4. Преимущества и недостатки интернет-маркетинга [6]

Преимущества	Недостатки
Низкая стоимость при работе с узкими сегментами потребителей	Относительно высокая стоимость при работе с массовой аудиторией
Высокий показатель охвата наиболее экономически активной аудитории	Низкий показатель охвата аудитории старших возрастных категорий
Высокая интерактивность взаимодействия	Технологические ограничения
Широкие возможности для таргетинга	Информационная перегрузка пользователей
Персонализация общения	Небольшие обороты электронной коммерции
Большие возможности для изучения потребителей и анализа эффективности рекламной активности	Сложность планирования и реализации интернет-маркетинга
Сравнительно высокий средний уровень доверия к интернет-рекламе	

Таблица 5. Факторы, влияющие на инновационную деятельность [4]

Группа факторов	Факторы, препятствующие инновационной деятельности	Факторы, способствующие инновационной деятельности
Экономические, технологические	Недостаток средств для финансирования инновационных проектов, слабость материальной и научно-технической базы, отсутствие резервных мощностей, доминирование интересов текущего производства	Наличие резерва финансовых и материально-технических средств, прогрессивных технологий, необходимой хозяйственной и научно-технической инфраструктуры
Политические, правовые	Ограничения со стороны антимонопольного, налогового, амортизационного, патентно-лицензионного законодательства	Законодательные меры (особенно льготы), поощряющие инновационную деятельность, государственная поддержка инноваций
Социально-психологические, культурные	Сопротивления переменам, которые могут вызвать такие последствия, как изменение статуса сотрудников, необходимость поиска новой работы, перестройка новой работы, перестройка устоявшихся способов деятельности, нарушение стереотипов поведения и сложившихся традиций, боязнь неопределенности, опасение наказаний за неудачу	Моральное поощрение участников инновационного процесса, общественное признание, обеспечение возможностей самореализации, освобождение творческого труда. Нормальный психологический климат в трудовом коллективе
Организационно-управленческие	Устоявшаяся организационная структура компании, излишняя централизация, авторитарный стиль управления, преобладание вертикальных потоков информации, ведомственная замкнутость, трудность межотраслевых и межорганизационных взаимодействий, жесткость в планировании, ориентация на сложившиеся рынки, ориентация на краткосрочную окупаемость, сложность согласования интересов участников инновационных процессов	Гибкость оргструктуры, демократичный стиль управления, преобладание горизонтальных потоков информации, самопланирование, допущение корректировок, децентрализация, автономия, формирования целевых рабочих групп

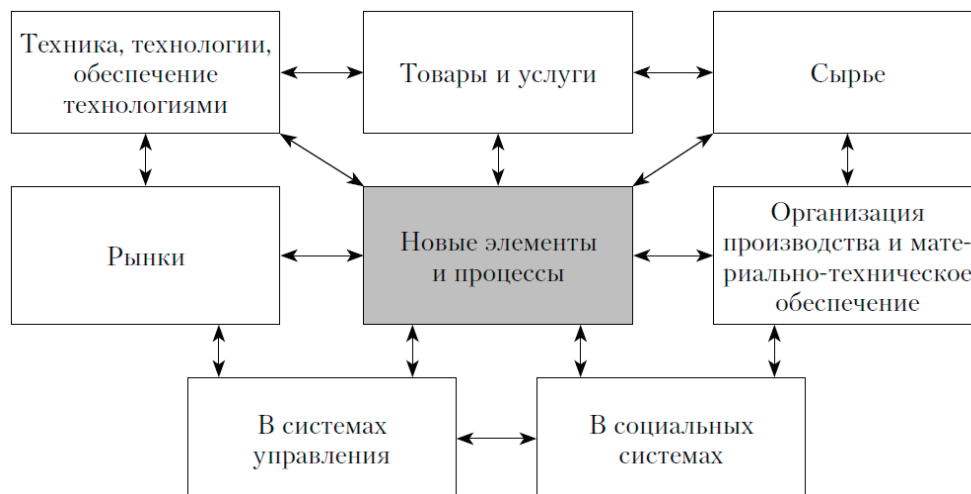


Рис. 2. Современный взгляд на составляющие инновационной деятельности [4]

повышенным риском, комплексностью проблем, усилением зависимости от внешней среды» [4]. Важное условие, по мнению Карповой С.В., для практической реализации инноваций в бизнесе — формирование инновационного потенциала и реализация инновационной политики, основанных: на становлении инновационных

систем и институтов; привлечении инновационных инвестиций; формировании инновационного климата; определении инновационной культуры и инновационного уклада; поиске и отборе инновационных идей; реализации инновационной стратегии; последовательном внедрении всего инновационного процесса [4].

Молчанов Н.Н. указывает на то, что инновационный процесс тесно связан с рядом современных концепций маркетинга. Этими концепциями являются маркетинг отношений, интернет-маркетинг и концепция совместного создания ценности [9]. Романенкова О.Н. отмечает, что изменяется роль информационных технологий, которые из средств автоматизации процессов превращаются в среду развития бизнеса и экономики в целом. Не только коммерческие процессы опираются на информационные технологии, но и сама продукция преобразовывается в электронную форму. Интегрированное программное обеспечение и ноу-хау зачастую создают больше стоимости, чем сама продукция, и все завершает электронное планирование производства и электронная поставка [11].

Башанова Т.А. считает, что наиболее перспективная сфера, развивающая инновационную деятельность, является торговля. Потому, что именно в ней существует достаточно высокая динамика роста и изменения в развитии рынков товаров. Инновации в торговле не означают обязательное создание или введение на новый уровень товар или услугу. То есть, инновации могут быть новыми для потребителя, но не обязательно новыми для «всего мира» [2]. Инновации сильно зависят от предложенных технологий на рынке, от спроса на новые и существующие товары (услуги).

В развитии торговых предприятий все большее значение имеют инновации нематериальной природы, которые касаются того, как продвинуть новый товар на рынок, как осуществить коммуникации и взаимодействия между сотрудниками, как сформировать стратегию развития предприятия, какие новые организационные решения применить, как осуществлять повышение квалификации кадров, каким образом привлекать финансовые ресурсы. [2]. Основная функция инновационных систем заключается в производстве нового знания, разного рода новшеств, в использовании нововведений на практике. Эту же функцию должен выполнять и организационно-экономический механизм инновационной деятельности формирования инновационного потенциала и его эффективного использования. При рассмотрении инновационных систем, используя системный подход, следует исходить из эффективности функционирования этих систем. Для этого любая инновационная система должна иметь стратегические цели и пути их реализации [2].

По мнению Лоховиной Е.С., не вызывает сомнений тот факт, что использование стандартных маркетинговых подходов на мировом рынке сложной высокотехнологичной продукции имеет серьезные ограничения. Прежде всего, это обусловлено специфическим назначением товарной продукции и весьма высоким уровнем риска, связанным с его закупкой. Такие факторы как важность товара, его техническая сложность, высокая закупочная цена являются неотъемлемыми составляющими риска и проявляются в зависимости от каждой конкретной ситуации. Это оказывает существенное влияние на использование маркетингового инструментария и обуславливает ряд специфических особенностей, связанных с маркетинговой стратегией реализации высокотехнологичной продукции [8].

Инновации представлены как постоянное развитие, то есть повышение уровня развития производственных процессов, расширение номенклатуры и ассортимента товаров. Для того чтобы иметь все преимущества перед своими конкурентами в любой области, необходимо постоянно развивать свои возможности (внесение новшеств в производство продукции или предоставление услуг), то есть положительную динамику прибыльности предприятия. Инновациями в маркетинговой сфере называют особые средства и инструменты, с помощью которых для предприятия появляется благоприятная возможность для воплощения в жизнь новых стратегий. Стратегическое мышление и аналитика данных считаются основой для осуществления работы с инновационными разработками. Как указывает Лоховина Е.С., одной из главных особенностей рекламы высокотехнологичных товаров является ограниченный размер целевой аудитории [8].

Это обуславливает выбор специфических рекламных средств. Так, средства массовой информации практически не используются для рекламы сложных высокотехнологичных товаров. Во-первых, при использовании указанных средств массовой информации стоимость одного рекламного контакта является весьма высокой. Во-вторых, основными реципиентами будут выступать лица, не имеющие никакого отношения к представителям целевой аудитории. В-третьих, вероятность того, что размещенные таким образом материалы привлекут внимание лиц, принимающих решения, ничтожно мала. Поэтому, даже если экспортеры и размещают оплаченные материалы на радио, телевидении или в неспециализированных изданиях, то это является скорее мероприятием по поддержанию и налаживанию связей с общественностью (PR), нежели рекламным обращением к целевой аудитории [8].

Это обуславливает выбор специфических рекламных средств. Так, средства массовой информации практически не используются для рекламы сложных высокотехнологичных товаров. Во-первых, при использовании указанных средств массовой информации стоимость одного рекламного контакта является весьма высокой. Во-вторых, основными реципиентами будут выступать лица, не имеющие никакого отношения к представителям целевой аудитории. В-третьих, вероятность того, что размещенные таким образом материалы привлекут внимание лиц, принимающих решения, ничтожно мала. Поэтому, даже если экспортеры и размещают оплаченные материалы на радио, телевидении или в неспециализированных изданиях, то это является скорее мероприятием по поддержанию и налаживанию связей с общественностью (PR), нежели рекламным обращением к целевой аудитории [8].

В исследованиях и опросах Лоховиной Е.С., посвященных реализации нововведений большинство ученых и практиков отмечают факторы успеха и провала нововведений на рынке (таблица 6).

В инновационных организациях существует систематическая процедура создания новых изделий, т.е. инновациями управляют, они становятся повторяющимся и привычным процессом, который обеспечивает выдачу творческих и новаторских изделий и услуг на постоянной основе. Процесс включения инноваций в маркетинговую деятельность — это определенный механизм перевоплощения предприятиями своих старых идей, технологий, продуктов и т.д., в совершенно новые, которые предназначены для успешного их развития в дальнейшем. За последние года произошли большие изменения в области развития бизнеса, учитывая нестабильную ситуацию на рынке, которая, в свою очередь, является результатом роста конкуренции и переизбытка однотипных товаров на рынке. Именно поэтому, маркетинговая деятельность не исключает использование инновационных технологий, которые могут позволить предприятиям повысить уровень рентабельности и занять новые сегменты рынка [8].

Таблица 6. Ключевые факторы успешности и провала реализуемых инноваций [8]

Факторы успешности новшеств	Ключевые факторы провала нововведений
Превосходство товара над своими конкурентами, т.е. наличие у него отличительных свойств, способствующих лучшему восприятию со стороны потребителя	Нежелание риска, т.е. ориентация при разработке нововведений на краткосрочную выгоду
Маркетинговые ноу-хау фирмы, т.е. лучшее понимание рынка, поведения покупателей, темпов принятия новинки, длительности жизненного цикла товара и размеров потенциального рынка	Слабое понимание рынка и отсутствие исследований конъюнктуры: недооценка задержек распространения продукта на рынке и переоценка размеров или ресурсов потенциального рынка
Технологическое ноу-хау, т.е. высокая согласованность НИОКР и производства	Производственные проблемы: трудности при переходе от опытного образца к установочной серии, трудности достижения заданных параметров. Недостаточность людских и финансовых ресурсов или недостаточная квалификация кадров

Как указывает Сенаторов А., основной особенностью инновационного маркетинга является распределение и разработка стратегического направления, которое связано с выходом товаров и услуг на рынок, выделение конкретных последовательных этапов [12].

Как указывает Гаврилов Л.П., под инновационными информационными технологиями понимаются нововведения в области информационных технологий, обладающие научно-технической новизной, производственной или общественной применимостью и коммерческой реализуемостью. К ним относятся мобильность, корпоративная мобильность, виртуализация и облачные вычисления, обработка больших массивов данных, мобильные информационные системы [3]. Также Гаврилов Л.П. отмечает, что информационная технология — процесс получения сведений требуемого вида и качества путем переработки исходной информации (входных данных) с помощью средств и методов ее поиска, сбора, обработки, передачи, хранения и распространения. Результатом применения такой технологии является информация (информационный продукт) нового качества о состоянии объекта, процесса или явления [3]. Из новейших разработок и направлений IT-технологий можно отметить облачные тех-

нологии. Если раньше пользователь для работы устанавливал на своем компьютере нужные приложения, то теперь все больше сервисов появляется в интернете. Графические и текстовые редакторы, обработка видео прямо в браузере уже никого не удивляют. Появляются бухгалтерские и управленческие программы, позволяющие быть в курсе событий вдали от рабочего места. Активно ведутся работы по распознаванию человеческого голоса и изображения. Если компьютер научится распознавать изображение, то это станет очередным прорывом IT технологий. Фото с документов можно будет проверять в автоматическом режиме. Это станет большим подспорьем для правоохранительных органов и пограничной службы. Уверенное распознавание человеческой речи в будущем позволит управлять компьютером наиболее привычным человеку способом.

По темпам роста IT-отрасли Российская Федерация почти в 2 раза опережает мировые показатели. Основными источниками роста являются сегменты программного обеспечения, хранилищ данных, корпоративных сетей и мобильных устройств. Возрастают роли мобильных технологий способствует и внедрение виртуализации по моделям Saas (приложения как услуга), IaaS

Таблица 7. Стратегии маркетинга в сфере инноваций [12]

Стратегия	Характеристика
стратегия повышения уровня цен	применяется в случаях отсутствия конкурентов и выпуска новой продукции (информация о котором еще не была обнародована). С помощью этой стратегии появляется возможность получения значительной прибыли от платежеспособных покупателей. После чего предприятие может понижать уровень и цен и перейти на другой сегмент рынка
стратегия проникновения на рынок	Применяется в том случае, если на товар установлены цены невысокого уровня, так как существует большое количество товаров, которые могут составить им конкуренцию
«престиж»	стратегическое направление инновационного маркетинга, применение которого заключается в том, чтобы убедить покупателя (потребителя), что высокий уровень цен на товары является залогом его качества и престижности
стратегия инновационного маркетинга	основой является мнение потребителя. При осуществлении данной стратегии проводится изучение и анализ спроса на конкретный тип товаров, установление более доступного уровня цен

(инфраструктура как услуга), PaaS (платформа как услуга), широкополосных высокоскоростных информационных сетей. В результате применения виртуализации стало возможным размещение централизованно управляемого администратором Рабочего стола сотрудника на его персональное мобильное устройство, что позволяет ему удаленно выполнять свои служебные обязанности [3].

Согласно исследованиям, крупные деятели также уделяют внимание развитию инноваций. В октябре 2015 года Алишер Усманов совершил одну из крупнейших инвестиций в спорт, решив поддержать не реальный, а виртуальный спорт. Принадлежащий ему USM Holdings сообщил, что вложит более \$100 млн в Virtus.pro — крупнейшее российское сообщество в сфере киберспорта. В последнее время Усманов предпочитает проекты в Азии. Через DST Global, управляемый Юрием Мильнером, он инвестировал в китайские компании Didi, Kuaidi и индийскую Ola Cabs. Сервисы объединяет не только регион, но и тематика: мобильные приложения по вызову такси. Сервисы Didi и Kuaidi появились в Китае в 2012 году. Среди инвесторов — телекоммуникационная компания Tencent и интернет-ритейлер Alibaba. В феврале 2015 года сервисы объединились в компанию Didi Kuaidi, водители которой ежедневно обслуживают более 6 млн заказов более чем в 360 городах Китая [14].

Авторы исследования «Стратегия голубого океана» Чан Ким и Рене Моборн используют метафору океанов, чтобы объяснить отношения на рынке. «Вот у нас люди с примерно однотипными потребностями. И вот компании, которые примерно одинаково эту потребность удовлетворяют. Между людьми и компаниями завязываются коммерческие отношения: люди платят, компании оказывают услугу или продают товар. Получается рынок. Бывает рынок интернет-провайдеров и рынок мобильной связи. Есть рынок продуктов питания. Есть рынок пиццерий и отдельный от него рынок японских ресторанов с доставкой. И общий рынок »Где бы поесть, чтобы не готовить?« Нефтяной рынок. Рынок образовательных услуг. Рынков невероятно много. Если вы единственная компания на рынке и у вас много клиентов, вам хорошо. Вы диктуете цены и определяете правила игры. Клиенты идут только к вам, потому что только вы решаете их потребность. Это голубой океан: рынок без конкуренции. Скоро другие компании видят, как вам хорошо, и приходят на ваш рынок. Они начинают оказывать те же услуги тем же людям, но дешевле, быстрее или качественнее. Начинается конкуренция, проливается кровь. Теперь это алый океан: конкурентный рынок» [17].

Суть стратегии голубого океана — придумать такой продукт или услугу, которая создаст для вас голубой

океан. «Голубые океаны создаются постоянно, хотя о них в таком ключе никто не думает. Но каждый раз, когда на рынке появляется революционный продукт, — добро пожаловать в голубой океан» [17].

Существуют различные рейтинговые компании и мероприятия по выявлению потенциальных к развитию инновационных компаний. Например, на форуме «Открытые инновации» представили рейтинг «ТехУспех», в который вошли наиболее перспективные компании России, работающие в области высоких технологий [16]. В рейтинге 2015 года 60 компаний, самые успешные из которых распределены по трем основным категориям: топ-10 крупнейших по размеру выручки, топ-10 быстрорастущих по темпам роста выручки и топ-10 инновационных компаний (оценивается технологический уровень выпускаемой продукции, ее новизна, интеллектуальная собственность участников, а также расходы на НИОКР и технологические инновации). Первую строчку рейтинга заняла компания «Биокад», которая занимается разработкой инновационных препаратов для лечения онкологических заболеваний и гепатита С. Уральский турбинный завод, занявший второе место, разрабатывает и производит продукты, которые используются не только на ТЭЦ в России и за ее пределами, но и на атомных ледоколах. «Радар ммс» показал себя одним из первых в области радиоэлектроники: компания имеет разработки в сфере раннего обнаружения пожароопасной ситуации, приема спутниковой и факсимильной метеорологической информации и высокоточной съемки магнитного поля Земли для навигации по физическим полям. «ПКК Миландр» производит микросхемы собственной разработки.

Таким образом, эффективное применение форм маркетинговых коммуникаций является одним из важнейших элементов комплекса продвижения. Несмотря на недостатки, интернет-маркетинг способен обеспечить конкурентные преимущества фирмам, которые его систематически используют на рынке. Инновации на практике способствуют формированию новых знаний и социально-гуманитарных технологий. И наоборот, новые открытия и знания рождают инновационные предметы потребления, а также инновационные, ранее не мыслимые, материальные и нематериальные услуги. Развитие техники и появление новых технологий определило ведущую роль научно-технических инноваций как источников экономического роста. Проблема коммерческого успеха предприятия может быть сформулирована как необходимость концентрации внимания на путях внедрения технологий для решения новых задач. Инновации являются, с одной стороны, показателями конкурентоспособности предприятия, с другой — обеспечивают эту конкурентоспособность.

Литература:

1. Азарова С. П. Маркетинг и современность: монография. — М.: Инфра-М, 2016. — 267 с.
2. Башанова Т. А. Инновации в торговле // Научные записки ОрелГИЭТ. — 2012. — С. 267–269.

3. Гаврилов Л.П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе: учебник для бакалавров / Л.П. Гаврилов. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 372 с
4. Инновационный маркетинг: учебник для бакалавриата и магистратуры / под общ.ред. С.В. Карповой. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 457 с.
5. Интернет-маркетинг и digital-стратегии. Принципы эффективного использования: учеб. пособие / О.А. Кожушко, И. Чуркин, А. Агеев и др.; Новосиб. гос. ун-т, Компания «Интелсиб». — Новосибирск: РИЦ НГУ, 2015. — 327 с.
6. Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в Сети: монография / Л.М. Капустина, И.Д. Мосунов; М-во образования и науки РФ, Урал. гос. экон. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015. — 102 с.
7. Концепция формирования системы интегрированных маркетинговых коммуникаций [Текст]: монография / В.В. Зундэ. — М.: Экон. науки, 2008. — 180 с.
8. Лоховина Е.С. Особенности маркетинга высокотехнологичной продукции на мировом рынке // Транспортное дело России. — 2012. — № 11. — С. 114–115
9. Маркетинг инноваций: учебник и практикум для академического бакалавриата / под общ. ред. Н.Н. Молчанова. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 528 с.
10. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет / Л.М. Капустина, А.М. Предеин; Федер. агентство по образованию, Урал. гос. экон. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2009. — 136 с.
11. Романенкова О.Н. Интернет-маркетинг. Учебник для академического бакалавриата. — М.: Юрайт, 2016. — 228 с.
12. Сенаторов А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях. — М.: Альпина Диджитал, 2016. — 150 с.
13. Усманов Д. Ф., Галина А. Э. Сетевые интернет — коммуникации как инструмент маркетинга для распространения информации о проведении event — мероприятия // Символ науки. — 2016. — № 6–1. — С. 294–296.
14. 7 венчурных проектов российских миллиардеров [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.forbes.ru/milliardery-photogallery/306311-7-luchshikh-venchurnykh-proektov-rossiiskikh-milliardero>.
15. Власенко В.Е. Интернет-коммуникации [Электронный ресурс] // Экономика и социум. — 2016. — № 6. — Режим доступа: www.iurg.ru.
16. Дело техники. Названы самые высокотехнологичные компании России [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2015/10/30/techsuccess/>.
17. Стратегия голубого океана [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://megaplan.ru/letters/blue-ocean>.
18. Шуклина З.Н. Усиление стратегического значения инновационного маркетинга в условиях системного кризиса (статья) // Экономика и предпринимательство, 2016, № 1, ч. 2, с. 814–819

Особенности формирования транзакционных издержек в условиях неинституционализма

Болиева Инга Ахтемировна, кандидат экономических наук, доцент;
Каддах Даяна Халед, студент
Северо-Кавказский горно-металлургический институт (г. Владикавказ)

В статье раскрыта взаимосвязь транзакционных издержек с новой институциональной теорией, а также влияние новой институциональной теории на экономику. Рассмотрены факторы транзакционных издержек в условиях формирования неинституционализма и их зависимость от специфичных инвестиций и риска. Выделены основные преимущества и недостатки транзакционных издержек, как составной части новой институциональной теории.

Ключевые слова: транзакционные издержки, неинституционализм, специфичные инвестиции и риск, ограниченная рациональность и оппортунизм

Features of the formation of transaction costs in terms of neo-institutionalism

Bolieva Inga Akhtemirovna;
Kaddakh Dayana Khaled

The relationship of transaction costs and new institutional theory is indicating in the article, also indicates the influence of new institutional theory on the economy. The factors of transaction costs in neo-institutionalism and their

dependence on specific investment and risk is also considered. The main advantages and disadvantages of transaction costs as an integral part of neo-institutionalism is written in the article.

Key words: *transaction costs, neo-institutionalism, specific investments and risk, bounded rationality and opportunism*

Теория транзакционных издержек — это одна из составных частей неoinституционализма, который, в свою очередь, является новым течением в современной экономической науке.

Транзакционные издержки считаются центральной изъясняющей группой всего неoinституционального анализа. Ортодоксальная неоклассическая теория оценивала рынок как абсолютный механизм, где нет необходимости предусматривать потери по обслуживанию сделок. Значимый вклад для функционирования экономической системы транзакционных издержек был внесен благодаря статье Рональда Коуза «Природа фирмы» (1937 г.). Он продемонстрировал то, что при любой сделке нужно проводить переговоры, производить контроль, определять связи, ликвидировать разногласия.

Новая институциональная теория — направление современной экономической мысли, которое сформировалось в 1960—1970-е годы. Предметом исследования в ней стала институциональная структура производства, что оказалось возможным в связи с введением в экономическую теорию нижеперечисленных понятий: транзакционные издержки, право собственности, контрактные отношения.

Вследствие поочередно проводимого принципа методологического индивидуализма перед неoinституционализмом встает основательно новый, наиболее глубокий пласт экономической действительности. Он опускается на ступень ниже, нежели та, на которой был классический микроэкономический анализ. В центре его интереса стоят отношения, которые складываются внутри экономических организаций, в то время как в неоклассической теории компании и прочие учреждения рассматривались попросту как «темный ящик», вглубь которого никто не смотрел. Вот почему новая институциональная теория может быть определена как микроэкономическая.

Неoinституционализм преодолевает почти все препятствия, свойственные классическим неоклассическим моделям, и сразу же распространяет основы микроэкономического анализа на области, которые раньше являлись вотчиной марксизма и «старого» институционализма. Это позволяет некоторым авторам характеризовать ее как общую неоклассическую теорию.

Одним из элементов новой институциональной теории является теория транзакционных издержек, а они, в свою очередь, наряду с институтами являются ее базисной группой.

Основной задачей теории транзакционных издержек считается разъяснение проблем эффективности каких-либо экономических действий в определенных институциональных рамках, другими словами умение различных

организационных форм в действенном планировании и претворении в жизнь экономических целей. В основе этой концепции присутствует мнение о том, что любая деятельность в экономическом контексте в главную очередь связана с затратами.

Теория транзакционных издержек противоречит предпосылкам «безупречного рынка» и основывается на нижеперечисленных принципах:

- ограниченная рациональность обоснована суженным восприятием и неполнотой данных об участвующих сторонах;
- оппортунизм в действиях, движущей силой которого считается получение наибольшей собственной выгоды при помощи коварства и ухищрения.
- нейтральный подход к риску употребляется с целью упрощения.

Теория транзакционных издержек объясняет взаимодействие организаций и рынка и тем самым помогает в определении типа партнерства и формы компании. С иной стороны появляются проблемы в уточнении операционных издержек, что способно усложнить вероятность определенных решений.

По одной из классификаций транзакционные издержки делятся следующим образом:

- 1) издержки поиска информации (учитывается время и расходы ресурсов на нахождение и обработку данных о стоимости, наличии товара и услуг, существующих поставщиках, покупателях и конкурентах);
- 2) издержки ведения переговоров;
- 3) издержки учета численности и качества, находящихся в стадии обмена товаров и услуг;
- 4) издержки согласно спецификации и охране прав собственности (расходы на содержание судов, арбитража, органов муниципального управления, а кроме того издержки времени и ресурсов, которые необходимы для возобновления преступленных прав);
- 5) издержки оппортунистического поведения, то есть недобросовестного поведения, которое нарушает условия сделки либо направлено на получение только собственных интересов.

Решающими факторами транзакционных издержек являются:

1. Особенность инвестиций, объединенных с транзакцией, которая демонстрирует проводимые вложения в рамках транзакции в производственные силы и получение требуемой квалификации.
2. Риск — имеет внутри себя неопределённость характеристик внешней среды и неуверенность в действии соучастников соглашения, которая может быть базирована на оппортунизме.

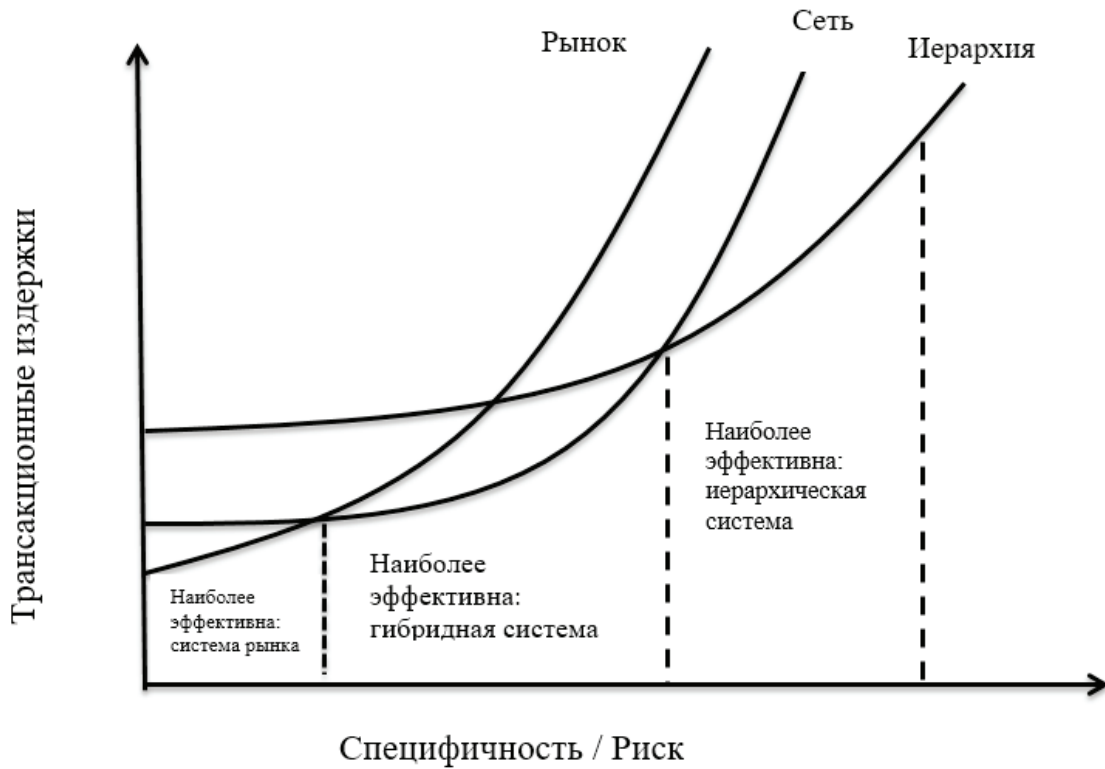


Рис. 1. Транзакционные издержки и эффективность

3. Частотность — принимает во внимание вероятность депрессии издержек с увеличением частоты схожих транзакций как результат массовости производства либо синергии.

График «Транзакционные издержки и эффективность» показывает зависимость транзакционных издержек от специфичных инвестиций и риска. Так, например, транзакции с повышенным риском целесообразнее проводить в условиях иерархических структур, на тот момент, когда наименее опасные операции имеют все шансы быть эффективно проведены в условиях рынка.

Производство работ в рамках организации оправдано наименьшими транзакционными издержками при условии огромного риска и больших инвестиций. Издержки на поиск информации, дискуссию и оформление договора в данном случае не появляются, а добавления и изменения могут быть очень облегчены. При помощи механизмов управления и контроля, свойственным организациям, может быть выборочное либо абсолютное избежание возможности оппортунизма.

С растущей взаимной зависимостью участвующих сторон в качестве особых транзакционных инвестиций в виде, к примеру, производственных мощностей, возрастает заинтересованность в несоблюдении договорён-

ностей за счёт зависимого партнёра с целью присвоения ренты. В этих условиях наиболее действенными считаются гибридные формы договора с соответствующими обязанностями по обмену информации. А в случае невыполнения обязанностей по договору применение санкций для избежания оппортунизма, а также возможных затрат на заключение дополнительных соглашений.

Таким образом, можно выделить основные преимущества и недостатки теории транзакционных издержек в условиях формирования новой институциональной теории:

Преимущества:

- может помочь обнаружить предпосылки появления организаций и доказывает проведения какого-либо вида транзакций в соответствующих институциональных рамках;
- даёт вероятность анализа межорганизационных форм проведения операций, что может быть кроме того доказано эмпирическим исследованием.

Недостатки:

- описание институциональных рамок является достаточно простым концептом с узким числом вариаций;
- предположение оппортунизма не совсем оправдано, потому как транзакции и их соучастники пребывают в конкретных социальных взаимосвязях, не учтённых этой теорией.

Литература:

1. Баринов В. А. Экономика фирмы: Стратегическое планирование: Учебное пособие. — М.: КНОРУС, 2005 г.
2. Барсукова С. Ю. Транзакционные издержки вхождения на рынок предприятий малого бизнеса // Проблемы прогнозирования. — 2000. — № 1

3. Борисов Е. Ф. Экономическая теория. М.: ЮРАЙТ, 2002
4. Валовой Д. В. Политическая экономия. М.: Проспект, 1999
5. Ворст И., Ревентлоу П. Экономика фирмы: учебник. — Москва.: Банки и биржи, ЮНИТИ. — 1995.
6. Горемыкин В. А. Экономическая стратегия предприятия. Учебное пособие. — М: Издательство «Альфа-Пресс». 2007 г.
7. Грузинов В. П. Экономика предприятия. — Москва.: Банки и биржи, ЮНИТИ. — 1999
8. Малахов С. Транзакционные издержки и макроэкономическое равновесие
9. Мугалимов М. Г. Основы экономической теории. 2002 г.

Анализ рентабельности деятельности предприятия

Бурлака Екатерина Владимировна, магистрант
Керченский государственный морской технологический университет

В статье проведен анализ прибыли и рентабельности деятельности предприятия на примере ОАО «Судостроительный завод »Залив». Выявлены негативные тенденции в изменении показателей и обоснована необходимость разработки комплекса мероприятий, направленных на преодоление кризисных явлений.

Ключевые слова: *прибыль, рентабельность, эффективность деятельности, убыток*

Analysis of profitability of enterprise activity

The article analyzes the profit and profitability of the enterprise activity on the example of JSC «Shipbuilding plant »Zaliv». Negative trends in the change of indicators were revealed and the necessity of developing a set of measures aimed at overcoming the crisis phenomena was justified.

Keywords: *profit, profitability, Activity efficiency, lesion*

В современных условиях функционирования экономики без осуществления грамотного анализа рентабельности деятельности предприятия, а также выявления факторов, оказывающих влияние на величину этих показателей, невозможно стабилизировать и тем более повысить уровень прибыли, получаемой предприятием.

Для проведения анализа рентабельности целесообразно использовать наиболее обобщенные показатели финансовых результатов, которые отражены в отчете о прибылях и убытках [1].

Логически анализ необходимо начинать с изучения показателей прибыли. При осуществлении анализа предлагается применять методику, предложенную Савицкой Г. В. [2].

Проанализируем изменение показателей прибыли на примере ОАО «Судостроительный завод »Залив». Исходные данные и динамика показателей представлены в табл. 1.

Результаты расчетов, представленные в таблице 1, свидетельствуют о том, что в целом за анализируемый период валовая прибыль предприятия снижается, причем в 2016 г. значение показателя является отрицательным и составляет –81132,0 тыс. руб., что обусловлено значительным превышением себестоимости над выручкой.

В 2014 г. прибыль от продаж была на уровне 41994,0 тыс. руб. А в 2015 г. и 2016 г. показатель принимает отрицательное значение и составляет — 91332,0 тыс. руб. и 162159,0 тыс. руб. соответственно.

Таблица 1. Динамика показателей прибыли ОАО «Судостроительный завод »Залив» за 2014–2016 гг., тыс. руб.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение, (+,-)		
	2014	2015	2016	2015 г. от 2014 г.	2016 г. от 2015 г.	2016 г. от 2014 г.
Валовая прибыль	117315,0	3393,0	-81132,0	-113922,0	-84525,0	-198447,0
Прибыль от продаж	41994,0	-91332,0	-162159,0	-133326,0	-70827,0	-204153,0
Прибыль до налогообложения	2136,0	16878,0	-237843,0	14742,0	-254721,0	-239979,0
Чистая прибыль	2136,0	16752,0	-237969,0	14616,0	-254721,0	-240105,0

Возникновение убытка объясняется высоким уровнем коммерческих и управленческих расходов.

Прибыль до налогообложения в 2014 г. составила 2136,0 тыс. руб. В 2015 г. наблюдается ее увеличение на 14742,0 тыс. руб., т.е. практически в 8 раз. В 2016 г. прибыль до налогообложения составила –237843,0 тыс. руб.

Аналогично выглядит динамика чистой прибыли. В 2014 г. чистая прибыль составила 2136,0 тыс. руб.

В 2015 г. наблюдается ее увеличение на 14616,0 тыс. руб. или в 8 раз. А в 2016 г. чистая прибыль имеет отрицательное значение и составляет –237969,0 тыс. руб.

Более полную характеристику экономического положения предприятия позволит дать изучение и анализ показателей рентабельности. Исходные данные и результаты расчета показателей рентабельности представлены в табл. 2.

Таблица 2. Данные для анализа показателей рентабельности ОАО «Судостроительный завод «Залив» за 2014–2016 гг.

Показатели	Годы			Абсолютное отклонение, (+,-)		
	2014	2015	2016	2015 г. от 2014 г.	2016 г. от 2015 г.	2016 г. к 2014 г.
Выручка, тыс. руб.	800424,0	937851,0	854253,0	137427,0	-83598,0	53829,0
Прибыль от продаж, тыс. руб.	41994,0	-91332,0	-162159,0	-133326,0	-70827,0	-204153,0
Полная себестоимость, тыс. руб.	758430,0	1029183,0	1016412,0	270753,0	-12771,0	257982,0
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	2136,0	16878,0	-237843,0	14742,0	-254721,0	-239979,0
Расходы, связанные с обычной деятельностью, тыс. руб.	1141878,0	1030947,0	1019133,0	-110931,0	-11814,0	-122745,0
Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. руб.	845049,5	814875,0	780837,0	-30174,5	-34038,0	-64212,5
Среднегодовая стоимость оборотных активов, тыс. руб.	2596909,5	2309546,0	1669834,5	-287363,5	-639711,5	-927075,0
Среднегодовая стоимость совокупного капитала, тыс. руб.	3510388,0	3375475,5	2712701,5	-134912,5	-662774,0	-797686,5
Чистая прибыль / убыток, тыс. руб.	2136,0	16752,0	-237969,0	14616,0	-254721,0	-240105,0
Рентабельность продукции,%	5,54	-8,87	-15,95	-14,41	-7,08	-21,49
Рентабельность обычной деятельности,%	0,19	1,64	-23,34	1,45	-24,97	-23,52
Общая рентабельность продаж,%	0,27	1,80	-27,84	1,53	-29,64	-28,11
Чистая рентабельность продаж,%	0,27	1,79	-27,86	1,52	-29,64	-28,12
Общая рентабельность,%	0,06	0,54	-9,71	0,48	-10,25	-9,77
Рентабельность совокупного капитала,%	0,06	0,50	-8,77	0,44	-9,27	-8,83

Результаты расчетов свидетельствуют о том, что на протяжении анализируемого периода происходит сокращение показателей рентабельности, причем в 2016 г. все показатели рентабельности имеют отрицательное значение, что связано с отрицательными финансовыми результатами деятельности предприятия.

Динамика показателей рентабельности ОАО «Судостроительный завод «Залив» представлена на рис. 1.

Так, в 2014 рентабельность продукции составила 5,54%, а, начиная с 2015 г. значение показателя принимает отрицательное значение и составляет в 2015 г. —8,87%, а в 2016 г. рентабельность продукции составляет –15,95%.

Рентабельность обычной деятельности в 2015 г. по сравнению с 2014 г. увеличилась на 1,45%. Однако, несмотря на увеличение, значение показателя является очень низким. В 2016 г. в связи с тем, что деятельность предприятия характеризуется убытком от обычной деятельности до налогообложения, рентабельность обычной

деятельности принимает отрицательное значение и составляет –23,34%.

Общая рентабельность продаж в 2014 г. составила 0,27%. В 2015 г. значение показателя увеличилось на 1,52% и составило 1,80%. А в 2016 г. значение показателя по тем же причинам отрицательное и составляет –27,84%.

Аналогично выглядит динамика чистой рентабельности продаж. Прирост показателя в 2015 г. по сравнению с 2014 г. составил 1,52%, а в 2016 г. значение показателя было отрицательным и составило –27,86%.

Значение показателя общей рентабельности в 2015 г. по сравнению с 2014 г. увеличилось на 0,48%, а в 2016 г. принимает отрицательное значение и составляет –9,71%.

Рентабельность совокупного капитала в 2014 г. составила 0,06%. В 2015 г. прирост показателя был на уровне 0,44% до уровня 0,50% в 2015 г. А в 2016 г. рентабельность совокупного капитала принимает отрицательное значение и составляет –8,77%.



Рис. 1. Динамика показателей рентабельности ОАО «Судостроительный завод «Залив» за 2014–2016 гг.

В целом, можно сделать вывод, что на протяжении анализируемого периода деятельность предприятия была крайне неэффективной. В 2014–2015 гг. значения показателей рентабельности были на низком уровне, а в 2016 г. в связи с тем, что предприятие имеет убытки, значения по-

казателей рентабельности принимают отрицательные значения. Все вышеизложенное обуславливает необходимость разработки комплекса мероприятий, направленных на выведение предприятия из кризисного состояния и повышение эффективности его функционирования.

Литература:

1. Гунина И. А. Оценка показателя результативности производства в условиях рыночных отношений / И. А. Гунина, И. С. Болховитинова // Повышение эффективности организации и управления производством в условиях рынка. — В.: ВГТУ, 1998. — С. 18–24.
2. Савицкая Г. В. Экономический анализ: Учеб. / Г. В. Савицкая. — М.: Новое знание, 2010. — 640 с.

Основные тенденции развития мирового хозяйства

Бусоедов Иван Александрович, студент;
Гребенюк Таисия Алексеевна, студент
Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

Существует множество теорий о возникновении мирового хозяйства. Кто-то считает, что данная система возникла во времена Римской империи, кто-то относит ее возникновение к более раннему периоду, такому как географические открытия XV–XVI веков. Времен бума в международной торговле.

Проблемы глобализации — это те явления, которые делают данную тему актуальной на сегодняшний день.

Рассмотрим мировое хозяйство с научной точки зрения:

Система, которая состоит из национальных хозяйств. Сами хозяйства объединены отношениями в сфере экономики и политики, международным разделением труда.

Если дать более глубокое определение данному понятию, то выйдет следующее:

Глобальная экономическая система. Она непосредственно связана с правовыми, политическими и производственными отношениями, обладающими определенной совместимостью между собой.

На сегодня существует достаточно факторов, чтобы понимать причину возникновения международных отношений:

– Различные географические факторы. Так одна страна может быть полностью обделена ресурсами, а другая страна будет ими щедро награждена природой. С расширением и увеличением производства, введением в товарооборот новой продукции и услуг повышается спрос и на ресурсы, которые в свою очередь ограничены и имеют тенденцию заканчиваться. Появляется и увеличивается спрос на товары, ограниченных особыми условиями их производства.

– Развитость производства. Чтобы крупное производство было эффективным, оно должно выходить на международный уровень, то есть ориентироваться не только на внутренних потребителей, но и внешних.

– НТП тоже имеет огромное влияние. Сегодня, в условиях его ускорения нельзя больше ограничиваться одной страной, нужно ориентироваться на более крупные цели, а это за собой влечет активное участие в обмене товарами и услугами производства в рамках уже не только одной страны.

Мировое хозяйство имеет сложную структуру. Это обусловлено различными течениями ресурсов, продукции, услуг благодаря которым возникают международные экономические отношения. Движение ресурсов и движение товаров и услуг рассматривают по-разному. В основе перемещения первых лежит перемещение капитала, рабочей силы, а также информации. Другие же виды ресурсов обычно двигаются в виде уже готовых товаров и услуг, так как это более благоразумно с экономической точки зрения. Отдельное внимание стоит уделить предпринимательству и валютным отношениям. Но, если первые неразрывно связаны с капиталом, то вторые приобрели самостоятельность.

Приведенная выше теория не является единственной, но она приведена, так как проста и логична. Также ранее писалось, что международные отношения зародились очень давно, но окончательно сформироваться они сумели относительно недавно, примерно сто лет тому назад.

Одна из известных древних цивилизаций, Египет. Их торговля, в основном, распространялась на соседей. Затем торговые отношения перешли на новый уровень. Появилась торговля услугами: дополнительный перевоз чужих товаров, а также пассажиров. Большой вклад был сделан географическими открытиями, открытие машинной индустрии.

На протяжении некоторого времени мировая экономика видоизменялась под воздействием таких важных событий, как мировые войны.

В 1950–1970 гг. в игру вступают социалистические и развивающиеся страны, которые хотели заявить о себе и самоутвердиться на мировом рынке.

Современный период, берущий свое начало в конце XX в. характеризуется периодом перехода наиболее развитых стран в период постиндустриализации, для боль-

шинства отставших стран этот период характеризуется целью достичь уровень развитых стран, для экс-социалистических стран — восстановлением рыночных отношений.

XXI в. характеризуется глобализацией. На данном этапе мировое хозяйство объединено рынком товаров, услуг, рабочей силы и информации. Кроме это существует процесс, параллельно сопровождающий процесс глобализации, — интернационализация. Которая является ответным результатом на активное международное участие стран: кооперация производства, прогресс в мировом разделении труда.

Конечно же не остались без внимания мировые войны, отвечавшие за временное сворачивание процесса интернационализации. Конечно к концу XX в. Процесс возобновился и даже превзошел большинство прежних показателей. Для глобализации характерно то, что развивается либерализация национальных экономик. Тем самым границы многих стран на уровне торговли экономическими ресурсами, продукцией и услугами имеет тенденцию размываться.

Транснациональные корпорации, включая, кроме основных компаний, филиалы за рубежом, становятся мощными двигателями для мировой глобализации. Тактика транснациональных корпораций заключается в следующем. Они располагают родительские компании в развитых странах, а филиалы в развивающихся. При этом для развития филиалов используют прямые инвестиции. Они делают ресурсы за рубежом доступными для использования. А это порождает нужную для транснациональных корпораций собственную сеть производства и сбыта.

Глобализация обеспечивает экономический рост, для вовлеченных стран, а также усиливает отношения в международном плане.

Особое внимание стоит уделить переход развитых стран от индустриального периода к постиндустриальному. Конечно индустриализация еще имеет место в развивающихся странах. Но для в развитых странах отмечается ускорения развития экономического сектора услуг. Этому способствуют развитие следующих отраслей: образование, науки, искусство, здравоохранение, бытовое обслуживание, индустрия отдыха. Они направлены на производство знаний и обслугу людей. Конечно же наибольшими всего равно остаются отрасли, связанные именно с обслуживанием людей: торговля, общественное питание, госуправление.

Основные ресурсы разных этапов развития общества существенно отличаются. Так для доиндустриального общества это были природные ресурсы, для индустриального общества — капитал, а для постиндустриального — знания и труд. Все определяется правильным умением использования данных ресурсов. Естественно особое место занимают знания и техника и технология, как плоды этих знаний.

Особенностями постиндустриализации становятся следующие ее черты:

– Рост уровня образования, который напрямую связан с послешкольным образованием.

– Изменения взглядов работников на труд. Подход к нему как к творческому процессу.

– Усиления внимание к экологическим процессам. Эффективное использование природных ресурсов с помощью имеющихся знаний, а также средств, как результат этих знаний.

– Доступность знаний.

– Развитие малого бизнеса.

– Возрастание роли услуг и влияние его на сферу производства и потребления.

Также особое внимание нужно уделить тенденции развития информационно-коммуникационных технологий, упрощающих и делающих в разы дешевле связи экономических агентов. Эти технологии относят к четвертой революции в научно-технической сфере и в результате им приписывают то, что они будут увеличивать эффективность мирового хозяйства

В основном, мировое хозяйство, то есть развитие, определяется развитыми странами, а также их дальнейшим экономическим ростом. Степень тенденция развития мирового хозяйства зависит от путей развития наиболее развитых стран.

Литература:

1. Афанасьев В. Д., Евсеев П. В. Субъекты мирового хозяйства и основные принципы развития мирового хозяйства Новая наука: От идеи к результату. 2016. № 3–1 (72). С. 87–88.
2. Азимов Т. А., Безнощук Л. Ю. Рыбная промышленность в Приморском крае: проблемы и их причины // Молодой ученый. — 2016. — № 7. — С. 37–40.
3. Кутовой В. М. Основы и механизм адаптации внешнеэкономических связей России к мировому хозяйству Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / Дипломатическая академия МИД РФ. Москва, 1999
4. Азимов Т. А., Безнощук Л. Ю. МАЛОЕ Предпринимательство в России: значение и проблемы Экономика и предпринимательство. 2016. № 11–2 (76–2). С. 424–426.
5. Кутовой В. М. Основы и механизм адаптации внешнеэкономических связей России к мировому хозяйству диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Москва, 1999
6. Азимов Т. А., Безнощук Л. Ю. Проект «свободный порт Владивосток» в сравнении с конкурентами Молодой ученый. 2016. № 29 (133). С. 349–351.
7. Пинчук В. Н. Проблемы управления национальным хозяйством в условиях интеграции в мировую экономику Инновационная экономика: информация, аналитика, прогнозы. 2013. № 3. С. 22–23.
8. Безнощук Л. Ю., Азимов Т. А., Мылов И. Д. Подсчет запасов газа, газоконденсата и оценка рентабельности разработки месторождений Ачимовского пласта Экономика и предпринимательство. 2016. № 5 (70). С. 977–981.
9. Рязанов В. Т. Экономика России и мировое хозяйство: перспективы взаимодействия Ученые записки Санкт-Петербургского имени В. Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. 1996. № 2 (2). С. 142–150.

Коучинг и тренинг в системе обучения и развития персонала

Буцкая Анна Александровна, студент;

Николаева Ксения Андреевна, студент;

Петриго Ольга Андреевна, студент

Тольяттинский государственный университет

На сегодняшний день понятие «коучинг» оказывается одним из востребованных в менеджменте и консалтинге. Консалтинг — это консультирование людей, занимающих управленческие должности в вопросах деятельности компании. Менеджмент — это процесс, направленный на эффективное планирование основных ресурсов организации, работая как единая целая система, ориентируясь на основные цели организации, исследуя человеческий ресурс, социум, общество.

Изучение процесса коучинга и тренинга стоит начать с определений этих понятий. У коучинга существует множество определений:

1. В работе организации — это непрерывный процесс общения руководителя и подчиненного, который способен, помимо реализации успешной деятельности компании, оказывать стимулирование профессионального роста сотрудника в постоянно меняющихся условиях работы.

2. Это процедура, направленная на достижение целей в различных аспектах жизни личности.

3. Это технология, позволяющая переместить ситуацию из зоны проблемы в зону эффективного её решения.

4. Это система, позволяющая определить и понять новые подходы и возможности, раскрыть человеческий потенциал и систематизировать все аспекты жизни.

5. Это партнерское взаимодействие, в котором специалист не дает советов и не диктует план действий для достижения целей.

В коучинге существуют следующие основные понятия:

— Коуч — специалист, помогающий людям в достижении целей в различных областях деятельности.

— Коучируемый — клиент, которым могут быть как организации, так и отдельные личности.

— Сессии коучинга — регулярные встречи коуча с коучируемым.

Основная особенность коучинга — специалист лишь помогает человеку найти самостоятельное решение вопросов, а не решает её за него.

Коучинг служит для помощи клиента при определении в приоритетах, поддержки в достижении целей и ответственности при осуществлении задуманного. Коуч фокусирует свою деятельность на определении и достижении целей, а также на создании результата. Потребитель его работы — это человек, желает идти к собственным целям. Особенностью коучинга является тот факт, что он не интересуется прошлым, главное его направление из настоящего в будущее.

О коучинге стоит помнить, что этот процесс актуален для всех — от предпринимателей до домохозяек. С самого начала клиенту стоит определиться с ответом на вопрос: «Чего именно он хочет?», в случае, если ответ не определен, коуч выявит истинные желания и поможет в обретении этой истины.

Специалист не показывает коучируемому, как делать, а создает условия для самостоятельного осознания требуемых действий, способов, с помощью которых обучаемый сможет достичь желаемого. В коучинге присутствует принцип самостоятельного клиента, суть которого заключается в самоопределении приемлемого способа действия и определении основных этапов достижения целей клиента.

Центральной задачей корпоративного коучинга является конкретизация персональных целей коучируемого, установление допустимости включения их в цели компании и возможность достижения личных целей клиента при условии работы в организации.

Коучинг применяется не только в масштабах компаний, но и в качестве планирования, управления и улучшения собственной жизни человека. Главным намерением в этом случае является создание самого себя как личности, имеющей требуемые качества в социальном, духовном, материальном и личностном аспектах жизни.

Основные принципы коучинга:

1. Принцип осознанности и ответственности: основная задача коучинга — это добиться, чтобы клиент брал на себя ответственность как в области профессиональной деятельности, так и за все, что происходит в его жизни. Рассматриваемый процесс чтобы клиент самостоятельно осознал, какую цель он преследует и следовал по пути её достижения.

2. Принцип отсутствия экспертной позиции: ввиду того, что основная особенность коучинга заключается

в свободе клиента в выборе путей достижения целей, коуч не выступает в качестве эксперта, не дает советы и готовые решения. Существует возможность передачи от коуча опыта путем рассказа истории из жизни, но при условии, что в нем не будет конкретных шагов к действию.

3. Принцип взаимосвязи: когда человек работает над решением проблем взаимосвязей с коллегами в компании, это непременно оказывает влияние на другие сферы деятельности. Коучинг, действующий в направлении осуществления целей учитывает воздействие плана на все сферы жизни человека.

4. Принцип сопротивления: общеизвестный факт, что любые изменения влекут за собой возражения окружающих. Это объясняется тем, что перемены воспринимаются как неизвестность и вызывают страх опасности. Именно поэтому коучу с клиентом следует разработать стратегию постепенного установления новой стратегии.

5. Принцип поэтапного развития: цели должны быть масштабными, а этапы для её достижения исполнимыми. При переходе с низшей ступени к более высокой следует совершать небольшие действия, то есть преодолевать путь постепенно и маленькими шагами, а не сразу кардинальными изменениями. Коучу следует тщательно контролировать и не позволять ставить клиенту недостижимые на данном этапе цели.

6. Принцип равенства: поскольку коучинг базируется на партнерских взаимоотношениях между специалистом и коучируемым, то и в компаниях, где он внедрен следует придерживаться коммуникативного сотрудничества между начальником и подчиненным.

7. Принцип мониторинга: проблемы клиентов и их прошлое не интересны коучингу. Он направлен на достижение поставленных целей в будущем и поэтапные действия для их достижения в настоящем или оценка событий прошлого, с целью извлечения уроков, которые помогут более продуктивно двигаться на данный момент.

8. Принцип иерархичности развития: в своем развитии каждая личность проходит три основных этапа. Первый — эгоцентрический, на котором все окружающие рассматриваются лишь как средства для достижения личных целей. Основной стиль поведения на этом этапе — манипуляция (психологический прием, который способен заставить человека осуществлять какие-либо действия наперекор собственным интересам). К сожалению, некоторые личности останавливаются на этом этапе развития. Второй — группоцентрический, в котором человек идентифицирует себя с определенной компанией людей, причем люди которые не разделяют её интересы группой отторгаются. Главным направлением деятельности на этом этапе является достижение целей в интересах группы. Третий — общечеловеческий, при котором главным является сотрудничество со всеми людьми и стремление направить свою деятельность на благо даже не знакомых людей.

Технология коучинга приспособливает организацию и сотрудников к возможности конкурировать на рынке.

Преимущественно уровень эффективности и продуктивности компании оказывается большим ресурсов, используя который не требуется жесткая борьба с конкурентами.

Чтобы достичь определенной цели нужно обладать соответствующими навыками. Тренинг — процесс обучения, который направлен на развитие и приобретение определенных навыков, выявление и разработка методов для преодоления конкретных затруднений. В процессе тренинга у участника появляется возможность рассмотреть свою проблему со стороны и разработать определенный алгоритм действий для её решения. Поскольку тренинги в большинстве своем предполагают заранее осведомленность участников о его теме и цели, а соответственно обладание базовыми знаниями в рассматриваемой области, перед тренером встает задача выработки конкретных умений и развитие практических навыков, которые требуются на текущий момент. Отличительной чертой тренингов от стандартных форм обучения является концентрация внимания на практических заданиях.

Существует множество вариантов проведения тренингов. Рассмотрим некоторые из них:

1. Группы саморазвития — опираются на совершенствование собственного уровня развития, составляют систематизированный порядок действий в различных ситуациях.

2. Обучение действием — хотя обучение и проходит в контексте саморазвития, однако в процессе решения, происходит взаимодействие участников и обмен знаниями.

Литература:

1. Огнев А. С. Организационное консультирование в стиле коучинг. — СПб.: Речь, 2003.
2. Парслоу М. Рэй. Коучинг в обучении: практические методы и техники. — СПб.: Питер, 2003.
3. Смирнова Н. К., Самарина О. Г., Астахова Т. А. Организационные изменения в компании: персонал, руководители, процессы и управление. — М.: Бератор-Паблишинг, 2008. — 192 с.

3. Специальные навыки — выполнение заданий, которые требуют развития конкретных навыков.

На тренингах могут решаться такие задачи, как:

- Доведение до автоматизма навыков работы
- Достижение сноровки работы в команде
- Формирование новых профессиональных качеств и совершенствование личностных
- Генерирование новшеств с целью увеличения эффективности деяний
- Устранение недостатков в деятельности сотрудников организации.

Главной проблемой тренинга заключается в том, что у участника прошедшего его и вернувшегося на производство появляется необходимость суметь применить полученные знания в реальной жизни. Препградой для этого является тот факт, что ни один тренинг не даст решений для абсолютно всех каждодневных ситуаций, которые требуют незамедлительного решения.

Одной из главнейших целей любого обучения является стремление побудить участника самому извлекать требуемые знания. При её достижении замотивированные участники сами будут сотрудничать с тренером и обмениваться опытом, с целью накопления знаний для решения рабочих проблем.

Коуч-тренинг нужен, когда имеющихся у сотрудников знаний и навыков уже не достаточно для преуспевающей деятельности компании и появляется необходимость быстрого их обучения, но без отрыва от производства, чтобы те смогли быстро внедрить полученные умения и повысить прибыльность компании.

Оценка кандидатов на вакансии. Идеальный кандидат

Буцкая Анна Александровна, студент;
Николаева Ксения Андреевна, студент;
Петриго Ольга Андреевна, студент
Тольяттинский государственный университет

Любая компания состоит из переговоров, документов и бизнес-планов, а также из кадров, позволяющих совершенствоваться и достигать целей поставленных компанией. Но для того чтобы эффективно всего этого достигать необходимо правильно подбирать персонал. Так как существуют риск, что принятый на работу человек уволиться так и не окупив затраты на его адаптацию, идеи, не сделает ничего для компании. Тогда

возникает вопрос: Как лучше всего и эффективнее оценить кандидатов на вакансию? По данным исследований рекрутинговой компании Antal Russia, в России с сентября 2016 года большинство работодателей увеличат свой штат на 31%, так как считают, что на данный момент появляется всё больше возможностей для экспорта, рынок стал более свободным, и появились новые государственные льготы.

Кандидат — это человек, находящийся в очереди на какую-либо должность, готовящийся на вакантное место.

Существует несколько инструментов для правильной оценки способностей кандидата:

1) Открытие вакансий и их оценка.

Для начала необходимо открыть вакантное место для подбора на него персонала. Подбирая будущие кадры необходимо оценивать их со стороны внутреннего состояния и безопасности для компании. Необходимо установить круг подчинённых кандидата, его должностные обязанности, общение с коллективом, а также возможные угрозы, которые может принести его должность. Только после этого можно преступать к последующим этапам проверки человека желающего занять вакантное место.

2) Собеседование.

Цель — получение достоверной информации о претенденте на свободную должность в компании. Данный этап является очень важным в оценке кандидатов, ведь именно в этот момент даётся возможность рассмотреть все возможные риски и устранить их. Необходимо узнать соответствует ли человек должности, обладает ли нужными знаниями, выявить достаточно ли у него мотивации, психологические особенности и характер. Стоит особое внимание уделить типам темперамента, так как на пример холерик, вряд ли сможет эффективно работать на должности бухгалтера, а флегматик сможет чувствовать себя лучше на должности менеджера, чем принесёт больше полезного для компании. Также важно определить возможные конфликты с кем-либо из вашего персонала, мотивацию, которая тесно связана с расходами и доходами кандидата. Во время собеседования наниматель задаёт вопросы наводящие или прямые, но стоит помнить, что кандидат в праве не отвечать на вопросы.

Далее, после собеседования и анкетирования все данные обрабатываются, и анализируется службой безопасности фирмы. Недавно в некоторых компаниях функции выполняемые службой безопасности взяли на себя службы внутреннего контроля, юридические отделы, а также кадровые отделы по работе с персоналом.

3) Тест.

Работодатели всегда при найме на работу предлагают во время собеседования пройти тест, который даст информацию для дальнейших выводов и действий. На долю тестов приходится около 30% информации для принятия решения о кандидате. Чаще всего прибегают к тестам на интеллект — IQ. Существуют и другие тесты, применяемые в компании для выявления именно тех качеств, которыми должен обладать будущий работник и составляют эти тесты кадровые службы фирмы. Если фирме необходимо чтобы их сотрудник был психологически устойчивым, применяется психологический тест приводящий множество ситуаций, которые кандидат должен исследовать и дать свой комментарий или предложить своё решение на приведённые ситуационные примеры. По ответам и предложенным идеям работодатель будет также оценивать возможности и умения кандидата и то, как он

будет реагировать на случаи и приведённые примеры. Но тесты не всегда дают точную информацию, если тест один, то он вряд ли сможет целиком раскрыть способности человека отвечающего. Также возможны и искаженные, неправильные ответы, которые могут повлиять на мнение о кандидате и его возможностях, как в лучшую сторону, так и в худшую. Для того чтобы как можно лучше и эффективнее провести тест, необходимо сделать несколько видов тестов разного направления. Тогда о кандидате сложится необходимое мнение, будет доступна нужная информация о его способностях.

Что делать если кандидат не подошёл?

Так как согласно трудовому кодексу Российской Федерации каждый человек имеет право выбирать себе место работы. Законодательство РФ содержит в себе информацию о запрете на необоснованный отказ, который может быть обжалован в суде. Если нарушено законодательство, то нарушителю предусмотрены штрафы, при дальнейших нарушениях лицо будет нести уголовную ответственность на срок от трёх лет.

Часто работодатели забывают о правах кандидатов и их возможности обратиться в суд. Если человек желающий занять вакантное место не подошёл по объективным критериям, например не имеет опыта работы с программами, не проходит по стажу работы или не обладает достаточными знаниями иностранных языков, тогда необходимо предъявить кандидату подробную информацию об отказе. Но если кандидат не понравился работодателю по причине неприязни к внешнему виду, разговорному стилю и так далее, то обосновать отказ будет труднее. Например, можно объяснить отказ, ссылаясь на то, что вакантное место уже занято или на несоответствие деловых качеств кандидата. Верховный суд РФ постановил, что работодатель имеет право отклонить в приёме на работу в связи с несоответствием деловых качеств работников, такой отказ является обоснованным.

Идеальный кандидат — это...

В последнее время множество факторов влияет на выбор кандидатов и эти факторы постоянно изменяются. Кадровое агентство «Юнити» изучило и проанализировало рынок, после чего предоставило информацию о том, что предприятия в России получили больше нагрузки после ухода с рынка огромного количества зарубежных компаний. От чего больше 50% организаций с персоналом в 300 и более человек перестроили свои принципы и на данный момент находятся в позиции соискатель. Также «Юнити» исследовало новые принципы отбора кадров, и выделили критерии необходимые идеальному кандидату. Большинство Российских компаний выбирают, как на пост среднего персонала, так и топ-менеджеров исходя из трёх критериев:

1. Опора на практиков, теоретики в сторону.

Как только компания понимает необходимость и важность людей чаще использующих практику, чем теорию, они буквально начинают охоту за ними, предлагают увеличить заработную плату на 30% выше, чем на рынке труда.

Например, кандидат на вакантную должность при приёме на работу может предоставить не только важные данные о своей компетентности, но и короткие и грамотные ответы, презентацию со своими идеями и планом работы при получении вакантной должности, также включить в презентацию результаты своей деятельности с предыдущего места работы. На собеседованиях часто в место теста предлагается практическая задача для её решения, давая шанс кандидату показать себя и свои возможности. В 20% случаев, идеально подходящий кандидат при прохождении собеседования чувствует себя скованно, неуютно и вовсе тереться с мыслями. Из-за чего это может быть? Самая распространённая причина — это окружающая обстановка. Поэтому в последнее время чаще практикуется встреча с кандидатами на нейтральных территориях. Три года назад 30% директоров компании решались встретиться и провести собеседование на нейтральной территории, а сегодня таких уже более 60%. Необходимо чтобы было комфортно для обеих сторон во время переговоров. Можно выбрать для собеседования любое из нижеперечисленных мест:

- кафе или ресторан располагает непринуждённой обстановкой и даёт возможность соискателю быстрее раскрыться.

- по скайпу, так как интернет технологии шагнули далеко вперёд и такой способ позволяет сэкономить время, рассмотреть кандидатов можно не только в определённом городе, но и других городах, также работодатель убедиться в знании и умении пользоваться передовыми технологиями. Есть только один нюанс, включающий в себя искажение внешности и показывает человека не с лучшей стороны.

- Собеседование в вестибюле гостиницы покажет насколько кандидат лоялен.

2. Самое главное цифры!

Все работодатели любят, когда информация представлена чётко, ясно и понятно. Когда в резюме отражены все показатели с конкретными цифрами, показывающими ваши достижения в предыдущих фирмах, показатели КРІ, могут стать ключевыми. Увидев необходимые данные вас, могут принять на работу даже на должность где нет свободной вакансии. В компании не всегда могут предусмотреть возможности и эффективность персонала, значит, работнику необходимо фиксировать все свои показатели самостоятельно.

3. Кандидат должен быть личностью.

Литература:

1. Кибанов А. Я. Система управление персоналом: учебное пособие / А. Я. Кибанов. — М.: ИНФРА-М, 2013. — 64 с.
2. Иванова с. В. И20 Искусство подбора персонала: Как оценить человека за час. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. — 160 с.
3. Валиева О. В. Управление персоналом. Конспект лекций: Пособие для подготовки к экзаменам / О. В. Валиева. — М.: А-Приор, 2012. — 176 с.
4. Свругун О., Пасс Ю., Дьякова Д., Новикова А. HR-практика. Управление персоналом: Как это есть на самом деле. 2005.
5. Ульрих Дэв. Эффективное управление персоналом: новая роль HR-менеджера в организации. 2007.

Есть несколько качеств, которыми должен обладать идеальный кандидат, по мнению работодателя:

- Успех. Кандидаты, достигающие всё чаще успеха ценнее, так как они продуктивнее, креативнее подходят к поставленным задачам, если происходит неудача они продолжают добиваться цели не унывая.

- Необходимость и умение работать в команде, находить общий язык с коллегами по работе.

- Пунктуальность. Сотрудники, обращающие внимание на детали и аккуратнее делающие свою работу, сдающие всё в срок приносят фирме прибыль, вместо тех сотрудников, которые легкомысленно относятся к своей работе.

- Возможность самим решать большинство вопросов и задач, обращаясь к директору только за помощью в вопросах выходящих за рамки компетентности сотрудника.

А также важными качествами являются лидерство, открытость, развитие, умение рисковать и владеть нужными навыками. От среднего персонала требуется сейчас всё то, чем владел раньше только генеральным директорам, высшим менеджерам. Также недавно к личным качествам персонала добавляется стабильный эмоциональный фон, спокойствие и уравновешенность. Для того, чтобы определить насколько кандидат будет спокойный и уравновешенный на рабочем месте, при собеседовании узнается информация о возможных кредитах, задолженностях. Так как если кандидат имеет кредит больше чем предоставленная заработная плата на ту должность, на которой он хочет работать, следовательно сотрудник будет неспокоен, и будет находиться в постоянном поиске денег, что приведет его к нервному поведению, конфликтам на рабочем месте и множеству других действий приводящих к беспокойству, подрыву безопасности внутреннего состояния фирмы.

Рассмотрев все этапы при оценке кандидатов, а также необходимые требования к идеальному кандидату, можно сделать выводы о том кого ищут компании и что нужно кандидату. Важнейшие черты позволяющие достигать целей компании: размышлять, действовать и совершенствоваться. Умение правильно распознавать в человеке эффективного и целеустремлённого работника позволит достигнуть всего, и усовершенствовать фирму. Уже сейчас мелкие, средние и крупные предприниматели охотятся за кандидатами, которые станут продвигать компанию, следовать её ценностям, ведь именно они являются важным звеном и составляющим в достижении поставленной цели.

Преимущества и недостатки конкуренции в рыночной экономике

Буцкая Анна Александровна, студент;
Николаева Ксения Андреевна, студент;
Петриго Ольга Андреевна, студент
Тольяттинский государственный университет

В статье рассматриваются преимущества и недостатки конкуренции в рыночной экономике, а также методы повышения эффективности конкурентной борьбы в мировой рыночной экономике.

Ключевые слова: конкуренция, рынок, потребитель, производитель

The article considers the advantages and disadvantages of competition in a market economy, and methods to improve the effectiveness of competition in the world market economy.

Keywords: competition, the market, the consumer, the manufacturer

В настоящее время конкуренция занимает центральное место в вопросах функционирования экономики различных стран, особенно с рыночным типом экономики. Вопрос значимости конкуренции является дискуссионным, что определяет необходимость исследования ее преимуществ и недостатков.

Рыночная экономика — экономическая система, основанная на частной собственности на факторы производства и на решениях, принимаемых отдельными хозяйствующими субъектами (частными лицами и фирмами) самостоятельно и независимо друг от друга. Она присуща социально-экономическим системам, где имеются товарно-денежные отношения. Возникнув много веков назад, рыночная экономика достигла высокого уровня развития, стала цивилизованной и социально ограниченной.

Основные черты рыночной экономики свободной конкуренции:

- частная собственность на экономические ресурсы;
- рыночный механизм регулирования экономики, основанной на свободной конкуренции;
- большое число самостоятельно действующих продавцов и покупателей каждого товара.

Согласно российскому законодательству, конкуренция — это конкуренция — соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке [1]. Конкуренция толкает к розыску подходящего решения хозяйственных задач, в частности изготовления, наиболее высококачественной продукции или услуг и более быстрого темпа их сбыта.

В публичном сознании конкурентная борьба — это главное достоинство для бизнеса и покупателей. Общеизвестно, что от нее остаются в плюсе потребители, вследствие широкого ассортимента и ценовой борьбы производителей на рынке. А также от нее остаются в плюсе и сами участники конкуренции, потому что она принуждает их развиваться, не стоять на месте.

Итак, ее основными преимуществами являются:

- конкуренция стимулирует научно-технический прогресс, а также естественным образом ликвидирует неэффективные методы ведения бизнеса;
- конкуренция дает толчок научно-техническому процессу, и исключает неэффективные способы ведения бизнеса;
- происходит понижение стоимости на конкурирующую продукцию и услуги. Этот фактор может существовать только в совершенной конкуренции;
- конкуренция позволяет уравнивать значения прибыльности и заработной платы во всевозможных сферах экономики. На этом шаге и вступает в силу главная регулирующая функция конкуренции.

Рыночная экономика базируется на концепции — люди могут свободно делать свой выбор об услугах или продуктах для покупки. Теории рыночной экономики, считаются действенными, так как капиталистическая рыночная система ориентирована на создание продукции с минимальным количеством потраченных ресурсов. Рациональные люди не выкидывают ресурсы или деньги, и потому изготовители работают на повышение прибыли за счет минимизации отходов. Покупатели похожим способом станут рассчитывать свою собственную прибыль таким способом, чтобы в максимальной степени увеличить свое удовлетворение.

Есть хороший пример, когда конкурентная борьба помогла маленькой фирме стать мировым лидером.

Это пример компании Parallels. Фирма Parallels первой произвела программу, которая позволяла установить на компьютерах Apple операционную систему Windows. Потому что их программка была первой и единственной в своем роде, выход на рынок был быстрым и довольно легким. Фирма Parallels так бы и осталась небольшим нишевым игроком, если бы ее нишей не были заинтересованы крупные инвесторы рынка программ, превосходящие Parallels по объемам в разы, а именно фирма VMware. Эта фирма составила и выпустила собственную программу для решения этой же задачи спустя год после выхода в свет программного обеспечения компании Parallels и из-за

своих собственных ресурсов быстро и оперативно отняла у Parallels половину юзеров. Соперничество было очень длительным и тяжелым, но именно благодаря ей фирма Parallels возросла в разы и улучшила свои исходные характеристики до такого уровня, что вернула свих первоначальных пользователей, а уже потом стала держать под контролем около 95% рыночной ниши (пользователей Apple, которым необходимо запускать Windows). Нюанс состоит в том, что собственно продукт Parallels стоит 80 долларов, а продукция VMware продается вдвое дешевле и на рынке уже появились бесплатные аналоги. Качество продукции и хороший маркетинг дают возможность Parallels держать лидерскую позицию на собственном рынке.

Основными недостатками являются:

- нестабильность экономики и пускание колебаний конкуренции «на самотек» нередко приводит к банкротству представителей бизнеса (чаще всего страдают малые и средние предприятия, не покрывающие весь рынок);

- повышение разницы доходов в разных слоях общест-венности создает негативное действие на социальную сторону жизни;

- излишнее изготовление товаров в условиях по-стоянной конкурентной борьбы ведет к перенасыщению рынка, что и сказывается на качестве и стоимости на про-дукцию;

- инвестиции и средства могут быть распределены непропорционально к тому, что приносит наибольшую пользу, оставляя меньше денег на социальные услуги, такие, как отделения полиции, государственные школы и медпомощь;

- расходы, связанные с изготовлением товаров, не всегда оплачивается поставщиком.

На ряду со сферами, где конкурентность идет во благо, есть сферы, где она приносит ущерб, одна из данных сфер — изготовление продуктов питания. На данном рынке очень непросто ввести конкурентную борьбу по качеству сервиса и качеству продукта, которые чувствуются всеми покупателями персонально, и в большин-стве случаев единственные выходы для игроков данного рынка — ценовая политика или нишевые продукты. Но, из-за того что стоимость можно уменьшать только лишь при снижении издержек, а возможности их снижения не нескончаемые, изготовители идут на ухудшение качеств и свойств продукта. В конечном итоге страдает покупа-тель, который изначально пристращается к продукции

хорошего качества, но с течением времени оно ухудша-ется. В конечном счете, он конкурентной борьбы муча-ются все и клиенты, и производители, теряющие покупа-телей.

Достижение равновесия между плюсами и минусами конкурентной экономики считается очень важным, по-скольку оно предупреждает экономический коллапс. Но поскольку преимущества и недостатки постоянно транс-формируются вследствие огромного количества ры-ночных факторов и масштабных валютных ценностей, ры-ночная экономика координирует сама себя, в смысле, что, когда покупатели ощущают какие-то недочеты, они ме-няют свое мнение и потребительские привычки.

Рыночная экономика основывается на законах спроса и предложения. Оставшись парализованным от государ-ственного вмешательства и регулирования, рынку то-варов очень тяжело теоретически отыскать равновесную стоимость свободной от дефицита или профицита. Ры-ночная система обязана восприниматься по тому, как то-вары и услуги производятся, кто получает эту продукцию и способна ли эта система приспособляться к переменам.

Рыночная система базируется на принципе, что любой участник работает в ее интересах. Изготовители стре-мятся обрести наибольшую прибыль, для того чтобы мак-симизировать собственные интересы. Потребители про-двигают собственные интересы, выискивая самые низкие расценки и наивысшее качество. Из данных противоре-чивых целей рыночная стоимость появляется как будто, по словам Адама Смита, руководствуясь «невидимой рукой». Ни один субъект рынка не устанавливает стои-мость на товар или услугу и не определяет, в каких коли-чествах производятся товары.

С некоторыми товарами и услугами рыночная эконо-мика не имеет возможности совладать. В таких случаях она обязана быть дополнена государственными службами регулирования. Национальная оборона, например, явля-ется обязанностью правительства. Это, например, ком-мунальные услуги, а также прочие отрасли промышлен-ности, где безопасность и качество считаются проблемой, включая фармацевтические препараты, производство продуктов питания и энергетический сектор.

Таким образом, в любой экономике имеются свои по-ложительные и отрицательные стороны, между которыми необходимо находить равновесие для стабильного эконо-мического развития.

Литература:

1. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 153-ФЗ (ред. от 03.07.2016)// Справочно-пра-вовая система «Консультант-плюс». Версия от 26.01.16.
2. Конкуренция (эконом.) // Большая советская энциклопедия: [в 30 т.] / гл. ред. А. М. Прохоров. — 3-е изд. — М.: Советская энциклопедия, 1969—1978.
3. Колганов А. И., Бузгалин А. В. Экономическая компаративистика: Сравнительный анализ экономических си-стем: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2009. — ISBN5—16—002023—3.

Налог на добычу полезных ископаемых: прогнозы и тенденции развития

Винокурова Наталья Павловна, студент

Научный руководитель: Ноева Елена Евгеньевна, старший преподаватель

Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова (г. Якутск)

Россия является мировым лидером по разнообразию природных ресурсов. Многие природные ресурсы классифицируются на исчерпаемые и не возобновляемые, в основном минеральные и земельные ресурсы. Для их рационального использования требуется принцип качественного регулирования ресурсных платежей, исследования по расчетам платежей за добычу природных ископаемых. Объектом НДСИ согласно ст. 336 НК РФ [4] является полезное ископаемое добытое из недр, исходя из этого налоговой базой изложен порядок определения количества, добытого полезного ископаемого на основании, которого осуществляется начисление налога. НДСИ исчисляется по методике определения количества добытых полезных ископаемых и рассчитывается прямым и косвенным способом, т.е. с использованием измерительных устройств и по имеющимся данным о содержании полезного ископаемого в извлекаемом сырье [1,2].

Федеральный бюджет РФ пополняется за счет пошлины за добытые полезные ископаемые. Поступление налоговых доходов в январе 2017 г. составило 42,5 млрд руб. и увеличилось относительно января 2016 г. в 1,6 раза (+16,7 млрд руб.) — в основном, за счет роста поступлений по НДСИ в 1,9 раза. Общегосударственный и коммерческий баланс заинтересованности в справедливом взимании налогов и сборов создают условия для рационального использования права на пользование недрами земли.

В России НДСИ определяется в процентах стоимости добытого полезного ископаемого (по количеству на единицу стоимости добытого полезного ископаемого).

Специалисты предлагают связать НДСИ и экспортные пошлины с мировыми ценами, применяя гибкость — при высоких ценах повышать, при низких снижать.

В последние несколько лет в России проводится реформа в нефтяной отрасли. Основная цель реформы состоит в снижении ставок экспортной пошлины на нефть и повышение ставок налога на добычу полезных ископаемых. Поступление налога на добычу полезных ископаемых (нефть) в январе 2017 г. составило 18,4 млрд руб. От повышения налогов на добычу газа государство получит в 2017 году 170 миллиардов рублей, в 2018 году — 100 миллиардов, и в 2019 году — 114 миллиардов рублей. От повышения НДСИ на нефть — 140, 176 и 208 миллиардов соответственно. Затем НДСИ будет заменен на НДС — налог на добавленный доход. Главная цель перехода на НДС — повышение инвестиционной привлекательности освоения новых нефтяных промыслов [3].

Возможный перевод нефтяной отрасли на уплату налога на дополнительный доход (НДД) невыгоден многим

добывающим предприятиям России. Анализ вероятной фискальной новации, на которой так настаивает Минфин РФ, показал, что введение НДС, во-первых, увеличит налоговую нагрузку на новые нефтяные месторождения с низкими затратами на освоение или со значительной долей добычи газа. Во-вторых, испытают финансовые проблемы предприятия, работающие на зрелых месторождениях с высоким уровнем льгот. Выгоден новый налог только для большинства зрелых месторождений без льгот.

Эта реформа получила название «налоговый маневр», ее цель состоит в адаптации производителей нефти и бюджету, для устойчивости внутреннего рынка нефтепродуктов при резких падениях мировых цен на нефть, а также предотвратить падение добычи нефти. На 2018–2020 гг. запланировано завершение «налогового маневра», которое повлечет за собой рост ставок по НДСИ на нефть и нефтепродукты с одновременной отменой экспортных пошлин на них и изменениями системы взимания акцизов на нефтепродукты. В целом в сфере налогообложения добычи нефти и газа в среднесрочной перспективе планируется сбалансировать уровень налоговой нагрузки на нефтяную и газовую отрасли. Нововведением можно считать Законопроект предусматривающий изменение порядка определения показателей, используемых при расчете НДСИ при добыче горючего природного газа организациями, являющимися собственниками объектов Единой системы газоснабжения и аффилированными с ними компаниями. Эти изменения увеличат ставку НДСИ для этих организаций на 413 рублей за тысячу куб. м в 2017 году. При этом ставка НДСИ на нефть увеличится на 306 рублей за тонну в 2017 году и на 357 и 428 рублей за тонну в 2018–2019 годах. Однако надо признать, что такое увеличение нагрузки на нефтяную отрасль «в долгосрочной перспективе резко повышает вероятность ускорения темпов падения добычи нефти в традиционных регионах нефтедобычи».

В законопроекте предлагается установить твердую ставку НДСИ на многокомпонентные руды в размере 730 рублей за тонну добытой руды.

Поступление НДСИ в бюджет Якутии на 2017 год, где добывается более 90% всех алмазов России, прогнозируется на уровне 21,3 млрд рублей, что на 1,5 млрд рублей ниже прогнозных показателей 2016 года. Прогнозы поступления НДСИ основаны на планируемых объемах добычи алмазов, золота и угля, прогнозируемого уровня цен на эту продукцию и среднегодового курса доллара США к рублю, который, согласно принятому социально-экономическому прогнозу равен 67,5 рубля. Бюджет Якутии за девять месяцев 2016 года получил от администрирования

налога на добычу полезных ископаемых (НДПИ) 9,9 млрд рублей, что составило 43,5% от плана. Есть риски низкого поступления этого налога и в трехлетний бюджет (2017–2019 годов). В бюджете на 2017 год и 2018–2019 гг. планы поступления НДПИ зависят от объемов добычи полезных ископаемых — алмазодобыча, золотодобыча и угледобыча. Пока объем добычи сырых алмазов идет ниже, чем предполагалось, но при этом угля — выше, золота — на уровне [5].

Якутия предлагает рассмотреть ряд льгот по НДПИ (в виде снижения ставок по НП для организаций) для нефтяных месторождений республики. В частности, предлагается льгота для Среднеботуобинского нефтегазоконденсатного месторождения, одного из крупнейших в Восточной Сибири (извлекаемые запасы — 134 миллиона тонн нефти и конденсата и 155 миллиардов кубометров газа).

Литература:

1. Зозуля В.В. Налогообложение природопользования: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / В.В. Зозуля. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 257 с.
2. Налоги и налогообложение: учебник для СПО / под ред. Л.Я. Маршавиной, Л.А. Чайковской. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 503 с.
3. Официальный сайт Федеральной налоговой службы URL: <https://www.nalog.ru/rn77/taxation/taxes/ndpi/>
4. Налоговый кодекс РФ. Консультант Плюс URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/e6d44e47786df6c9aabe01919ecdb24f6a2e7da/
5. Официальный информационный портал Республики Саха (Якутия) URL: <https://www.sakha.gov.ru>

Положительный результат НДПИ заключается в том, что государство получило относительно простой управляемый налог, он техничен, его основные элементы расширены геологическими терминами, и доходы от добычи полезных ископаемых имеют весомый налоговый потенциал, является бюджетообразующим звеном доходов государства. Также практика показывает и отрицательные стороны по формулировке геологических терминов НДПИ, создающих сложности расчетов, толковании, единых подходов у законодателей и правоприменителей и создает необходимость его пересмотра, обеспечения надлежащего правового регулирования. Для анализа эффективности предоставления льгот, целесообразно провести государственную экспертизу проектов освоения месторождений. Необходимо обобщить основные макроэкономические и геополитические факторы, определяющие поступления НДПИ в РФ в ближайшей перспективе.

Экспресс-анализ финансово-экономической деятельности предприятия пищевой промышленности

Всяких Максим Владимирович, кандидат экономических наук, доцент;
Тюфанова Анна Петровна, студент
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Для успешного функционирования предприятия необходимо своевременно принимать верные управленческие решения, для чего проводится комплексный экономический анализ. В настоящее время сложно переоценить влияние анализа, так как он позволяет комплексно подходить к оптимизации всех сторон деятельности организации.

В статье проводится экспресс-анализ ОАО «Кондитерская фабрика »БЕЛОГОРЬЕ», рассчитываются основные показатели его деятельности для оперативной оценки его экономического положения.

Ключевые слова: экономический анализ, показатели, финансовое состояние

«Экономический анализ — комплекс процедур, с помощью которых оценивается текущее состояние организации, выявляются существенные связи и характеристики и прогнозируется будущее развитие организации в самых существенных аспектах деятельности: финансовом, производственном и рыночном» [1, с. 5].

Анализ показывает, насколько эффективно работает предприятие, и позволяет найти способы повышения его эффективности.

На сегодняшний день разработано большое множество методов экономического анализа, основанных на математических, статистических и прочих приемах. Наиболее распространенным и доступным является метод построения аналитических таблиц. К нему часто прибегают при проведении общего экспресс-анализа финансово-экономической деятельности. Данные в виде аналитической таблицы представлены более наглядно и систематизировано, к тому же горизонтальный анализ показателей

за выбранный отрезок времени позволяет оценить как общие отклонения, так и по отдельному показателю.

ОАО «Кондитерская фабрика »БЕЛОГОРЬЕ« одно из крупных предприятий пищевой индустрии России, специализирующееся на выпуске мучных кондитерских изделий. Предприятие функционирует с 1943 года, и с 3 июля 2006 г. Получило название ОАО »Кондитерская фабрика «БЕЛОГОРЬЕ».

Кондитерская фабрика выпускает большой ассортимент кондитерской продукции (печенье сахарное, затяжных и сдобных сортов, крекер, кондитерские изделия в шоколадной глазури, вафли, сложное печенье), кроме того изготавливает квас, осуществляет добычу и розлив минеральной и сладкой воды.

В настоящее время продукция ОАО «КФ »БЕЛОГОРЬЕ» представлена более чем в 45 регионах Российской Федерации и за рубежом.

Качество продукции неоднократно подтверждается на всероссийских и международных конкурсах высокими наградами, сформирован имидж предприятия как надежного и стабильного производителя.

Организационно-правовая форма организации — Акционерное Общество (АО). Отличительной особенностью акционерного общества является наличие разделенного на некоторое число долей (акций) уставной капитал, которыми владеют акционеры.

Основными направлениями деятельности ОАО «Кондитерская фабрика »БЕЛОГОРЬЕ» являются:

- производство широкого ассортимента популярных видов кондитерских изделий;
- разработка новых видов продукции;
- ремонт, техническое перевооружение, модернизация имеющегося оборудования;

— проведение целенаправленных рекламных компаний и анализ эффективности рекламных акций.

Основной вид деятельности ОАО «Кондитерская фабрика »БЕЛОГОРЬЕ» — производство мучных кондитерских изделий.

Производственная структура предприятия ОАО «КФ »Белогорье» включает в себя основной производственный кондитерский цех, цех по производству безалкогольных напитков и фасовочно-упаковочный цех.

Анализ основных финансово-экономических показателей деятельности ОАО «КФ »БЕЛОГОРЬЕ» на основании данных форм публикуемой бухгалтерской финансовой отчетности за 2013–2015 гг. представлен в таблице 1.

По данным таблицы можно сделать следующие выводы.

За 2015 год объем выпущенной продукции ОАО «КФ »БЕЛОГОРЬЕ» составляет 2117000 тыс. руб., что на 521000 тыс. руб. выше показателя за прошлый год. Увеличение в процентном выражении составило 33%.

В марте 2015 года достигнут максимальный объем производства печенья за 2015 год в количестве 2500,5 тонн.

Выручка от продаж в 2014 году равна 1382410 тыс. руб., что выше показателя прошлого года на 384270 тыс. руб. В 2015 году выручка от продаж достигла 1841376 тыс. руб., и увеличилась по сравнению с прошлым годом на 458966 тыс. руб.

Среднесписочная численность работников предприятия за 2015 год равна 633 человек, и по сравнению с прошлым 2014 годом уменьшилась на 241 человека. Сокращение численности работников связано с политикой сокращения издержек, проводимой на предприятии и автоматизацией производства.

Таблица 1. Финансово-экономические показатели деятельности ОАО «КФ »БЕЛОГОРЬЕ» за 2013–2015 гг.

Показатель	Годы			Отклонение (+/-)	
	2013	2014	2015	2014/ 2013	2015/ 2014
Объем выпущенной продукции, тыс. руб.	1 147 000	1 595 000	2 117 000	448 000	522 000
Выручка от продаж, тыс. руб.	998 140	1 382 410	1 841 376	384 270	458 966
Среднесписочная численность работников чел.	954	874	633	-80	-241
Среднегодовая стоимость основных производственных средств, тыс. руб	1 324 08	1 724 34	1 979 44	40 026	25 510
Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности, тыс. руб	271 824	304 199	405 392	32 375	101 193
Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности, тыс. руб	1 324 25	1 525 26	1 664 18	20 101	13 892
Себестоимость продаж, тыс. руб.	800 028	1 162 819	1 588 810	362 791	425 991
Чистая прибыль, тыс. руб.	430 40	230 93	242 91	-19 947	1 198
Производительность труда, тыс. руб.	1 202,31	1 824,94	3 344,39	622,64	1 519,45
Фондоотдача, руб.	7540	8020	9300	480	1280
Фондоёмкость, руб.	130	120	110	-10	-10
Уровень рентабельности, %	5	2	2	-3	0
Рентабельность продаж, %	4	2	1	-3	-1

Наблюдается следующая ситуация: несмотря на то, что выручка от продаж за исследуемый промежуток времени увеличивается значительно, чистая прибыль также увеличивается, однако меньшими темпами. Помимо этого, значительно возрастает себестоимость продаж. Кроме того, вырученные денежные средства идут на модернизацию производства: закупку нового оборудования в рамках программы введения новой линии производства на импортном оборудовании. Поэтому уменьшение уровня рентабельности и уровня продаж в 2014 году обусловлено всеми этими факторами. Рентабельность продаж за 2014 год равна 2%, в то время как в 2013 году этот показатель находился на уровне 4%. Рентабельность производства за 2015 год снизилась и составляет 1%.

Чистая прибыль предприятия за 2014 год равна 23093 тыс. руб., что на 19947 тыс. руб. меньше показателя прошлого года (43040 тыс. руб.). Чистая прибыль предприятия за 2015 год увеличилась по сравнению с прошлым годом на 1198 тыс. руб. и составила 24291 тыс. руб.

Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности в 2015 году составила 1666418 тыс. рублей, что на 13892 тыс. рублей больше чем в 2014 году.

Производительность труда выросла за анализируемый период и составила 3344,39 тыс. рублей, что достигнуто в большей степени за счет сокращения среднесписочной численности рабочих в 2015 году на 27% (241 человек) по сравнению с 2014 годом.

Фондоёмкость сократилась за 2013–2015 годы, а фондоотдача напротив увеличилась и составляет 930 рублей в 2015 году.

Для определения экономического положения предприятия важно учитывать и его финансовую устойчивость, так как эта характеристика свидетельствует об успешном функционировании предприятия и характеризует всю его производственно-хозяйственную деятельность.

В таблице 5.1 представлен анализ показателей, характеризующих финансовую устойчивость организации.

Таблица 2. Анализ показателей, характеризующих финансовую устойчивость организации ОАО «КФ» БЕЛОГОРЬЕ»

Показатели	2013	2014	2015	Отклонение (+, -)	
				2014/2013	2015/2014
Собственный капитал, тыс. руб.	249264	268644	287464	19380	18820
Заемный капитал, тыс. руб.	305649	365722	417379	60073	51657
Долгосрочные обязательства, тыс. руб.	143961	173944	220612	29983	46668
Краткосрочные обязательства, тыс. руб.	161688	191778	196767	30090	4989
Валюта баланса, тыс. руб.	554913	634366	704843	79453	70477
Коэффициент концентрации собственного капитала	0,45	0,42	0,41	-0,03	-0,01
Коэффициент финансовой зависимости	2,23	2,36	2,45	0,14	0,09
Коэффициент концентрации заемного капитала	0,55	0,58	0,59	0,03	0,01
Коэффициент текущей задолженности	0,29	0,30	0,28	0,01	-0,02
Коэффициент устойчивого финансирования	0,71	0,70	0,72	-0,01	0,02
Коэффициент финансового левериджа (риска)	1,23	1,36	1,45	0,13	0,09

Из таблицы видно, что на протяжении трёх лет коэффициент концентрации собственного капитала уменьшается, следовательно, уменьшается доля актива, которая была сформирована за счет собственных средств. Коэффициент концентрации заемного капитала, напротив, увеличивается. В 2015 г. он равен 0,59, значит имущество организации сформировано на 59% из заемных средств.

Коэффициент финансовой зависимости показывает, какая сумма активов приходится на рубль собственных средств. На протяжении всего анализируемого периода этот коэффициент растет, следовательно, увеличивается сумма активов на рубль собственных средств, так в 2015 году — 2,45.

Коэффициент текущей задолженности в 2015 г. на 0,02 меньше, чем в 2014 году. Он показывает, какая часть имущества сформирована за счет краткосрочных обязательств, в данном случае, кредиторской задолженности.

В 2015 году произошел прирост коэффициента устойчивого финансирования в результате приобретения организацией долгосрочного займа.

Таким образом, проанализировав основные показатели финансово-хозяйственной деятельности ОАО «КФ» БЕЛОГОРЬЕ», можно сделать вывод об его устойчивом состоянии, поскольку основные показатели за последние три года претерпевали в основном положительные изменения.

Так мы видим, что объем выпущенной продукции с каждым годом увеличивается, растёт и прибыль. Проводимая предприятием политика по модернизации производства и сокращению среднесписочной численности работников является выигрышной, так как позволяет сократить наиболее весомую часть затрат — затраты на заработную плату. Это влечет за собой повышение производительности труда.

Проанализировав показатели финансового состояния предприятия, можно говорить об его устойчивом положении на рынке.

Литература:

1. Когденко В. Г. Экономический анализ [Текст] / Н. С. Пласков В. Г. Когденко. — М.: Юнити, 2011. — 392 с.
2. Годовой отчет ОАО «КФ »Белогорье» за 2015 год. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: Интерфакс: Сервер раскрытия информации. — <http://www.e-disclosure.ru/>
3. Бухгалтерская отчетность ОАО «КФ »Белогорье» за 2015 год. — [Электронный ресурс] — Режим доступа: Интерфакс: Сервер раскрытия информации. — <http://www.e-disclosure.ru/>

Брендинг территорий как фактор повышения инвестиционной привлекательности региона

Гаджиев Джавид Вугар оглы, магистрант
Hajiyev Javid Vugar oglu
Российский университет дружбы народов

В статье будет рассматриваться один из новых подходов развития региона для России — брендинг территории. Автором предпринята попытка систематизировать научные определения данной категории, рассмотрен основной понятийный аппарат. Сконцентрировано внимание на территориальном брендинге как факторе повышения инвестиционной привлекательности региона, обеспечения в современных условиях сбалансированности развития территории.

Ключевые слова: брендинг территории, инвестиции, регионы России, инвестиционная привлекательность, инвестиционный потенциал, региональные и муниципальные органы

В условиях современной модернизации национальной российской экономики руководству в отечественных регионах все чаще необходимо прибегать к установлению направлений по созданию и развитию своей идентичности для создания инвестиционной привлекательности территорий. В современном мире рыночные отношения переживают глобализационные и интеграционные процессы. Главная роль в инвестиционных процессах принадлежит государству. Однако следует отметить так же характерные на сегодняшний день тенденции к децентрализации государственной власти и на практике передачи власти в руки регионов.

На современном этапе территории вовлечены в постоянную борьбу за качественное развитие инфраструктуры и рост уровня благосостояния своего населения. Для расширения своих возможностей регионам необходимо постоянно совершенствовать деятельность в сфере привлечения инвесторов, туристов, потенциальных жителей, а также уметь формировать положительный и четкий бренд своей территории. Несмотря на широкое использование самого понятия «территориальный брендинг», его общепринятое определение является предметом обсуждений и споров. Данное понятие является многофакторным, что порождает необходимость его дальнейшей систематизации.

Практические и теоретические аспекты формирования бренда регионов исследованы многими учеными. Так, вопросам маркетинга территорий посвящены работы Асплунда К., Котлера Ф., Хайдера Д., предложивших свою

концепцию, в которой на современном этапе граждане являются потребителями, а территории (страны, регионы, города) — товарами. Высокую значимость представляют работы Саймона Анхольта, который предложил систему для оценки национального бренда по следующим направлениям развития: экспорт, туризм, люди, инвестиции, культура, иммиграция. Таким образом становится ясно, что инвестиции неразрывно связаны с развитием регионального бренда.

В инвестиционной сфере на региональном уровне основным понятием является «инвестиционная привлекательность». Под понятием инвестиционной привлекательности региона подразумевается обобщенная характеристика выгоды, перспективности, результативности и минимизации рисков вложения инвестиций в развитие региона за счет собственных финансовых средств и средств иных инвесторов [2. С. 85].

В качестве основных элементов инвестиционной привлекательности в регионах России следует назвать две важнейшие самостоятельные характеристики: инвестиционный риск и инвестиционный потенциал.

Инвестиционный потенциал представляет собой совокупность инвестиционных ресурсов, а также присутствие условий для инвестирования, дающих возможность превращения потенциального инвестиционного спроса в реальный инвестиционный спрос конкретных экономических регионов.

К факторам, обуславливающим внутреннее содержание, темпы и масштабы изменения инвестиционного потенциала регионов относятся:

– Увеличение ассортимента продукции, повышение качества продукции до конкурентоспособного уровня, его реализация на внешнем и внутреннем рынках, активизация усилий в сфере научно-технического международного сотрудничества, выход на мировой рынок.

– Нарастание темпа в сфере научных открытий и технических разработок, а также быстрая дистрибуция полученных результатов.

– Сохранение на местах ценных сотрудников в инженерно-технической и исследовательской сферах. Так же приглашение на работу молодых, перспективных и талантливых сотрудников.

На данный момент сложилось несколько подходов к оценке климата инвестиционной привлекательности региона. В зависимости от поставленных задач выбирается тот или иной способ оценки, так же в расчет берется информационная база конкретно исследуемого региона.

Для примера рассмотрим ситуацию, когда инвестор хочет вложить свои средства в развитие региона. При подобной цели отечественные ученые предлагают использовать так называемую программу «следования за инвестором». Данная программа предлагает измерять инвестиционную привлекательность региона по общему объему инвестиций в этот регион — чем больше инвестируют в данный регион, тем выше его инвестиционная привлекательность.

Описанная выше программа функционирует за счет анализа поведения уже функционирующих инвесторов. При использовании данного способа можно узнать следующие показатели: условия инвестирования, условия деятельности и уровень эффективности предприятий в регионе, подобный анализ предоставляет данные на достаточном для выводов уровне.

Стабильность и эффективность развития регионов обеспечивается такими факторами, как: высокими темпами роста производства продукции и производительности труда, а также обеспечением достаточного финансирования региона.

В России наиболее остро стоит проблема увеличение объема уровня инвестиций в регионы и поиск альтернативных путей инвестирования, которые позволяли бы обеспечить развитие экономики страны в целом и инвестируемых регионов в частности. В большинстве регионов России климат инвестиционной привлекательности остается на низком уровне. А приток новых инвестиций остается ограниченным вследствие низкого уровня платежеспособности населения, недостаточного финансирования региональных товаропроизводителей, нарушения воспроизводительных процессов.

Территориальный брендинг для России является достаточно новым явлением, обладающим высоким потенциалом развития. Эффективный и успешный бренд играет значимую роль в формировании и развитии экономики, туристической инфраструктуры территории, ее культуры. Брендинг территории предполагает создание такого климата в общественности, который бы способствовал при-

влекательности территории как среды жизнедеятельности и как объекта инвестирования. Данный подход к территории способствует вовлечению местных органов власти, то есть «продавцов», в процессы инвестиционного рынка, в условиях которого они должны занимать конкурентную позицию, устанавливать нишу для своего «товара» [1. С. 8]. Брендинг территории в узкой трактовке воспринимается как стремление «продать» реальные товары территории по более высокой стоимости, а также проводить активную рекламную кампанию сильных сторон своей территории как территории, удобной, привлекательной для предпринимательства и жизни [3. С. 150].

В более широком понимании понятия брендинга территории главный акцент устанавливается на развитии территорий как пространства для жизни, территорий как культурных и исторических центров и т.п. [5. С. 487]. Успешный брендинг территории влияет непосредственно на: обеспечение устойчивого и привлекательного имиджа территории, повышение уровня ее узнаваемости; создание представления потребителей о ее уникальности; привлечение туристов; преодоление дефицита ресурсов; совершенствование инвестиционной привлекательности; трансляцию региональных инициатив и достижений; наращивание хозяйственного потенциала; вступление в международные организации; повышение престижа государства и др.

Концепция брендинга территории, в отличие от большинства управленческих технологий, не является результатом научно-прикладных или фундаментальных исследований, а зарождается на основе быстро растущего числа практик на конкретных территориях. У каждого субъекта РФ, в силу специфичности и индивидуальности своего развития, должна существовать собственная стратегия устойчивого развития, которая бы учитывала его сильные стороны. Еще недавно в регионах основной акцент в развитии делался на расширении собственной промышленной базы, а на современном этапе промышленность в отдельных случаях может мешать богатым и динамическим городам, наносить вред их имиджу [3. С. 150]. В практике российских регионов можно найти подобные примеры. В Московской области реализуется проект «новый облик городов», в рамках которого, в том числе, идет разработка брендов городов Подмосковья. Необходимо отметить верный подход формирования представления о регионе через города, а не наоборот. В Вологодской области активно реализуется формирование бренда «Душа Русского Севера», который в практике повседневной деятельности реально внедряется в социальные сети, официальные мероприятия и документацию, сувенирную продукцию. Татарстан разработал бренд культурно-исторического наследия региона и моментально начал внедрение в новогодние мероприятия и сувениры айдентики. Коми продолжает активную деятельность в направлении развития своего туристического бренда эко-республики. Безотносительно оценки качества и принятия жителями региона проектов, стоит отметить ценность реаль-

ного внедрения разработок. Большинство дискуссий вокруг территориального брендинга, по-прежнему, ведется в формате намерений и предполагаемой успешности, а не реальных проб и дел.

Производственный сектор уступает таким направлениям как финансы, управление, консалтинг, информационные технологии, прикладная наука и т.п. — все это обеспечивает большие доходы в бюджет и большие заработки для горожан. Развивается, так называемая, «экономика впечатлений». Экономика впечатлений подразумевает нацеленность на создание у потребителя приятных воспоминаний об услуге или товаре. Экономика впечатлений является важным направлением развития инвестиционной политики во многих городах. Помимо прямой экономической выгоды, организация ярких и праздничных событий — выступает декларацией процветания регионов. Регион, который стремится к успеху, должен использовать такие инструменты как: фестивали, праздники, марафоны, торжества. Бренд региона представляет собой территориальную идентичность, системно отображаемую в привлекательных и ярких идеях, ценностях, символах, образах. Это виртуальный или визуальный символ, положительные «фирменные» признаки, по которым потребители идентифицируют регион, «раскрученная» товарная марка, которая создает либо и подтверждает его репутацию и имидж [5. С. 484].

В современных условиях ведения бизнеса брендингом выгодно заниматься только в отдельных отраслях: туристический бизнес, производство программного обеспечения, модная одежда. Что в свою очередь делает регион в целом менее экономически привлекательным. Если создавать бренд региона, то необходимо активное участие непосредственно властей региона, если же создавать бренд государства, то необходимо инициативное участие правительства. Суть брендинга более глубокая: создание впечатления регионе при использовании всего арсенала имеющихся инструментов.

Для воплощения в жизнь идеи регионального брендинга необходимы следующие факторы:

- Согласованная работа государства и региональных субъектов власти над созданием единой системы разработки и продвижения брендов. Подобный шаг позволит укрепить позиции и повысить уровень конкурентоспособности региональных предприятий. Так же поднимет уровень социальной защищенности населения, что в свою очередь поднимет, как имидж региона, так и стоимость его бизнеса.

- Проведенный анализ сильных и слабых сторон региона (например, на основе SWOT-анализа), поможет выявить и избежать внешних угроз, и поможет разработать стратегию ведения регионального маркетинга, который будет направлен на рост стабильности в регионах, и повышение статусов регионов

- Поэтапное создание самого бренда. Причем на каждом из этапов необходимо брать во внимание следующие факторы: внешнеэкономические, априорные и апостериорные.

Как уже отмечалось выше, создание регионального бренда, представляющего собой фактор повышения привлекательности инвестиционных вложений, может функционировать как единая региональная система. Региональный бренд занимается продвижением региональных брендов единым целым. И что еще важно отметить, продукция под брендом регионального производителя должна быть ориентирована на местного потребителя. Спрос со стороны потребителя в свою очередь формируется под воздействием социальной среды и экономической ситуацией. Иными словами, при создании брендов необходимо учитывать региональные интересы, а так же система брендов должна помогать в решении существующих региональных проблем.

Это позволит не только создавать сильные туристские бренды, способные решать свои локальные стратегические цели, но и повысить коммерческую, инвестиционную и социальную привлекательность региона, его имиджа и позволит создать свой неповторимый образ российской провинции, что в свою очередь способно оказать непосредственное влияние на развитие всей туристской отрасли в стране. Именно поэтому PR-консультирование в сфере туризма является одной из главных движущих сил и нуждается в теоретико-методологическом оснащении, а также в описании дополнительных технологических моментов, позволяющих отрасли постоянно трансформироваться и ориентироваться на изменения, как в экономике, так и в сфере оказания услуг.

Подводя итоги, необходимо отметить, что брендинг является собой эффективный инструмент в управлении регионом. Он помогает развивать уникальные продукты, характерные только определенному региону нашей страны. Так же за счет успешных брендов региона можно привлечь в регион инвестиционный капитал. Так же брендинг оказывает влияние на такой показатель, как репутационный капитал. Так же позволяет повысить показатели социальной сферы и усилить уверенность граждан в завтрашнем дне, а также удовлетворяет потребности населения региона. Бренд может выступать в роли связующего звена между государственной властью региона и успешным бизнесом региона, так же бренды помогают взаимодействию различных социальных групп: инвесторы, туристы, население региона.

Сильный и успешный бренд региона позволит региональным предприятиям фирмам осваивать новые рынки, расширять уже существующие рынки сбыта собственной продукции, налаживать на более высоком уровне связи, так как брендинг становится мощным инструментом для перспектив развития территорий и существенной частью региональной стратегии в современных условиях.

Таким образом, в современных условиях происходит трансформация парадигмы развития территории. Старые модели уже не соответствуют запросам современного этапа развития экономики, процессам капитализации, глобализации, интернетизации населения, росту его активности и мобильности. Регион становится субъектом социаль-

но-экономических отношений. Регион выступает в таких условиях рыночным товаром и является концентрацией нематериальных активов, превосходящим акцентом развития становится досуг, развитие культуры, впечатлений. Органам региональной и муниципальной власти российских регионов в своей деятельности необходимо учитывать данные факторы при разработке планов развития и формирования собственного бренда. Подводя итоги вышеиз-

ложенному, необходимо отметить, что для формирования эффективного бренда, подход к его созданию, разработке и продвижению должен реализовываться комплексно. Брендирование территории должно осуществляться быть в контексте его маркетингового и социально-экономического потенциала, итогом чего выступает выделение уникальных наборов важнейших преимуществ региона, которые определяют его позиционирование.

Литература:

1. Атаева Т.А. Маркетинг территорий как фактор развития инфраструктуры региона / Т.А. Атаева// Маркетинг — реальность и проекции в будущее: материалы конференции (Варна, 28–29 июня 2012 г.). — Варна, 2012. — 8 с.
2. Малькова В. К., Тишкова В. А. Культура и пространство: историко-культурные бренды и образы территорий, регионов и мест: [сб. науч. трудов]/ [науч. ред. В.К. Мальковой, В.А. Тишкова]. — Ростова н/Д: ЮНЦ РАН, 2012. — 312 с.
3. Мещеряков Т. В. Бренд как коммуникативный капитал/ Т.В. Мещеряков, И. Ю. Окольников, Г. Ю. Никифорова// Проблемы современной экономики. — 2011. — № 1. — С. 149–153.
4. Шалыгина Н. П. О роли брендинга в формировании туристской привлекательности региона/ Н.П. Шалыгина, М.В. Селюков, Е.В. Курач// Фундаментальные исследования. — 2013. — № 8. — С. 1165–1168.
5. Якубова Т. Н., Крюкова А.П. Территориальный брендинг как инструмент развития региона// Молодой ученый. — 2014. — № 21. — С. 484–488.

Сущность категории «собственный капитал» в рамках юридического и экономического направлений бухгалтерского учета

Гайсина Динара Рашидовна, магистрант
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Понимание сущности категории «собственный» капитал развивалось вместе со становлением учетной науки. Особое внимание было уделено этому элементу в процессе принятия практики двойного отражения фактов хозяйственной жизни. Однако представители учетной мысли разных времен подходили с нескольких сторон к определению этого понятия — с юридической стороны и с экономической. Эти разные подходы объясняются двойственной природой самого собственного капитала, который одновременно выражают долю собственника в предприятии и финансовый результат хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: *собственный капитал, юридическое направление, экономическое направление*

Становление учетной категории «собственный капитал» происходило одновременно с внедрением практики двойной записи в процесс отражения фактов хозяйственной жизни. До появления диграфизма владелец имущества вполне удовлетворял простой хозяйственный учет, где все изменения в имуществе собственника отражались непосредственно в учетных регистрах, где самым важным было, чтобы имеющиеся ценности были в сохранности, а их использование было под контролем. Однако вместе с развитием экономических отношений, повсеместным распространением торговых связей повышались требования и к развитию учета.

Как известно, в XV существовавшую на то время в Италии практику двойной записи описал Лука Пачоли

в «Трактате о счетах и записях». Многие ученые и исследователи сходятся во мнении, что счет Капитала, как отражение интересов собственника, стал базисом для развития диграфизма. Так Э.С. Хендриксон и М.Ф. Ван Бреда говорят, что понятие собственности в бухгалтерском учете возникло в связи с необходимостью придания логического объяснения двойной записи. [8, с. 480] Ученые Новодворский В.Д. и Марин В.В. говорят о том, что «от униграфизма до полноценной двойной записи не обходимо было всего один шаг — введение в систему счетов учета счета собственного капитала, шага, который превратил бы количество в качество». [3, с. 10]

Хотя счет капитала и упоминается в трудах ученых того времени, но его использование носит скорее интуи-

тивный характер, еще нет полного осознания этого счета, не разделены еще собственность организации, как юридического лица, и собственность хозяина, как физического лица. Более подробно и осознанно, а самое главное с двух разных сторон подошли к трактовке категории «собственный капитал» ученые конца XVIII — начала XIX вв в рамках юридического и экономического направления, то есть с одной стороны счет рассматривался в рамках права, а с другой стороны в рамках макроэкономического учения.

Юридическое направление развивалось под воздействием прогрессивного учения физиократов, которые пропагандировали невмешательство государства в экономику. Организующее начало хозяйственного процесса здесь — это воля собственника. Данное направление опирается на персонификацию счетов. Одним из главных достижений юридического направления является разделение объекта и субъекта хозяйствования, то есть разграничение между собственником и организацией. А отношение между ними выражает как раз счет Капитала, как вклад собственника в организацию или обязательство организации перед собственником.

Основные идеи юридического направления выразил основоположник этого направления — Николо де Анастасио, который писал, что: «1) Учет — это регистрация прав и обязательств собственника; 2) В центре учетной системы стоит счет Капитала». И все факты хозяйственной жизни должны затрагивать этот счет». [7, с. 114]

Представители юридического направления разделили также счет собственника на два части: счет капитала и счет прибылей и убытков. Для собственника, который вкладывает в хозяйство свой капитал, соответственно открывался счет капитала. Но собственник — это не только тот, кто вкладывает средства. Собственник это еще и тот, кто посредством обращения капитала получает прибыль. Таким образом, для собственника-предпринимателя и открывался счет прибылей и убытков.

Иначе на бухгалтерский учет и соответственно на категорию «собственный капитал» смотрели представители экономического направления. Объект учета здесь не права и обязательства по отношению к собственнику, а сами ценности. Основная цель учета в рамках данного направления — это выявление финансового результата, которым является капитал собственника, изменившийся в ходе хозяйственной жизни организации. Стоявший у истоков экономического направления Джузеппе Людовик Креппа писал, что «цель учета состоит в исследовании результатов хозяйственной деятельности, которая сопряжена с постоянными изменениями объема и состава имущества. Эти изменения и есть предмет учета». [7, с. 115]

Ирвинг Фишер, представитель экономической теории, утверждал, что капитал — это запас благосостояния, который существует в конкретный момент времени, иначе это актив бухгалтерского баланса, способный приносить прибыль. Капитал стоит столько, сколько он создаёт дохода и приносит прибыли, а не столько, сколько в него вложили когда-то денег. [6, с. 19]

Настолько разные подходы к отражению сущности «собственного капитала» связаны именно с двойственностью самого этого объекта бухгалтерского учета. С одной стороны, если рассматривать все источники финансирования деятельности компании — собственные и заемные, то получается, что заемные средства — это обязательства перед различными кредиторами, а собственные средства — это обязательства перед собственником. Но с другой стороны, капитал меняется с течением времени. Основной феномен этого объекта заключается как раз в его способности приносить прибыль в ходе хозяйственной деятельности организации.

В зависимости от поставленной цели современные ученые также по-разному подходят к трактовке категории «собственный капитал».

Палий В. Ф. говорит о том, что капитал представляет собой стоимость активов, которые не обременены обязательствами. [4, с. 31]

Хендриксон Э. С., М. Ф. ван Бреда утверждают, что собственный капитал — это разность между активами компании и ее задолженностью кредиторам. Авторы подчеркивают, что чаще всего эта категория носит название чистых активов. [8, с. 479]

Кутер М. И. утверждает, что под собственным капиталом следует понимать остаток хозяйственных средств организации после вычета из них долговых обязательств, иными словами речь здесь идет чистой стоимости имущества или нетто-активах. [5, с. 68]

Основная идея данных определений заключена в том, что собственный капитал определяется как разница между активами организации и ее заемными средствами. Можно говорить о том, что данная трактовка больше всего соответствует юридическому направлению в бухгалтерском учете. Полученная разница показывают долю собственника в активах компании или долю его прав, количественно исчисленных, на эти активы.

Некоторые авторы подходят с другой стороны. Так Рис Дж., Энтони Р. утверждают, что капитал, полученный от собственников в качестве прямых взносов и косвенно в виде нераспределенной прибыли, называется собственным капиталом. [10, с. 34]

Дмитриева И. М. говорит о том, что собственным капиталом следует называть совокупность имущества, прав и денежных средств, необходимых организации для осуществления уставной деятельности, покрытия убытков, создания новых видов имущества. [1, с. 139]

В данных трактовках мы видим, что авторы обращают внимание на способность капитала к самовозрастанию, к изменению своей величины во времени. Такое понимание сущности «собственного капитала» уже соответствует экономическому направлению, где в основе лежит получение финансового результата.

Некоторые же авторы определяют собственный капитал, исходя одновременно из обоих направлений — юридического и экономического.

Ивашкевич В. Б. и Куликова Л. И. утверждают, что капитал представляет собой вложения собственников и прибыль, накопленную за все время деятельности организации. Авторы подчеркивают, что при определении финансового положения организации величина капитала рассчитывается как разница между активами и обязательствами. [2, с. 97]

Новодворский В. Д., Марин В. В. подходят к определению собственного капитала следующим образом: собственный капитал организации представляет собой величину вложений собственников, изменившуюся под воздействием фактов хозяйственной деятельности, представленную в виде части стоимости активов, оставшейся после вычета стоимости обязательств. [3, с. 32]

Определения Хамидуллиной Г. И. исходят из следующего: собственный капитал, с экономической точки зрения, представляет собой совокупность экономических ресурсов, способную приносить экономические выгоды организации, образованную в результате авансирования средств собственниками и их приращения в процессе функционирования организации. С юридической же точки зрения собственный капитал выражает отношение между субъектом хозяйственной деятельности (собственником)

и объектом хозяйственной деятельности (организацией), сложившееся в результате авансирования собственником средств в организацию, следовательно, представляет собой принадлежащий собственнику объем прав по распоряжению экономическими ресурсами в соответствии с целями деятельности организации. [9, 23–24]

Саяхов Т. Р. пишет о том, что с одной стороны собственный капитал выражает разность между активами и обязательствами организации. А с другой — капитал есть главный источник формирования благосостояния собственников. [6, с. 22–23]

На основании вышеизложенного материала уточним определение учетной категории «собственный капитал» следующим образом:

1) Экономическая сущность данной категории заключается в том, что собственный капитал — это средства, вложенные собственником (собственниками) в предприятие, способные приносить прибыль.

2) Юридическая сущность же заключается в том, что собственный капитал — это обязательство предприятия перед собственником, выраженное в виде активов, оставшихся после вычета кредиторской задолженности.

Литература:

1. Дмитриева И. М. Бухгалтерский учет и аудит: учеб. пос. / И. М. Дмитриева. — 2-е изд. Перераб. и доп. — М.: Издательство «Дело и сервис», 2009. — 368 с.
2. Ивашкевич В. Б., Куликова Л. И. Бухгалтерское дело: учеб. пособие. — М.: Экономист, 2005. — 523 с.
3. Новодворский В. Д., Марин В. В. Учет собственного капитала. М.: Экономиста, 2007. — 159 с.
4. Палий В. Ф. Международные стандарты учета и финансовой отчетности: Учебник 4-е изд., испр. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2009. — 472 с.
5. Кутер М. И. Теория бухгалтерского учета: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 640 с.
6. Саяхов Т. Р. Учет и анализ собственного капитала в организациях металлургического производства: дис. ...канд. экон. наук: 08.00.12 / Т. Р. Саяхов. — Москва, 2015. — 149с.
7. Соколов Я. В. Бухгалтерский учет: от истоков до наших дней: учебн. пособие для вузов. М.: Аудит, ЮНИТИ, 1996. — 638 с.
8. Хэндриксон Э. С. Теория бухгалтерского учета: пер. с англ. / Э. С. Хендриксон, М. Ф. Ван Бреда. Под ред. Я. В. Соколова. М.: Финансы и статистика, 2000. — 576 с.
9. Хамидуллина Г. И. Формирование финансовой отчетности в условиях развития бухгалтерского учета собственного капитала акционерных обществ: дис. канд. экон. наук: 08.00.12 / Г. И. Хамидуллина. — Казань, 2011. — 191 с.
10. Энтони Р. Учет: ситуации и примеры: пер. с англ. / Р. Энтони, Дж. Рис. Под ред. и с предис. А. М. Патрачкова. М.: Финансы и статистика, 1996. 560 с.

Анализ прогнозирования продвижения туристской дестинации — Республики Крым

Гладкова Наталья Олеговна, студент
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Ключевые слова: инвестиции, Республика Крым, туризм, туристская дестинация, турпоток, экономика

Сегодня Республика Крым гостеприимно открывает двери всем гостям и партнерам, демонстрирует свой экономический потенциал и приглашает к деловому сотрудничеству. Есть все основания утверждать,

что Крым — самый выгодный регион для инвестирования. С каждым годом количество инвестиций, которые вкладываются в развитие полуострова, постепенно растет: инвесторы по достоинству оценили финансовую привлекательность и экономический потенциал региона. Крым обладает значительным потенциалом для создания туристско-рекреационных, агропромышленных и промышленных кластеров. Имеется основа в формировании транспортно-логистических, металлообрабатывающих, туристических, а также в развитии high-tech кластеров, как в информационных системах, так и в биотехнологиях.

Значительное внимание уделяется вопросам разработки механизмов стимулирования инвестиционной деятельности. Проводится подготовка нормативно-правовых документов в соответствии с лучшими практиками привлечения инвестиций в России и за рубежом. Близость к международным рынкам, транзитные возможности крымского полуострова, максимально благоприятные условия для инвесторов позволяют нам видеть Крым в качестве эффективной площадки для реализации масштабных инвестиционных проектов.

Основными странами-инвесторами Республики Крым являются:

- Российская федерация — 43
- Узбекистан — 8,3
- Вингинские острова — 8,1
- США — 7,6
- Швейцария — 7,4
- Кипр — 6,9
- Латвия — 5,4
- Другие страны — 13,3

Для привлечения турпотока в Республику Крым, власти уделяют особое внимание обеспечению региона благами цивилизации. При этом некоторые идеи поражают своей грандиозностью. Впрочем, чем больше идей, тем больше возможностей для выбора, и тем реальнее перспектива. Рассмотрим несколько самых интересных проектов, который рассматривается властями в качестве потенциальных на перспективу реализации.

Под Бахчисараем планируется осуществление проекта — «Диноленд». Тематический парк развлечений, созданный для развлечений возрастных и социальных категорий посетителей, разделенный на секции с общим или различными тематическими направлениями («Дикий Запад», «Космос», «Ярость Динозавров»), и состоящий из скоростных и других аттракционов, точек общественного питания, магазинов и различных шоу-программ. Данный проект также будет включать в себя гостиничный комплекс, аквапарк, ресторан, СПА-центр, конференц-зал, боулинг.

Строительство международного гоночного комплекса «Crimea Grand Prix» на территории Сакского района Республики Крым. По техническим характеристикам это одна из лучших трасс в мире. Данный спортивный комплекс рассчитан на 142 тыс. посадочных мест, включает в себя целый ряд зданий и сооружений для спорта и от-

дыха, комплекс отвечает самым высоким международным требованиям FIM (Международная мотоциклетная федерация) и FIA (Международная автомобильная федерация) для проведения международных соревнований.

Строительство многофункционального комплекса и ледового катка. Создание спортивно-развлекательного центра с целью популяризации здорового образа жизни среди молодежи и других слоев населения. На базе комплекса будут функционировать спортивные секции по хоккею и фигурному катанию на льду, проводиться соревнования.

Строительство греческой усадьбы (4 век до н.э.) на греко-скифском городище «Кара-Тобе». Усадьба является объектом экспериментальной археологии и будет построена по аналогии существовавших сельскохозяйственных усадеб греков-херсонеситов. Построена из тех же строительных материалов и по древним технологиям. Размеры усадьбы 60 метров на 30 метров. Объект экспериментальной археологии станет организующим центром в построении перспективной туристско-образовательной инфраструктуры современного типа, сочетающей научный туризм.

Культурно-развлекательный центр «Космос». Создание культурно-развлекательного центра, на первом этаже которого будет располагаться киноконцертный зал. Зрительный зал разбивается на террасы, на которых удобно размещаются дополнительные посадочные места. В центральной части зала предусматривается возможность устройства подиума. Через центральный вход мы попадаем в вестибюль, при котором находится гардероб, санузел для посетителей, ресторан, запроектированный в двух уровнях. Кафе на 20 человек. Также размещается планетарий, электронный телескоп для просмотра звезд, система спутникового телевидения, электронная библиотека, интернет-зал.

Реконструкция и развитие Международного аэропорта «Симферополь». В рамках проекта запланировано проведение срочного текущего ремонта, восстановление эксплуатационной пригодности искусственной взлетно-посадочной полосы ИВП-1, реконструкция ИВП-2, строительство нового аэровокзального комплекса.

Создание международного яхт-клуба. Строительство объекта инфраструктуры яхтенного туризма в г. Керчь в районе ул. Советской и Адмиралтейского проезда. Предлагается увеличить площадь береговой части объекта путем «отсыпки» мелководной части акватории до средней глубины 2–2,5 метра. На территории «отсыпки» планируется разместить причалы на 220 швартовочных мест. Участок береговой территории разделяется на: техническую территорию: стоянка для автотранспорта, места для хранения плавсредств, склады и кладовые для шкиперского имущества; территорию для создания бизнес инфраструктуры: диспетчерская служба и служба погоды, офисные помещения, гостиничный комплекс, «морской» магазин и ремонт.

А также предусмотрена реализация таких проектов как: горнолыжный курорт гора «Чатыр-Даг» и гора «Демерджи», рекреационно-оздоровительный центр с апартаментами в г. Евпатория, создание рыбацкой деревни на

реке Самарчик и многие другие инновационно-инвестиционные проекты.

Что касается преимуществ и недостатков вышеописанных инвестиционных проектов, рассмотрим далее.

По подсчетам авторов идей, данные проекты могут приносить доход 67% годовых через 3,5 года от начала финансирования, а полностью проекты окупятся через девять лет и будут приносить в бюджеты всех уровней свыше 50 миллионов долларов в год. Кроме того, объекты обеспечат постоянной работой почти сто тысяч человек. Для Республики Крым это достаточно крупные инвестиционные проекты. Но в отличие от развлекательных про-

ектов в Европе, Крым обеспечивает заполняемость туристами лишь в летний период. Зимой вряд ли кто-то придет отдыхать в Республику из других областей Украины и уж тем более из-за рубежа.

Также существуют существенные проблемы с инновационными технологиями, что касается 4D-технологии, скептики уверены, что речь идет все-таки о 3D-технологии. Ведь на весь мир есть пока всего один настоящий «4D Live Park», который находится в Корее, где посетители могут создавать своих аватаров и управлять ими на огромных экранах. На сегодняшний день существует более значимая проблема в инвестировании проекта. Ряд объектов

Таблица 1. Программа комплексного туристско-экономического развития Республики Крым, срок реализации 2020 г.

Мероприятия	Задачи
Осуществление контроля за состоянием благоустройства территорий массового пребывания туристов	<ul style="list-style-type: none"> – выявить уровень состояния объектов культурно-исторического наследия; – разработать реестр объектов культурно-исторического наследия; – совершенствование архитектурного облика региона, путем реконструкции и строительства новых объектов.
Оценить структуру и количество туроператорских и турагентских компаний	<ul style="list-style-type: none"> – повышение уровня кадрового обеспечения туристической сферы региона; – проведение аккредитаций работников туристской сферы (экскурсоводов, гидов-переводчиков, инструкторов-проводников и т.д.); – популяризация туристических и культурных мест региона; – развитие приоритетных для региона видов туризма (культурно-познавательного, делового, транзитного, фестивального, событийного и др.).
Развитие гостеприимства и активизация сферы туризма	<ul style="list-style-type: none"> – создания деловых и выставочных центров; – создание гостиничной сети; – создание туристического бренда региона; – создания информационно-туристского сайта региона; – создание единой онлайн базы санаторно-курортных учреждений; – издание каталогов санаторно-курортных и гостиничных объектов размещения; – создание конкурентоспособных привлекательных туристических продуктов и туристических кластеров; – внедрение аудиосредств мультязычного обеспечения экскурсионных программ, экскурсионных электромобилей; – разработка и установка карт-схем с указанием объектов туристской сферы; – строительство туристского информационного центра в аэропорту «Симферополь»; – внедрение системы QR-кодов на объектах туристского показа.
Формирование положительно-узнаваемого имиджа региона как делового центра	<ul style="list-style-type: none"> – подготовка имиджевых статей о Крыме и размещение их в СМИ (специализированных изданиях, бортовых журналах российских авиакомпаний, интернет-изданиях); – создание видеопродукции о курортно-рекреационном и туристском потенциале Крыма; – проведение мероприятий выставочной, фестивальной деятельности; – проведение форумов государственного значения.
Развитие транспортной инфраструктуры	<ul style="list-style-type: none"> – создание современной системы автодорог общего пользования и автодорожных мостов; – усовершенствование сети маршрутов транспорта; – повышение качества предоставления транспортных услуг; – увеличение количества городов РФ, имеющих прямое автобусное сообщение с Республикой (Новороссийск, Краснодар, Ростов-на-Дону и др.); – строительство автомобильных/железнодорожных подходов к транспортному переходу через Керченский пролив;

Развитие транспортной инфраструктуры	<ul style="list-style-type: none"> – реконструкция автомобильных дорог; – строительство объектов портовой инфраструктуры региона; – создание объектов аэропортовой инфраструктуры; – реконструкция аэропорта «Симферополь».
Совершенствование благоустройства региона	<ul style="list-style-type: none"> – реконструкция культурно-исторического наследия региона – реконструкция берегоукрепительных сооружений пляжа «Солнечный», г. Ялта. – реконструкция набережной реки Большой Салгир.
Строительство новых объектов туристской инфраструктуры	<ul style="list-style-type: none"> – выставочные центры; – конгресс-центры; – спортивные центры; – концертные залы; – городские стадионы; – плавательные бассейны.
Реализация инновационно-инвестиционных проектов	<ul style="list-style-type: none"> – тематический парк приключений «Диноленд»; – гоночный комплекс «Crimea Grand Prix»; – горнолыжный курорт гора Чатыр-Даг и Демерджи; – рекреационно-оздоровительный центр с апартаментами в г. Евпатория; – рыбацкая деревня на реке Самарчик; – экспериментальная греческая усадьба (4 век до н.э.) на греко-скифском городище «Кара-Тобе»; – многофункциональные комплексы и ледовые катки; – культурно-развлекательный центр «Космос»; – реконструкция Международного аэропорта «Симферополь»; – создание международного яхт-клуба; – индустриальный парк «Новый Крым» и «Бахчисарай».
Дополнительные мероприятия по повышению конкурентоспособности региона:	<ul style="list-style-type: none"> – достижение нового качества экономического роста за счет перехода к инновационно-инвестиционной модели развития предприятий; – предоставление новых рабочих мест для инновационно ориентированной молодежи в сфере IT технологий; – привлечение инвестиций в рамках государственно-частного партнерства и создание благоприятной среды для развития бизнеса.

презентовали Китайской компании: «Nytechnology INC», но интереса у тех не вызвало. Кроме того крупные компании опасаются вести бизнес в Крыму из-за риска попасть под санкции и потерять западных партнеров.

Приведем следующие методы снижения рисков: как говорилось выше объекты развлечения обеспечивают заполняемость туристами лишь в летний период, для снижения данных рисков в «несезонный» период необходимо снижать цены на предлагаемые объекты и наоборот в «сезонный» период. Что касается реализации 4D-технологии необходимо сотрудничать с Корейским парком «4D Live Park» и перенять опыт. Как отмечают эксперты, в настоящий момент инвестировать в строительство объектов на территории Крымского полуострова могут исключительно представители мелкого и среднего бизнеса. Однако нужно отметить, что данные инновационные проекты входят в «Стратегию развития Крыма до 2020 года» как приоритетные проекты из чего следует, что объекты попадают в федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации». Соответственно, можно смело рассчитывать на господдержку на всех этапах развития инновационных проектов.

Потребителями данной продукции являются: туристы посещающие Крым (Украина, Россия, Белоруссия и др. страны откуда идет основной туристический поток), организованные группы туристов (школьные, студенческие группы, трудовые коллективы), жители Крыма.

Решение региональных или социальных проблем будет способствовать реализации проектов ожидаемые результаты: реализация проектов предоставляет новые рабочие места, что способствует снижению безработицы в данном регионе, также национальная значимость проектов прогнозирует увеличение турпотока в Крым до 80%, благодаря повышению общей привлекательности крымской инфраструктуры.

Стоит отметить, что туристский бизнес в данной дестинации в 2015 году пополнил бюджет региона на 108 млрд руб., что считается очень существенной суммой для Республики, что позволяет избежать непредвиденных рисков и это только начало туристского бизнеса в данной дестинации, после присоединения региона к России.

Далее рассмотрим следующие приоритеты необходимые для развитие Республики Крым. В сфере позиционирования Республики Крым, как центра туризма необходимо:

- разработать прогнозную программу развития туризма на 2015–2020г;
- осуществлять контроль за состоянием благоустройства территорий, проведение проверок мест массового пребывания туристов, совершенствование благоустройства города;
- оценить структуру и количество туроператорских и турагентских компаний Республики Крым;
- развитие гостеприимства города, активизация сферы туризма, развивать туристский маркетинг и брендинг Республики Крым, предлагать составленные туристские маршруты и услуги;
- формирование положительного, узнаваемого имиджа региона как делового центра Крымского Федерального Округа;
- разработка и реализация комплекса мероприятий для обеспечения безопасности на территории Республики Крым;
- развитие транспортного потенциала региона, в целях оптимизации транспортных потоков при использовании «транзитной» функции;
- строительство новых объектов инфраструктуры (создание инфраструктуры объектов, соответствующих международному уровню);

- повышение инвестиционной привлекательности, привлечение инвестиционных ресурсов для обеспечения необходимых темпов экономического роста;
- строительство инновационно-инвестиционных проектов, которые входят в федеральную целевую программу «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ»;
- развитие инновационной деятельности, включение в экономический оборот объектов интеллектуальной собственности, увеличение объемов производства инновационной продукции;
- повышение конкурентоспособности туристской индустрии на внутреннем и международном рынках туристских услуг.

Ниже приведена прогнозная программа комплексного туристско-экономического развития Республики Крым, которая включает ряд основных мероприятий направленные на реализацию совершенствования туристской дестинации до 2020 года, с целью создания условий для повышения конкурентоспособности и благосостояния качества жизни граждан и туристского потока на основе устойчивого развития высокотехнологичной экономики и социальной сферы города.

Литература:

1. Инвестиционные предложения Республики Крым [Электронный ресурс].— Режим доступа: www.invest-in-crimia.ru
2. Информационный портал «гостям Севастополя» 2015 г. / [Электронный ресурс].— Режим доступа: <http://crbc.pro/all/news/vkrym2010goda.com>
3. Министерство курортов и туризма Крыма 2010 г. / [Электронный ресурс].— Режим доступа: <http://tass.ru/ekonomika/1432562>
4. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации [Электронный ресурс].— Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru>
5. Туризм в цифрах.2014: Стат. сб. / ИИЦ «Статистика России», Федеральное агентство по туризму. — М., ИИЦ «Статистика России» 2014. — 39 с.

Совершенствование организации внутреннего контроля в российских компаниях

Гринь Яна, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Неэффективное использование различных ресурсов, способствующих улучшению внутреннего состояния компании, зачастую приводит к различным проблемам. Основными ресурсами, выполняющими главную роль при создании имиджа, а также при совершенствовании организации внутреннего контроля в компаниях выступают финансовые, людские, а также материальные ресурсы. Зачастую недостаток информации, которая необходима для того, чтобы принять правильное решение, непреднамеренное и преднамеренное искажение отчетных документов, прямое мошенничество, осуществление которого возможно как персоналом, так и управляющими — при-

водит к реорганизации компании, ее внутреннему дисбалансу. Предотвратить возникновение подобных ситуаций можно, создавая эффективную систему внутреннего контроля (СВК).

На сегодняшний день необходимость внедрения контроля внутри российских компаний отражена во многих законах. Например, в ст. 19 «Внутренний контроль» Федерального закона от 6.12.2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (ред. от 04.11.2014 г.) можно прочитать о том, что «экономический субъект обязан организовывать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни. Экономический субъект,

бухгалтерская (финансовая) отчетность которого подлжит обязательному аудиту, обязан организовывать и осуществлять внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности (за исключением случаев, когда его руководитель принял обязанность ведения бухгалтерского учета на себя)» [1].

Совершенствование организации внутреннего контроля — особое мероприятие, проводимое на предприятии, которое занимается реальной оценкой того положения дел, которое существует на данный момент на предприятии. Помимо этого, СВК занимается анализом и оценкой тех проблем, которые на предприятии возникают и могут развиваться, устанавливает источник и причину, посредством которых возможно появление результатов негативного характера. СВК также занимается установлением возможных тенденций, которые могут нарушать нормальный процесс функционирования предприятия. Таким образом, основная цель совершенствования внутреннего контроля — уметь принять обоснованные и оптимальные управленческие решения.

Организуя СВК, главной ориентацией компании должна быть максимальная реализация целей компании, благодаря которым она наиболее эффективно выполняет свою деятельность.

Занимаясь формированием отдела, направленного на совершенствование организации внутреннего контроля компании, необходимо понимать, что учет требований, предъявляемых внешним аудитором — является одним из важнейших условий. Данные требования для нашей страны представлены в стандарте — ФПСАД (Федеральные правила (стандарты) аудиторской деятельности) № 8.

Федеральные стандарты аудиторской деятельности № 8 предписывают контролирующим органам, которые аудиторствуют внутриорганизационные процессы компаний, способствовать поддержке процессов, осуществляемых руководством компании, доверенными лицами собственника, и другими сотрудниками аудируемой организации. Тем самым, повышается степень уверенности достижения цели по актуальности и достоверности финансово-бухгалтерской отчетности, достаточно эффективности и целесообразности операций хозяйственного ведения, а также поддержание и контроль соответствия деятельности компании нормативам действующего законодательства РФ. Другими словами, цель организации СВК — профилактика и предотвращение рисков предпринимательской деятельности.

В соответствии п. 42 ФПСАД № 8 система внутреннего контроля включает в себя: среду контроля и действия по контролю, оценку рисков, информационную систему (не только по подготовке финансовой и бухгалтерской отчетности), контроль и учёт средств контроля.

Основной задачей внешнего аудитора является рассмотрение результативности работы по совершенствованию организации внутреннего контроля компании. Аудитор в данном случае оценивает то, каким образом

данная деятельность отражается на достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности. Он занимается анализом процедуры контроля внутри фирмы и делает выводы о том, насколько данная деятельность сопоставима с масштабами и условиями организационной деятельности. Но, необходимо понимать, что аудитор не обладает правами оценки того, насколько рациональны организационные управленческие решения. Выполнение данных функций ложится на управляющий субъект, в обязанности которого входит внутренний контроль, подтверждение данной функции можно обнаружить во внутренних документах данного общества.

Зарубежная методика COSO (The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission), которая довольно неплохо распространена на Западе, очень похожа на отечественную систему методов по совершенствованию аудита организаций. Её смысл в выработке рекомендаций и предложений, адресованных менеджерам корпоративного управления. Эти рекомендации, как правило, содержат все наиболее важные аспекты касательно управления компанией, затрагивающие этику деловой коммуникации, внутрикорпоративного общения, управления организационными процессами, рисками и противодействия мошенническим действиям.

Комитет COSO создал общую модель внутреннего контроля, которой должен следовать бизнес, чтобы иметь возможность правильно сделать оценку собственной системы контроля и управления.

Внутренний контроль по COSO — это свод мер, принимаемых менеджерами высшего звена организации, определяющих его политику, направленную на достижение руководством компании следующих основных целей: разумный подход и эффективность в финансовой деятельности организации, достоверность её бухгалтерско-финансовой отчетности, а также соблюдение норм и стандартов действующего законодательства.

Методика COSO рекомендована тем организациям, которые внедряют или усовершенствуют СВК. ФПСАД № 8 предназначен для внешних аудиторов, поэтому для выработки общей методики к организации СВК следует руководствоваться принципами и методами, изложенными COSO.

СВК в предложенной методике можно представить в форме куба. К первой оси куба относятся следующие пять элементов контроля: контрольная и информационная среда, оценка рисков, контрольные мероприятия, контрольный мониторинг. Ко второй — контрольные уровни: внутриорганизационный (корпоративный) контроль и контроль за процессами. К третьей — цели внутреннего аудита: экономичность и целесообразность операций, достоверные отчёты финансово-бухгалтерской деятельности организации, соответствие нормативно-правовым актам и стандартам.

На практике, не всегда получается добиться правильного понимания руководством компаний положений вышперечисленных методик СВК и наличия слаженного

механизма СВК на предприятии, как такового, поэтому гарантию эффективности данных положений можно считать весьма условной, поэтому COSO требует установления персональной ответственности и членов совета директоров, и менеджеров предприятия за разработку положений СВК и эффективность проведения внутреннего контроля.

В Информации Минфина России № ПЗ-11/2013 ««Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности» изложены базовые принципы и положения, касающиеся организации внутреннего аудита в организациях на территории России. По сути, они являются интерпретацией стандартов COSO, поэтому отечественные предприятия зачастую руководствуются стандартами COSO при создании и внедрении систем управления рисками. Понятие риска включает в себя снижение вероятности событий, неблагоприятно влияющих на основные цели предприятия:

- 1) эффективность и целесообразность операций;
- 2) надёжность и достоверность бухгалтерско-финансовой отчётной документации;
- 3) соблюдение законодательства и стандартов.

Положения COSO определяют внешние и внутренние риски, а также понятие управленческого анализа рисков, в который входит оценка степени риска, вероятность рисков, способы управления риском. Исходя из этого, риски рассматриваются по приоритетности с разной очередностью — риск несоблюдения законодательства и стандартов, риск неблагоприятной финансовой отчётности, риск невыполнения операционных целей.

Грамотное управление рисками предполагает уверенное знание руководством организации в том, с какими рисками придётся столкнуться в управленческой и предпринимательской деятельности. Необходимы оценка основных рисков и понимание, какие точно риски могли быть взяты на себя, и в каком предельно допустимом объёме. Зачастую, руководству организации удаётся достичь организации эффективной системы управления рисками, позволяющую точно определить степень риска, получить наиболее достоверную информацию, если она ставит перед собой вышеобозначенные цели по оценке риска и определении объёмов риска. Эти мероприятия существенно повышают качество риск-менеджмента, но не стоит ограничиваться только системой формального контроля, т.к. невозможно предотвратить все риски. Работу по оценке рисков необходимо проводить регулярно. Важно обратить внимание на следующие ключевые моменты в оценке рисков:

- 1) идентификация риска, определённая во внутренней документации организации системы оценки (система должна вписываться, по возможности, в представления регуляторов о методике и методиками науки, практики в настоящее время);
- 2) оценка уровня риска;
- 3) ключевые индикаторы риска;

4) журналирование данных в общей карте рисков, в которой должны содержаться все замеченные риски за определённый период.

Проводя качественный и количественный анализ рисков можно оценить потенциал влияния принятых решений на ведение деятельности.

Оценку рисков можно проводить с помощью риск-фильтра: сначала проводится системный анализ, потом определяются действия, способствующие уменьшению количества рисков, а затем оценивается вероятность минимизации негативных факторов.

Комплексное управление рисками невозможно рассматривать без реализации механизма их минимизации, основным из которых выступают процедуры контроля. Таким образом, любую процедуру, осуществляемую в организации необходимо соотносить с возможными рисками и помнить о возникновении возможных последствий его наступления. Анализируя существующие контрольные процедуры и бизнес-процессы не стоит забывать о том, что анализ процедур по направлениям, в которых выявили самую высокую степень риска — важное условие дальнейшего успешного развития организации.

Основные процедуры контроля не должны рассматриваться как отдельные процедуры внутреннего контроля, их необходимо гармонично встраивать в контрольную систему, направленную на анализ бизнес-процессов и соответственно рассматриваться шире, то есть стать принципами работы организации в целом и существенными элементами системы управления рисками. Осуществление мониторинга эффективности проведенных процедур контрольной направленности может проводиться как собственными силами организации, так и путем привлечения внешних консультантов и иных лиц. Следует отметить, что под мониторингом следует понимать не только мониторинг существующих внутри организации процедур и процессов, но и мониторинг внутренних политик, кодексов и других корпоративных документов на предмет их актуальности и соответствия применимому законодательству, судебной и международной практики (т.н. комплаенс-контроль).

При формировании внутреннего контроля на предприятии необходимо помнить, что грамотно организованный внутренний контроль — системное явление, «тесно связанное с финансами предприятия, экономическим анализом, основами документационного обеспечения, управления, правовым регулированием хозяйственной деятельности предприятия, социальной психологией, педагогикой, и этикой делового общения, бухгалтерским управленческим учетом, экономикой и организацией промышленного предприятия [4, с. 67], и не ограничивающееся менеджментом рисков. Компаниям следует стремиться к созданию интегрированных систем управления рисками, повышению уровня автоматизации, совершенствованию бизнес-процессов и процедур контроля.

В настоящее время остаются актуальными следующие проблемы:

— исследование эффективных механизмов производства в управлении рисками, методов и способов их оценки и анализа;

— разработка комплексной методологии для создания эффективных систем экономической безопасности на микроуровне предприятия.

Литература:

1. Конституция РФ // КонсультантПлюс;
2. Гражданский кодекс РФ // КонсультантПлюс;
3. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ // КонсультантПлюс;
4. Информация Минфина России № ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности» // КонсультантПлюс;
5. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 № 307-ФЗ // КонсультантПлюс;
6. Федеральный закон «О саморегулируемых организациях» от 01.12.2007 № 315-ФЗ // КонсультантПлюс;
7. Федеральный закон «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 № 7-ФЗ // КонсультантПлюс;
8. Кодекс профессиональной этики аудиторов (протокол № 4 Совета по аудиторской деятельности от 22.03.2012) // ГАРАНТ;
9. Бычкова, С. М. Практический аудит / С. М. Бычкова, Т. Ю. Фомина. — Москва: Эксмо, 2009. — 176 с.
10. Шеремет, А. Д. Аудит: Учебник / А. Д. Шеремет, В. П. Суйц. — Москва: Инфра-М, 2006. — 448 с.
11. Суворова, С. П. Международные стандарты аудита / С. П. Суворова, Н. В. Парушина и др. — Москва: Инфра-М, Москва: Форум, 2007. — 320 с.
12. Шешукова, Т. Г. Аудит. Теория и практика применения международных стандартов / Т. Г. Шешукова, М. А. Городилов — Москва: Финансы и статистика, 2005. — 184 с.
13. Кочинев, Ю. Ю. Аудит. Теория и практика / Ю. Ю. Кочинев. — Санкт-Петербург: Питер, 2010. — 448 с.

К вопросу о дебиторской и кредиторской задолженности

Гужавина Наталья Алексеевна, магистрант
Керченский государственный морской технологический университет

В статье рассматривается сущность дебиторской и кредиторской задолженности экономических субъектов в рыночной экономике на основании обязательственного подхода.

Ключевые слова: обязательства, дебиторская и кредиторская задолженность, бухгалтерский учет

Характеристика кредиторской и дебиторской задолженностей (как объектов финансового анализа и управленческого учета) — это, прежде всего, определение функциональных признаков содержания и раскрытие их сущности. Федеральным законом «О бухгалтерском учете» № 402ФЗ в качестве объекта бухучета установлены обязательства, включающие в себя дебиторскую и кредиторскую задолженности. Согласно п. 1 ст. 307 Гражданского кодекса РФ (ГК РФ) обязательства трактуются следующим образом: «В силу обязательства одно лицо (должник) обязано совершить в пользу другого лица (кредитора) определенное действие, как то: передать имущество, выполнить работу, уплатить деньги и т.п., либо воздержаться от определенного действия, а кредитор имеет право требовать от должника исполнения его обязанности» [2]. Основные источники появления обязательств — это закон, договор и деликт. Таким образом, из заключенного договора поставки вытекают как обязательства поставщика, так и обязательства покупателя.

Обязательства поставщика перед покупателем касаются передачи товара в определенном объеме и в оговоренные сроки. Товар также должен быть надлежащего качества. Обязательства покупателя, в свою очередь, заключаются в том, чтобы оплатить предоставленный товар по цене, которая закреплена в договоре и сделать это в определенный срок. Обязательства, вытекающие из действующих норм налогового законодательства, связаны с необходимостью уплаты налогов с данной сделки. Следовательно, источником подобных обязательств оказывается закон. Обязательства, исходящие из деликта, касаются имущественного ущерба предприятию его же работником. В подобных случаях именно деликт (имущественный вред) является источником возникновения обязательств перед организацией. С экономической точки зрения обязательства показывают будущие потоки средств, которые обусловлены кредитами, полученными и предоставленными хозяйственными субъектами.

Изучив понятие кредита, понятно, что он выдается на временное пользование с обязательными условиями возвратности и, зачастую, с доплатой определенного процента. Принцип временности денег является основой оценивания обязательств хозяйствующих субъектов при экономическом подходе. Чем больше срок с момента появления обязательства до даты его погашения, тем больше обязательство обесценивается и, следовательно, тем меньше его экономическая оценка. Тут работает правило, по которому «рубль сегодня — это всегда больше, чем рубль завтра» [1]. Дебиторы и кредиторы являются сторонами обязательственных отношений. По современному экономическому словарю Райзберга «дебитор» — это «физическое или юридическое лицо, экономический субъект, имеющий денежную или имущественную задолженность» [6]. А «кредитором», в свою очередь, является займодавец, веритель. Кредитором называют лицо, предоставившее другой стороне сделки, займа что-либо (деньги, товар, имущество). Исходя из вышесказанного, «кредитор» — это лицо, перед которым имеется задолженность у данной организации, а «дебитор» — физическое или юридическое лицо, обязанное выплатить организации установленную сумму за услуги, деньги, взятые в долг или товары.

Следовательно, дебиторская задолженность — это количество долгов, которые юридические и физические лица, являющиеся их должниками, должны вернуть предприятию. Появившаяся дебиторская задолженность — это, по своей сути, процесс иммобилизации собственных оборотных средств из хозяйственного оборота, сопровождающийся сопутствующими потерями в доходах организации. Появление задолженности исходит из имеющейся практики договорных взаимоотношений между контрагентами, которые предполагают временный разрыв между моментом перехода права собственности на товары (работы, услуги) и их оплатой. В юридическом плане, дебиторская задолженность — это имущественные права, которые представляют собой один из объектов гражданских прав.

Опираясь на статью 128 ГК РФ «к объектам гражданских прав относятся вещи, включая деньги и ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права; работы и услуги; информация; результаты интеллектуальной деятельности, в том числе исключительные права на них (интеллектуальная собственность); нематериальные блага» [2]. Следовательно, право на получение дебиторской задолженности — это имущественное право, а конкретно дебиторская задолженность — это часть имущества организации.

Основные факторы, влияющие на величину дебиторской задолженности [3]: 1) условия расчетов с покупателями и заказчиками; 2) объем продажи продукции на условиях последующей оплаты в общем объеме продаж; 3) качество оценки эффективности управления дебиторской задолженностью и последовательность в использовании ее результатов; 4) политика взыскания дебиторской задолженности; 5) платежная дисциплина организаций по-

купателей и их общее экономическое состояние. Вместе с этими факторами необходимо отметить, что на структуру и размер задолженности влияют и многие иные факторы, разделяющиеся на внешние и внутренние [3, с. 107].

Факторы, влияющие на дебиторскую задолженность. Назначение дебиторской задолженности, с экономической точки зрения, проявляется в функциях, которые она выполняет. Это: перераспределительная функция; формирование денежных потоков; регулирование денежных потоков; формирование денежных доходов, отложенных во времени.

Формирование денежных доходов отражает специфику дебиторской задолженности и определяется как неполученная часть выручки. Основное ее назначение — это аккумуляция денежных средств, которые не поступили от реализации продукции, выполнения работ, оказания услуг. Суть перераспределительной функции состоит в том, чтобы перераспределить стоимость во временное пользование, которое обусловлено возникающими финансовыми обязательствами одних хозяйствующих субъектов перед другими в процессе их хозяйственности. Инвестиционная функция заключается в том, что дебиторская задолженность — это своего рода инвестиции, поскольку она авансируется задолго до получения выручки от реализации для получения коммерческого эффекта.

Функция «формирования денежных потоков» обусловлена основным функциональным признаком дебиторской задолженности: как элемент оборотного капитала она является составной частью непрерывного процесса хозяйственной деятельности, который оказывает прямое влияние на формирование чистого денежного потока. Такая функция дебиторской задолженности, как «регулирование денежных потоков», предопределяется условиями хозяйственных договоров по поводу форм, способов и сроков расчетов, а также способов обеспечения исполнения обязательств. Тем самым, дебиторская задолженность, принимая форму отложенного во времени положительного денежного потока, участвует не только в формировании, но и в регулировании денежного оборота, обусловленного движением денежных средств в результате совершения хозяйственных операций. Функциональный подход к рассмотрению сущности дебиторской задолженности позволяет рассматривать ее в трех основных аспектах: во-первых, как средство погашения кредиторской задолженности, во-вторых, как часть продукции, проданной покупателям, но еще не оплаченной, и, в-третьих, как один из элементов оборотных активов, финансируемых за счет собственных либо заемных средств. Дебиторская задолженность, как элемент оборотных активов, оказывает значительное влияние на финансовое состояние экономического субъекта. Большой объем дебиторской задолженности в активах предприятия вызывает дополнительную потребность в финансовых ресурсах для пополнения оборотного капитала, увеличивает затраты по привлечению дополнительных финансовых ресурсов, снижает капитализацию как собственного, так и заемного капитала, доходность функционирования предприятия, рост кредиторской задолженности

и возникновение финансовых рисков. И в целях организации бухгалтерского учета, и в целях проведения анализа важна классификация дебиторской задолженности. Так, в зависимости от сроков погашения, дебиторская задолженность подразделяется на: краткосрочную (погашение которой ожидается в течение года после отчетной даты); долгосрочную (погашение которой ожидается не ранее чем через год после отчетной даты). С точки зрения отражения в бухгалтерском балансе, в соответствии с требованиями ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» в составе дебиторской задолженности выделяют следующие группы: покупатели и заказчики, векселя к получению, задолженность дочерних и зависимых обществ, задолженность участников (учредителей) по взносам в уставный капитал, авансы выданные, прочие дебиторы. По степени обеспечения следует различать долговые обязательства, обеспеченные или не обеспеченные залогом, поручительством, банковской гарантией и другими способами, предусмотренными законом или договором. Данная группировка необходима для анализа дебиторской задолженности с точки зрения риска ее непогашения.

Показателями оценки риска могут быть финансовое состояние поручителя или гаранта, стоимость и ликвидность предоставленного залога. Подводя итог выше сказанному, можно сказать, что дебиторская задолженность — это экономическая категория, представляющая собой конкретный вид хозяйственных отношений, которые возникают из финансовых обязательств одних хозяйствующих субъектов и приобретающих форму авансированного в оборотные средства капитала у других. Кредиторская задолженность является долговыми обязательствами любого предприятия в полной мере. Она образуется из денежных средств, временно привлеченных предприятием, и подлежащих возврату юридическим или физическим лицам. Согласно п. 2 ст. 132 ГК РФ кредиторская задолженность, как правовая категория, — это особая часть имущества предприятия, которая является предметом обязательственных правоотношений между предприятием и его кредиторами. Отсюда следует, что кредиторская задолженность имеет двойную природу: как объект обязательственных отношений — это долги предприятия перед кредиторами, т.е. лицами, обладающие правом на истребование или взыскание с предприятия указанной части имущества; как часть имущества она принадлежит предприятию на правах владения.

Кредиторская задолженность — это пассивы организации, равно как и часть краткосрочных обязательств. Важно отметить, что в РФ для целей бухучета в кредиторскую задолженность зачастую включают краткосрочные долговые обязательства. Займы и кредиты отделены от кредиторской задолженности и рассматриваются как краткосрочные и долгосрочные обязательства. Наряду с этим в финансовом анализе в кредиторскую задолженность включают также непогашенные суммы полученных кредитов и займов, имеющих срок погашения более 1 года после отчетной даты. Если оценивают финансовое со-

стояние предприятия, его платежеспособность, рассчитывают величину чистых активов и других финансовых показателей, то в составе задолженности кредиторов и дебиторов учитываются все виды кредитных и заемных обязательств. Следовательно, можно составить такое определение кредиторской задолженности: кредиторская задолженность — это экономическая категория, представляющая собой обязательство предприятия перед кредиторами, которое возникает в процессе хозяйственной деятельности предприятия и исполнение которого приводит к оттоку денежных средств и их эквивалентов. Выясняя суть кредиторской и дебиторской задолженностей, нужно заострить внимание на их оценке.

Денежные долговые обязательства предприятия отражаются в учете по договорной стоимости, рыночной, текущей, экспертной и правовой оценках. Договорная стоимость долго равняется его величине на момент появления обязательства согласно условиям договора. Текущей оценкой долговых обязательств является дисконтированная величина или текущая стоимость будущего платежа. Данный метод позволяет посмотреть, насколько за период существования дебиторской задолженности обеспечится сумма, положенная к получению. Рыночная стоимость долго учитывает влияние многих факторов, но, прежде всего, возможность его реального взыскания. Объективнее всего она формируется во время продажи или уступки права требования долговых обязательств.

Экспертной оценкой задолженности занимаются аудиторы при оценке организации в качестве хозяйственного комплекса или во время получения специального аудиторского задания, которое связано с банкротством организации, а также для аналитических целей. Суд же в свою очередь дает правовую оценку обязательств. Она в большой степени зависит от документального подтверждения суммы долга и его степени доказательности. Нужно отметить трудности оценки кредиторской и дебиторской задолженности. Это объясняется тем, что размер задолженности не всегда может быть точно определен. В том случае, если товар отгружен на условиях коммерческого кредита с отсрочкой платежа на несколько месяцев и требованием ежемесячной оплаты процентов от невыплаченной суммы долга, то размер процентов будет ежемесячно меняться, завися от скорости погашения долга. Таким образом, сумма оплаты при отгрузке будет неизвестна.

В нормальных экономических условиях кредиторская и дебиторская задолженности — нужное явление, которое способствует развитию организации и улучшению финансового состояния организации. Но постоянное наращивание объема кредиторской и дебиторской задолженностей и их некорректное отражение в учете будут иметь негативное влияние. Следовательно, дебиторская и кредиторская задолженности делятся на задолженность, которая вызвана нормальным процессом хозяйственной деятельности, и задолженность, которая связана с нарушением платежной дисциплины и экономических законов. Первая состоит из авансов, которые были выданы постав-

щикам на условиях договора (энергия, услуги по закупке материалов, услуги связи), неотоваренной части платежей, задолженности подотчетных лиц в рамках сроков. Вторая же включает в себя долги по недостачам, хищениям, растратам, претензии, присужденные арбитражем или признанные ответчиком, и вызванные качеством или количеством товаров (или услуг) установленному ассортименту. Нормальная кредиторская задолженность включает в себя: задолженность, возникшую в связи с опережением поступления материальных ценностей по сравнению со сроком их оплаты и др; задолженность рабочим и служащим по оплате труда, задолженность государству по налогам; задолженность поставщикам в пределах установленных сроков оплаты счетов.

Также к образованию нормальной кредиторской задолженности приводит и нарушение финансовой дисциплины и установленного порядка расчетов. Ненормальными считаются просроченные задолженности. Просроченная дебиторская, как правило, бывает сомнительной и безнадежной. Согласно пункта 1 статьи 266 Налогового кодекса РФ: «сомнительным долгом признается любая задолженность перед налогоплательщиком, возникшая в связи с реализацией товаров, выполнением работ, ока-

занием услуг, в случае, если эта задолженность не погашена в сроки, установленные договором, и не обеспечена залогом, поручительством, банковской гарантией» [5]. После истечения срока исковой давности сомнительная задолженность становится безнадежной (той, которая нереальна к взысканию). Согласно пункту 2 статьи 266 НК РФ: «Безнадежными долгами (долгами, нереальными к взысканию) признаются те долги перед налогоплательщиком, по которым истек установленный срок исковой давности, а также те долги, по которым в соответствии с гражданским законодательством обязательство прекращено вследствие невозможности его исполнения, на основании акта государственного органа или ликвидации организации» [5].

Следовательно, дебиторская и кредиторская задолженности — это части активов предприятия. Дебиторская задолженность воплощает будущую экономическую выгоду, которая обеспечивает способность напрямую либо косвенно создавать приток денежных средств. Кредиторская задолженность является одним из заемных источников покрытия оборотных активов. Использование привлеченных средств в своем обороте дает организации экономические преимущества.

Литература:

1. Богомолов А. М. Управление дебиторской и кредиторской задолженностью как элемент системы внутреннего контроля в организации // Современный бухучет. 2004. № 5. С. 46–51
2. Гражданский кодекс РФ. Ч. 1. от 12.12.1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 03.12.2012) // Собрание законодательства РФ. 2004. № 32. Ст. 3301.
3. Климова Н. В. Аналитические исследования в управлении дебиторской и кредиторской задолженностью организации // Финансовый вестник: финансы, налоги, страхование, бухгалтерский учет. 2011. № 5. С. 3–9.
4. Короткова М. В. Оптимизация управления кредиторской задолженностью на предприятиях промышленности // Вестник ОГУ. 2009. № 5. С. 104–109.
5. Налоговый кодекс РФ. Ч. 2. от 05.09.2000 г. № 117-ФЗ (ред. от 03.12.2012) // Собрание законодательства РФ. 2000. № 32. Ст. 3340.
6. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М., 2006. С. 43.

Научные подходы к определению внутреннего аудита

Давликанова Елена Николаевна, магистр
Тольяттинский государственный университет

В статье рассматривается сущность и понятия внутреннего аудита с учетом взглядов ведущих российских и зарубежных ученых.

Ключевые слова: *внутренний аудит, научный подход, объект внутреннего аудита, функции внутреннего аудита, управление*

С эволюцией частного бизнеса в России, что соответственно влияет на рост конкуренции, для отдельных предприятий чрезвычайно важно находить оптимальное направление развития, при котором будет

достигаться максимальный экономический эффект его деятельности.

Ключевой предпосылкой успешной деятельности предприятия является усиление и развитие системы управ-

ления, один из основных звеньев которой является внутренний аудит, поскольку он обеспечивает минимизацию потерь от финансовых махинаций и мошенничества, а также повышение эффективности деятельности предприятия за счет оптимизации бизнес-процессов. Глубокое понимание понятия и сущности внутреннего аудита определяет направление его интеграции или развития и совершенствования уже существующей системы внутреннего контроля на предприятии [3, с. 30].

Внутренний аудит является важным звеном системы эффективного хозяйствования на крупных и средних предприятиях.

Значительный вклад в развитие аудита, в частности внутреннего аудита сделали российские ученые и практики, в частности: Р.А. Алборов, В.Д. Андреев, К.Б. Ахмеджанов, А.С. Бакаев, И.А. Белобжецкий, М.Т. Белуха, Е. Биримкулов, К. Биримкулова, С.М. Бычкова, В. Бобшко, А.М. Богомоллов, М.В. Борисенко, В.В. Бурцев, Л. Вознюк, Е.И. Волошина, Л.Т. Гиляровская, И.Н. Дмитренко, Л.Н. Добина, Н.И. Дорош, Ф.Ф. Ефимова, В. Жила, С.И. Жминько, А. Загородный, А.Л. Звездин, Л. Калистратов, Е. Калюга, Т. Каменская, А. Клевцов, Г. Коблянська, И.В. Козлов, М.Д. Коринько, Л.Н. Крамаровский, Р.И. Криницкий, К. Коцюбинська, Л.П. Кулаковская, Л. Лищинська, И.Я. Максименко, П.Н. Майданевич, В.М. Мельник, А.С. Пантелеев, В.П. Пантелеев,

Г.А. Партин, Н.С. Петренко, Ю. Пича, П. Пономаренко, А.Ж. Пшеничная, М.С. Пушкарь, А. Ретюнских, О.В. Сметанко, А.М. Сонин, Н. Стольный, Т.В. Фомина, И. Швырев, А. Редько, С. Прилипка, В. Рудницкий, Г. Протопальська, П. Камышанов, В. Бурцев и др. [4, с. 179]

Среди зарубежных авторов — Р.Адамс, Э.Аренс, Дж.Робертсон, Филипп Л.Дефлиз, Генри Р.Джениик, Винсент М.Орейлы и др [5, с. 3].

Однако в экономической литературе отсутствует единство мнений относительно определения сущности и функций внутреннего аудита как для предприятий, так и в отраслевом аспекте.

Понятие внутреннего аудита рассматривается в зарубежных и отечественных работах по аудиту. При этом трактовка данного понятия во многом зависит от тех учреждений, в которых он проводится, ведь это меняет его целевые ориентиры.

Основные подходы к определению данного понятия можно сгруппировать по следующим направлениям [7, с. 67]:

- внутренний аудит — это способ управления;
- совокупность процедур и приемов;
- деятельность работников;
- независимая деятельность и оценка.

Научные подходы к определению внутреннего аудита представлены в табл. 1

Таблица 1. Научные подходы к определению внутреннего аудита [1, с. 2]

Автор	Трактовка внутреннего аудита
Алборов Р. А.	Внутренний аудит — это фактически внутрихозяйственный контроль
Бровко Т. О	Внутренний аудит — это орудие управления, поставляет административное и техническое руководство предприятия результатам выполненного анализа по вопросам налаживания эффективной производственной и рыночной деятельности.
Бурцев В. В.	Внутренний аудит — это регламентированная внутренними документами организации деятельность по контролю составляющих управления и различных аспектов функционирования организации, осуществляемая представителями специального контрольного органа в рамках помощи органам управления организации (общему собранию учредителей хозяйственного общества или членам кооператива, наблюдательному совету, директору, исполнительному органу).
Бакаев А. С.	Внутренний аудит — система контроля, принятая с целью поддержания установленного порядка ведения бухгалтерского учета и получения другой информации, выполнением принятых в организации программ и планов в соответствии с законодательством при осуществлении хозяйственных операций
Калистратов Л. М.	Внутренний контроль (аудит) — организованная экономическим субъектом, действующая в интересах руководителей или владельцев, регламентированная внутренними документами система контроля за соблюдением установленного порядка ведения бухгалтерского учета и надежностью система внутреннего контроля
Международные стандарты аудита	Внутренний аудит — деятельность по оценке, которая организована в рамках предприятия и которую выполняет отдельный отдел. Функции внутреннего аудита включают, в частности, проверку, оценку и мониторинг адекватности и эффективности функционирования систем бухгалтерского учета и внутреннего контроля
Мочерний с. В., Ларина Я. С., Устинка О. А., Юрий С. И.	Внутренний аудит — форма внутреннего контроля за финансово-хозяйственной деятельностью предприятия, проводимой штатные работники, чтобы помочь руководителям эффективно выполнять свои функции

Пантелеев В. П.	Внутренний аудит — это аудит, который осуществляется сотрудниками предприятия
Пантелеев В. П., Коринько М. Д.	Внутренний аудит — это деятельность по оценке, которая организована в рамках предприятия и которую выполняет отдельный его отдел или отдельное лицо
Пономаренко П.	Внутренний аудит — это проверка соблюдения установленного порядка ведения бухгалтерского учета и надежности функционирования внутреннего контроля
Робертсон Дж.	Внутренний аудит — независимый критерий оценки для проверки уровня эффективности деятельности предприятия.
Пшеничная А. Ж.	Внутренний аудит дает оценку контрольным процедурам и механизма внутреннего контроля
Сычев М., Ильина В. В.	Внутренний аудит — деятельность по оценке работы, которая осуществляется внутри субъекта одним из его подразделений и регламентируется внутренними документами
Дорosh Н. И.	Внутренний аудит — это независимый контроль, оценка и методика, разработанная для повышения эффективности и улучшение деятельности предприятия
Драгун Л., Виниченко А.	Внутренний аудит — основной вид аудиторских услуг, предоставляемый аудиторской службой предприятиям.
Сухарева Л. А., Дмитренко И. Н., Борисенко М. В.	Внутренний аудит — реализуется специалистами службы внутреннего аудита
Сухарева Л., Ретюнских А.	Внутренний аудит банка — это независимая объективная деятельность в виде проверок и управленческого консультирование, направленное на повышение и совершенствование деятельности банка при внесении систематизированного подхода к оценке и улучшению эффективности процессов управления рисками, системой внутреннего контроля и его организации
Фомина Т. В.	Внутренний аудит — регламентированная внутренними документами организации (предприятия) деятельность, осуществляемая представителями специального контрольного органа в рамках помощи органам управления (собранию учредителей, наблюдательном совете, совете директоров, исполнительному органу)

Таким образом, в научных подходах раскрывается не только определение внутреннего аудита, но и его функции.

Бесспорно, каждый из подходов имеет достаточно адекватное обоснование. Однако, обобщив научные подходы, можем сформулировать свое определение внутреннего аудита [3, с. 25].

Внутренний аудит — это деятельность специализированного подразделения или должностного лица, направленная на оценку эффективности учетной политики, системы внутреннего контроля, достоверности и полноты освещения информации в отчетности в целях предупреждения, предотвращения и устранения ошибок, нарушений и неэффективного использования ресурсов.

Также поход к определению внутреннего аудита следует определять через его объекты и функции [7, с. 65].

Рудницкий В.С. считает, что объектами внутреннего аудита являются функциональные и производственные структурные подразделения предприятия, виды деятельности, хозяйственные процессы и операции, система внутреннего контроля.

Таким образом, ключевыми среди объектов внутреннего аудита являются хозяйственные процессы и операции, осуществляемые в бюджетном учреждении. В рамках процессов и операций формируются и используются ресурсы, функционирует система бухгалтерского учета и внутреннего контроля. Если принять во внимание функции внутреннего аудита, то по ним существуют также различные взгляды исследователей.

В частности, Рудницкий В.С. склоняется к тому, что сущность внутреннего аудита проявляется через такие функции как координационная, аналитическая, контрольная, информационная, защитная, консультационная [4, с. 180].

В свою очередь ученый Потопальская Г.Г. выделяет следующие функции: контроль за правильностью оформления; прием и отпуск материальных ценностей; оприходование, выдача и перечисления денежных средств; создания и расходования собственного капитала; контроль за соблюдением правил штатно-финансовой дисциплины, правильным созданием и распределением доходов. Считаем, что последний подход лишь частично раскрывает функции внутреннего аудита и достаточно ограниченным, в то время, как подход В.С. Рудницкого достаточно разносторонне раскрывает функции [2, с. 92].

Система внутреннего аудита функционирует в соответствии со следующими принципами:

- принцип целостности и обособленности — состоит из ряда взаимосвязанных информационными потоками элементов, свойства системы не могут быть в полной мере указанные без определения свойств элементов;

- принцип коммуникативности — система внутреннего аудита не изолирована от других систем, прежде всего, системы внутреннего контроля и системы управления компанией, позволяет изучить обмен информационными потоками на уровне компании, а также национальной системы финансово-хозяйственного контроля;

– принцип иерархической подчиненности — внутренний аудит является одновременно системой и подсистемой системы внутреннего контроля, системы управления компанией, национальной системы финансово-хозяйственного контроля, относительно нее есть системами высшего порядка;

– принцип необходимого разнообразия — внутренний аудит — это функция системы внутреннего контроля, а также системы управления компанией, она не может существовать обособленно от организационной структуры системы управления компанией;

– принцип структурности — структура внутреннего аудита не может рассматриваться отдельно от целей исследователя.

Анализ взглядов известных ученых и специалистов в области аудита о сущности внутреннего аудита и его функциях, позволяют сформулировать следующие выводы:

– внутренний аудит на предприятии — это прежде всего «системно-ориентируемый» аудит, предусматривающий осуществление наблюдений внутри предприятия;

– внутренний аудит является основой для принятия оперативных, тактических и стратегических решений по осуществлению финансово-хозяйственной деятельности [5, с. 6].

С развитием экономических реалий в России и в мире внутренний аудит становится неотъемлемым средством управления предприятием. При этом исключительно важным становится максимально точное понимание понятия и сущности внутреннего аудита: разработки и исследования значительного количества отечественных ученых позволяют понять понятие внутреннего аудита, но не всегда полностью освещают его функциональную роль на предприятии; оптимальным и наиболее точным является определение понятия внутреннего аудита с учетом особенностей его сущности.

Изучение и анализ различных подходов к трактовке сущности и понятия внутреннего аудита рассматривается в направлении углубления данного понятия, и максимально полностью освещает его сущность с учетом функций и задач.

Литература:

1. Мамушкина Н. В. Внутренний аудит как эффективный метод управления организацией // Вестник НГИЭИ. — 2013. — № 1. — С. 48–62.
2. Мусипова Л. К. Внутренний аудит: понятие и необходимость информационного обеспечения // Сборники конференций НИЦ Социосфера. — 2013. — № 57. — С. 91–92.
3. Иванов О. Б. Будущее внутреннего аудита создается сегодня // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. — 2012. — № 4. — С. 4–32.
4. Вершинина Г. В. Внутренний аудит: сущность, проблемы и пути их решения // Актуальные вопросы экономических наук. — 2015. — № 9. — С. 179–152.
5. Кузнецова О. А. Методологические аспекты внутреннего контроля // Актуальные вопросы экономических наук. — 2014. — № 14. — С. 1–6.
6. Дерновая О. С. Внутренний аудит и внутренний контроль // Terra Economicus. — 2017. — № 2. — С. 94–97.
7. Сафонов Т. И. Понятие и сущность внутреннего аудита в системе управления предприятием // Независимый аудитор. — 2013. — № 4. — С. 64–68.

Концептуальные методы определения прибыли как элемент бухгалтерского учета и учета использования финансовых результатов предприятия

Ельникова Ирина Александровна, магистрант

Воронежский государственный лесотехнический университет имени Г. Ф. Морозова

В данной статье рассмотрены понятия финансового результата предприятия и определен статус важности данного показателя для каждой организации. Рассмотрены концепции отражения прибыли, а также, опираясь на труды ученых М. Ф. ван Бреды и Э. С. Хендриксена, сформирована модель концептуальных подходов определения финансового результата. Главной идеей модели является бухгалтерский учет прибыли, который базируется на трех подходах: семантическом, синтаксическом и прагматическом, которые необходимо использовать лишь в совокупности для достижения более эффективного результата. Также приводится данная модель, адаптированная для учета прибыли и формирования унифицированной формы отчетности. В статье представлена циклическая модель приращения прибыли, которая отражает резервы роста прибыли как элемент учета использования финансового результата предприятия.

Ключевые слова: финансовый результат, семантический подход, синтаксический подход, прагматический подход, резервы роста прибыли, учет прибыли, формирование прибыли, бухгалтерский учет

В настоящее время проблематика учета экономических результатов хозяйствующих субъектов весьма актуальна. Финансовый результат есть один из ключевых показателей эффективности деятельности предприятия, который имеет как теоретическое, так и практическое значение. Главной целью каждой организации является максимизация прибыли, таким образом, ее корректный учет и анализ позволяет не только выявить слабые стороны деятельности предприятия, но и принять верное решение, направленное на достижение наилучшего экономического результата. Существует множество трактовок определения прибыли. Так с одной стороны экономический результат деятельности предприятия не что иное, как приращение либо уменьшение стоимости собственного капитала предприятия, которая образовалась в процессе хозяйственной деятельности за отчетный период. С другой стороны, в роли финансового результата выступают показатели прибыли либо убытка, сформировавшиеся за отчетный год и представляющие дельту между суммарными доходами и расходами организации. Преобладание доходной части на расходной есть прибыль, обратная зависимость показателей, соответственно, отражает убыток. Финансовый результат организации находится в прямой зависимости с таким показателем как собственный капитал, увеличивая либо уменьшая его значение при получении, соответственно, прибыли либо убытка.

С точки зрения К. Маркса, прибыль — это превращенная форма прибавочной стоимости, которая является продуктом авансированного капитала. Таким образом, величина экономического результата определяется как разница между стоимостью товара и затратами на его производство.

В настоящее время, «мнение» экономической науки базируется на том, что прибыль представляет собой доход от использования основных факторов производства: капитала, земли и труда. [3]

Приведя все представленные трактовки к единому знаменателю, понятие финансового результата предприятия можно обосновать как основополагающий показатель экономической деятельности организации, который может выступать как с положительной, так и с отрицательной стороны. Положительный финансовый результат есть прибыль, отрицательный — убыток. Прибыль это есть разница между общей суммой доходов организации и ее расходами. Различают несколько видов прибыли (рассмотрим виды прибыли, участвующие в формировании формы 2 бухгалтерской отчетности «Отчет о финансовых результатах»): валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, и конечный экономический результат — чистая прибыль. В той связи, что показатель прибыли базируется на формировании доходов и расходов, их учете и анализе, необходимо отметить, что данные эле-

менты экономических результатов деятельности определяются в соответствии с Положениями по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99) и «Расходы организации» (ПБУ 10/99). Доходы и расходы организации — это не что иное, как, соответственно, увеличение и уменьшение экономических выгод предприятия.

Таким образом, показатель прибыли можно охарактеризовать как ключевую финансово-экономическую категорию, направленную отражать финансовый результат деятельности, а тем самым, и экономическое состояние хозяйствующего субъекта, в целом.

Касаемо учета финансовых результатов, в настоящее время бухгалтерский учет дает возможность определить две концепции отражения прибыли. К первой относится формирование прибыли, выступающей как показатель эффективности хозяйственной деятельности предприятия в определенном отчетном периоде. Сущностью прибыли при данной концепции выступает ее релевантность отдаче средств на ресурсы, вложенные в деятельность предприятия. Содержанием второй концепции является формирование прибыли, которая направлена в сторону поддержания и приумножения собственного капитала организации и отражения в последнем показателя релевантности, способствующего принятию грамотного решения в рамках корпоративного управления.

В трудах таких ученых, как М. Ф. ван Бреды и Э. С. Хендриксена освещены представленные проблемы концептуального формирования и отражения финансового результата в бухгалтерском учете. Авторы представляют актуальный бухгалтерский учет с точки зрения научной теории, главной функцией которой является изучение дифференциальных свойств целостной информационной системы. По их мнению, такая система должна быть направлена на формирование и отражение прибыли. Таким образом, можно сделать вывод, что для авторов бухгалтерский учет позиционируется как семиотическая направленность, то есть комплекс научных теорий, совокупность которых изучает дифференциальные свойства знаковых систем. Вследствие этого, можно выделить три концептуальных направления в разрезе отражения прибыли в учете: прагматическая концепция, концепция синтактики и семантическая концепция отражения. [2]

Сущностью семантической концепции выступает максимизация положительного экономического эффекта, что является первоочередной задачей каждой организации. Здесь максимизация прибыли тесно связана с показателем прибыли, основанном на понимании сущности финансового результата как эффективности от вложения капитала собственников, при этом находит отражение изменение значения показателя в зависимости с доходами организации и налогом на прибыль. Концептуальный синтаксический подход представляет собой формирование прибыли, исходя

из видов деятельности организации. Что касается прагматической концепции, она базируется на отчетной информации о финансовом результате, которая имеет влияние на решение пользователей предоставляемой отчетности, использующих значения показателей прибыли в собственных целях (как внутренние, так и внешние пользователи). [2]

Для эффективного учета данные концепции необходимо использовать в целостном подходе, ведь нельзя пре-

доставить корректную информацию о финансовом результате без объяснения алгоритма определения прибыли по видам деятельности организации, а также невозможно построить прогнозную модель развития деятельности предприятия без определения эффективности показателя прибыли. Рассмотрим модель концептуальных подходов определения финансового результата предприятия (рисунок 1).

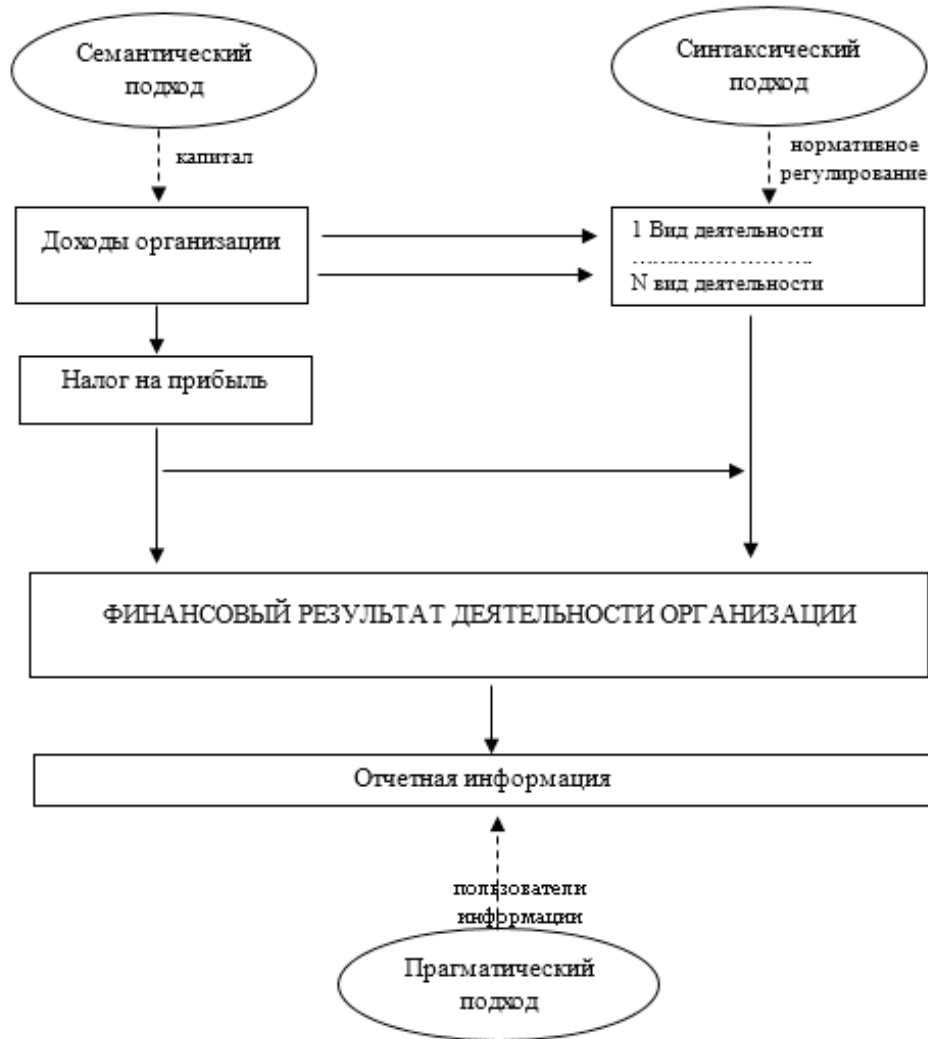


Рис. 1. Модель концептуальных подходов определения финансового результата предприятия

Из рисунка видно, что для корректного определения финансового результата концептуальные методы необходимо использовать лишь в совокупности. Таким образом, складывается концептуальный подход многофункциональных экономических результатов, который позволяет предприятию эффективно работать в режиме многозадачности бухгалтерского учета. Также надо отметить, что при семантическом подходе учитываются и расходы организации.

Рассмотрим процесс адаптации модели концептуальных подходов определения финансового результата к учету и формированию прибыли. В бухгалтерском учете финансовый результат деятельности предприятия за от-

четный период (отчетный год) определяется на активно-пассивном счете 99 «Прибыли и убытки». Прибыль (убыток) определяется как сумма экономических результатов от основных видов деятельности и прочих видов деятельности. Учет доходов и расходов, связанных с обычными видами деятельности, и определение финансового результата по ним ведется на счете 90 «Продажи» по субсчетам, а учет экономического результата от прочей деятельности определяется на счете 91 «Прочие доходы и расходы», к которому открываются соответствующие субсчета. Таким образом, финансовый результат складывается из прибыли от продажи услуг, продукции и работ, а также прибыли от прочей деятельности. По результатам

учета прибыли деятельности предприятия формируется унифицированная бухгалтерская отчетная информация (бухгалтерские формы отчетности), которая необходима как для внутреннего, так и внешнего пользователя. Таким

образом, адаптированная модель концептуальных подходов определения финансового результата (для формирования формы 2 «Отчета о финансовых результатах»), выглядит следующим образом (рисунок 2).

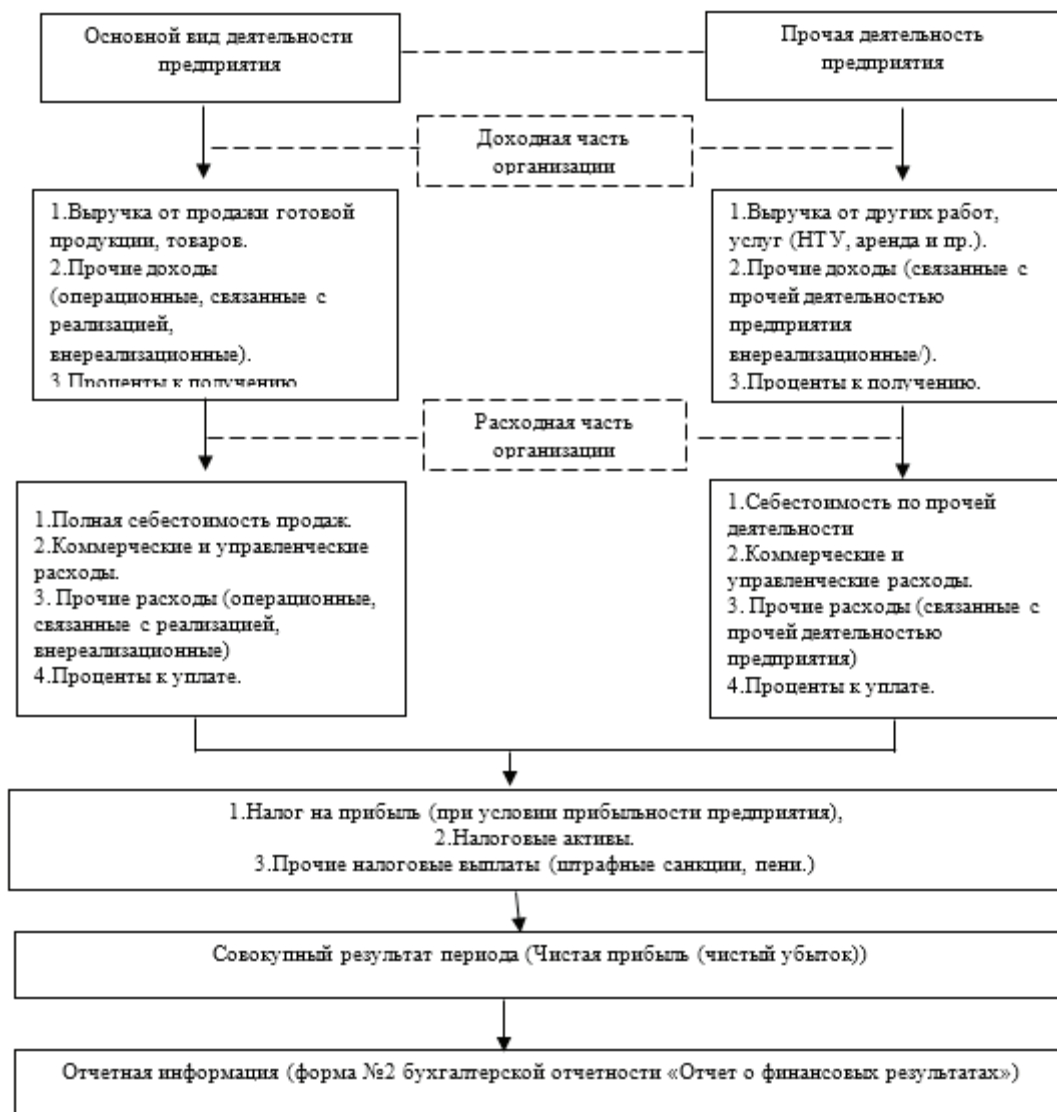


Рис. 2. Адаптированная модель концептуальных подходов

Из рисунка видно, что в данной адаптивной модели участвуют все три выше представленных концептуальных подхода, однако, нельзя забывать о том, что для каждого конкретного предприятия модель будет приобретать свой собственный вид, опираясь на учетную политику, присущую организации. Данная адаптированная модель является «рыбой» для формирования ОФР предприятия, а, следовательно, для внедрения на определенное предприятие данную модель возможно дополнить, сократить, а также внести коррективы, что поможет создать эффективную целостную методологическую базу формирования и учета финансового результата хозяйственной деятельности организации. Также стоит отметить, что при определении совокупного результата деятельности предприятия и учета чистой прибыли, необходимо помнить

о таком понятии как «нераспределенная прибыль» («непокрытый убыток»), что имеет отражение на счете 84 бухгалтерских счетов. К нераспределенной прибыли (непокрытому убытку) относим тот финансовый результат, который остается в распоряжении организации после уплаты налога на прибыль, а также штрафов и пени. Нераспределенная прибыль также имеет отражение в форме № 1 бухгалтерской отчетности «Бухгалтерский баланс» по строке 1370, а также при грамотном подходе к апробации представленной модели концептуальных подходов возможна интеграция модели с понятием «нераспределенной прибыли» путем расширения фундаментальной основы модели и дополнения к ней учета использования «нераспределенной прибыли». При этом пути использования и распределения прибыли обозначаются руково-

дующем составе предприятия, и могут быть направлены на увеличение уставного капитала, увеличение резервного капитала, выплату дивидендов, покрытие убытков прошлых лет и т.д. А также для более прогрессивного развития деятельности предприятия встает необходимость формирования резервов роста прибыли, что так же является частью учета использования финансового результата деятельности. В настоящее время существует ряд стандартных резервов роста прибыли: модернизация и дифференциация номенклатуры продуктовой линейки, увеличение объемов выпуска, минимизация затрат на реализацию и снижение себестоимости. [1] Применение данных методов, непременно, найдет отражение в модели концептуальных подходов, сделав ее более полной

и глубокой. Однако стандартных методов зачастую может быть недостаточно для решения ключевой задачи, таким образом, возникает необходимость в разработке программы, нацеленной на увеличение экономического эффекта. Иными словами, необходима модель, отражающая фундаментальный резерв роста прибыли, работающий в совокупности с иными методами в связке. Далее, рассмотрим циклическую модель приращения прибыли, идея которой отнесена к предприятиям, стоящим на пути инновационного развития, ведь в последние годы роль инноваций, изменение направлений деятельности с фокусом на развитие инновационных процессов колоссально увеличились. Это стало толчком к структурному сдвигу в экономическом развитии многих стран мира (рисунок 3).

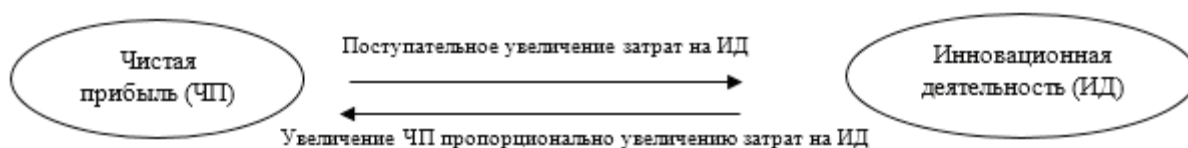


Рис. 3. Циклическая модель приращения прибыли

На рисунке представлена циклическая модель приращения прибыли, основной идеей которой является отчисление части чистой прибыли (нераспределенной прибыли) на развитие инновационной деятельности организации, что повлечет за собой плавное приращение значения показателя прибыли. Данная теория может выступать как прямой элемент учета использования финансового результата, а также здесь прослеживается косвенная связь с семантическим концептуальным подходом (увеличение затрат, приводящее к увеличению прибыли, то есть приращение используемых вложений), что, в очередной раз, доказывает тесную взаимосвязь всех составляющих учета финансового результата деятельности предприятия и необходимость в общем целостном подходе к учету. [1]

Таким образом, учет финансового результата одна из ключевых и важных задач современного бухгалтерского учета, ведь экономический результат хозяйственной деятельности предприятия — первичный и самый главный показатель эффективной работы организации. По значению данного показателя как внутренние, так и внешние пользователи данной информацией могут сделать вывод

о целесообразности деятельности предприятия, а после анализа данного показателя открывается возможность выявить слабые стороны работы организации, оценить необходимость тех или иных затрат, а главное, выстроить грамотную и эффективную модель среднесрочного планирования деятельности предприятия. На сегодняшний день существует много различных методов формирования и учета финансового результата, однако, каждый экономический субъект для более надежной и эффективной работы любой метод должен адаптировать «под себя». Представленную модель, основанную на трех концептуальных подходах, как на «трех китах» можно применять как базовую методологическую основу, приводя к необходимому виду, а также унифицированной форме стандартной отчетности. Однако надо понимать, что ни одна модель, ни один метод не может дать стопроцентный положительный результат, если будет использован «в одиночку». Для полноты картины и понимания нюансов возникает необходимость формирования грамотной учетной политики, отражающей главные аспекты деятельности хозяйствующего субъекта.

Литература:

1. Кириллова С. С., Ельникова И. А. Резервы роста прибыли в условиях инновационного развития предприятия // Сборник научных трудов по материалам международной заочной научно-практической конференции 2016 г. № 2 (22) «Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика». — Воронеж: ФГБОУ ВО «ВГЛУ», 2016. — С. 77–80.
2. Нечитайло А. И. Развитие методологии и методики формирования учетной информации о финансовых результатах организации: автореферат докторской диссертации по экономике. — Санкт-Петербург: ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет», 2008. — 43 с.
3. Рябова М. А., Богданова Н. А. Аудит: учебное пособие. — Ульяновск: УлГТУ, 2009. — 199 с.

Пути организации внутреннего аудита в экономическом субъекте

Ермолова Мария Сергеевна, магистрант;
Кеворкова Жанна Аракеловна, доктор экономических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В современных условиях российские организации все активнее интегрируются в международные финансовые рынки, расширяют свою деятельность по всему миру. На фоне этих тенденций все больше организаций признают важность наличия эффективной системы управления рисками, надежных механизмов внутреннего контроля и прозрачных процессов корпоративного управления. В этом контексте важную роль играет функция внутреннего аудита: она предоставляет Совету директоров оценку адекватности системы внутренних контролей и оценивает эффективность этой системы, а при выявлении слабых сторон выступает в качестве внутреннего консультанта. Необходимость проведения внутреннего аудита выражается в следующих его функциях:

- совершенствование системы управления. При реализации данной функции внутренний аудит является инструментом обратной связи для руководства;
- контроль за использованием финансовых, трудовых и материальных ресурсов. Данная функция внутреннего аудита направлена на сокращение излишних запасов, сохранность активов и разработку мер по предупреждению незаконного присвоения любых видов активов и обязательств;
- защита интересов собственников. Реализация данной функции требует разработку рекомендаций по повышению эффективности деятельности;
- повышение деловой, финансовой и инвестиционной привлекательности хозяйствующего субъекта;
- меры по снижению санкций со стороны налоговых органов или контрагентов;
- подготовка управленческой информации о реальном положении экономического субъекта [1, с. 15].

Систематизация и обобщение вышеизложенных функций позволяет сделать вывод, что внутренний аудит представляет собой неотъемлемую часть корпоративного управления. Помимо названных факторов руководители стремятся к внедрению внутреннего аудита для повышения эффективности деятельности экономического субъекта, путем упорядочения бизнес-процессов, когда конечным результатом выступает существенная экономия средств [2].

Основным заказчиком внутреннего аудита является топ-менеджмент в лице Совета директоров и высшего исполнительного руководства компаний. Создание функции внутреннего аудита реализуется несколькими вариантами. Однако создание отдельной службы внутреннего аудита не говорит о его наличии и эффективном функционировании, и наоборот, внутренний аудит в экономическом субъекте может существовать и без его выделения в ор-

ганизационной структуре. Передача функции внутреннего аудита на аутсорсинг достаточно распространена, будь то услуги разового консультирования или же абонентское обслуживание со стороны специализированной компании.

Обзор экономической литературы позволяет выделить три основных подхода к организации внутреннего аудита [3]:

Так, первый подход предполагает создание собственной службы внутреннего аудита. Можно выделить следующие преимущества данного варианта:

- внутренний аудит учитывает специфику деятельности, внутреннюю среду организации, владеет оперативной и точной информацией;
- контроль осуществляется на непрерывной основе. Руководители имеют доступ к квалифицированному мнению внутренних аудиторов в режиме текущей работы;
- повышение опыта и квалификации сотрудников внутреннего аудита увеличивает интеллектуальный капитал организации, что позволяет в дальнейшем использовать накопившийся опыт для грамотного корпоративного управления [4, с. 208].

Второй подход основывается на использовании услуг аутсорсинговых компаний, то есть полная передача функций внутреннего аудита сторонней специализированной компании или внешнему консультанту.

Потенциальные преимущества использования аутсорсинга можно сформулировать следующим образом:

- возможность привлечения экспертного мнения в разных областях;
- гибкость в вопросах привлечения аудиторских кадров при разработке новых проектов или необходимости проведения различных видов проверок в сжатые сроки;
- использование новых программ обработки информации без затрат на приобретение соответствующих программных продуктов.

Полный аутсорсинг функции внутреннего аудита предоставляет службе внутреннего аудита возможность использовать большое количество необходимых специалистов, международный опыт, инструментарий и знания, а также возможность эффективно управлять затратами, связанными с деятельностью службы.

Третий вариант внедрения внутреннего аудита является ко-сорсинг. Данная форма означает распределение функций по осуществлению внутреннего аудита в организации между собственной службой и привлечением сторонних экспертов в решении определенных задач. Причиной возникновения данного подхода являются ситуации, когда руководители служб внутреннего аудита сталкиваются с нехваткой опытных специалистов по внутреннему

аудиту внутри организации или отсутствием у сотрудников службы опыта и знаний, необходимых для соответствия высоким ожиданиям руководства и других заинтересованных сторон.

Исходя из проведенного исследования можно сделать вывод, что консультационные услуги в области внутреннего аудита предполагают помощь руководителям в повышении эффективности их функций, обеспечении клиентам доступа к накопленным обширным знаниям в области передовой практики внутреннего аудита и консультации специалистов, владеющих информацией об особенностях отрасли организации и возможных рисках.

В частности, такие услуги включают:

- создание функций внутреннего аудита, включая разработку устава, политики, процедур и операционных инструкций, а также оказание содействия на начальной стадии функционирования;

- проведение сравнительного анализа эффективности функций внутреннего аудита и разработка стратегии его трансформации;

- интеграция функции внутреннего аудита с эффективной моделью корпоративного управления, управления рисками и соответствия внешним и внутренним стандартам и требованиям, что влечет за собой сокращение дублирующих или избыточных контролей;

- организация консультирования по следующим вопросам: модели оптимального управления ресурсами и развития навыков; эффективное использование технологий, программного обеспечения и методического инструментария; создание риск-ориентированных планов деятельности внутреннего аудита; формирование отчетности по внутреннему аудиту;

- обучение и повышение квалификации внутренних аудиторов структурных подразделений, дочерних обществ и руководителей служб внутреннего аудита экономического субъекта.

Аутсорсинг и ко-сорсинг внутреннего аудита не связаны с масштабами деятельности и величиной экономического субъекта, это могут быть как организации, не имеющие достаточных финансовых ресурсов, так и крупные. Последним услуги внешнего консультирования чаще всего необходимы для аудита специфической области, не традиционной для деятельности организации. Кроме того, привлечение дополнительных аудиторских кадров может быть обусловлено периодами сильной нагрузки на штатных аудиторов.

В научной литературе ведется множество дискуссий на тему подчиненности службы внутреннего аудита. В структуре службы выделяют руководителя, который с целью обеспечения независимости внутреннего аудита административно подчиняется Генеральному директору и функционально — Совету директоров. Руководитель ответственен перед комитетом по аудиту за организацию работы службы и реализацию поставленных целей, предоставляет на регулярной основе отчеты по итогам работы, которые содержат информацию о выполнении

плана проверок, об итогах выполненных мероприятий по результатам проведенного аудита, рисках и недостатках системы внутреннего контроля и корпоративного управления.

Такой подход соответствует современным принципам корпоративного управления и позволяет достигать максимального потенциала организации внутреннего аудита. Структура и численность аудиторских кадров определяется индивидуально в каждом конкретном случае и зависит от множества факторов таких как: задачи, поставленные перед внутренним аудитом; риски внешней среды; масштабы деятельности экономического субъекта. Немаловажным фактором организации внутреннего аудита, напрямую оказывающим влияние на численность аудиторов, является бюджет, выделяемый на данное подразделение. При построении структуры службы внутреннего аудита важно создать условия для ее независимости и объективности.

В организациях, имеющих высокую степень географической разветвленности и разбросанности структурных подразделений, создается центральный аппарат внутреннего аудита, курирующий работу региональных аудиторов.

Не менее важной задачей в построении системы внутреннего аудита является его оценка в организации. Меняющиеся условия ведения бизнеса заставляют членов Совета директоров и комитета по аудиту относиться к функции внутреннего аудита более требовательно и ожидать от нее большей отдачи и эффективности.

Максимизация отдачи от деятельности функции внутреннего аудита и повышение ее эффективности требуют понимания целей организации, ее рисков, приоритетов в управлении рисками, концепции внутреннего контроля, системы нормативно-правового регулирования, а также разнообразных потребностей ключевых заинтересованных сторон. В конечном счете эти потребности определяют совокупность рисков организации и ее стратегические цели, организационную структуру службы внутреннего аудита, ее ресурсы и процедуры деятельности. В целях повышения эффективности процессов внутреннего аудита необходимо проводить оценку качества функции внутреннего аудита. Это позволит привести ее деятельность в соответствие с международными стандартами, ожиданиями заинтересованных сторон и передовой практикой.

Проведенные исследования показали, что для оценки эффективности аудита следует использовать качественные и количественные показатели [5]. Они должны определять процент выполнения годового плана по внутреннему аудиту и соответствующие затраты проекта. Одним из главных показателей выступает степень удовлетворенности руководства выполненной аудиторами работы, в том числе рекомендациями по повышению эффективности деятельности экономического субъекта. На практике каждая организация разрабатывает алгоритм оценки внутреннего аудита самостоятельно, устанавливая предельные значения показателей анализа. Для оценки

необходимо выделить базовые критерии эффективности функции внутреннего аудита: количество завершенных аудитов в сравнении с утвержденным планом; процент выполнения аудиторских рекомендаций; экономия средств от выполнения рекомендаций аудиторов.

Эффективно работающая служба внутреннего аудита может принести ощутимую пользу организации за счет мер по заблаговременному выявлению возможных проблем, устранению дублирующих или излишних контролей и выявлению потенциала для повышения эффективности деятельности.

Немаловажным после проведения оценки эффективности внутреннего аудита является разработка рекомендаций по повышению его качества. К проводимым в рамках этой программы мероприятиям относятся:

- мониторинг качества внутренних аудитов. Текущий контроль проводят руководитель и менеджеры службы в ходе проведения аудитов. Главной задачей данного этапа является контроль соответствия принятым проце-

дурам и внутренним регламентам, а также проверка выполнения плановых задач в установленные сроки и на должном уровне;

- внутренние оценки, проводимые руководителем не реже одного раза в год. Цель этого этапа в выявлении резервов роста деятельности каждого конкретного аудитора службы, за счет чего достигается совершенствование всей функции внутреннего аудита;

- внешние оценки, которые осуществляются сторонними консультантами и аудиторами. Важность таких оценок заключается в их независимости.

Анализ материалов позволяет сделать вывод, что построение системы внутреннего аудита в организации, повышение качества его функций невозможно без применения комплексного подхода, и только выполнение всех вышеперечисленных мероприятий будет в наибольшей степени способствовать совершенствованию работы службы, а соответственно и деятельности экономического субъекта в целом.

Литература:

1. Кеворкова Ж. А., Карпова Т. П., Савин А. А., Ахтамова Г. А., Дунаева В. И., Земсков Г. Ю. Внутренний аудит. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. — 319 с.
2. Кеворкова Ж. А. Развитие методического инструментария обеспечения экономической безопасности организации // Учет. Анализ. Аудит.. — 2016. — № 3. — С. 65–73.
3. Внутренний аудит как важнейший элемент системы управления компанией // Институт внутренних аудиторов. URL: http://www.ii-a.ru/inner_auditor/publication/member_articles/vnutrennii_audit_Sonin/ (дата обращения: 09.03.2017).
4. Булыга Р. П. Аудит бизнеса: учебник для студентов магистратуры. — М.: Юнити-Дана, 2017. — 263 с.
5. Пискунов В. А., Филевская Н. А. Внутренний аудит качества корпоративного управления с использованием метода рейтинговых оценок // ВЕСТНИК САМГУПС. — 2015. — № 1. — С. 48–54.

Проблемы управления затратами на предприятии

Жукова Елена Александровна, магистрант;

Рожкова Марина Геннадьевна, старший преподаватель, научный руководитель

Севастопольский государственный университет

На сегодняшний день проблеме управления затратами и формированию себестоимости предприятий уделяется большое внимание как в российской, так и в зарубежной литературе. Существует достаточное множество методов калькулирования затрат, внедрение которых позволило бы более совершенно контролировать затраты и влиять на их изменение в конкретной организации. Однако на практике приходится сталкиваться с множеством проблем, препятствующих полноценному внедрению таких методов, например, отсутствие в структуре предприятия необходимых должностей (менеджеров).

В экономической литературе издержки производства промышленного предприятия можно рассматривать в качестве денежного выражение затрат, образующихся

в процессе производственной и коммерческой деятельности. На практике, характеризуя указанные издержки используют понятие «затраты на производство».

Понятие «затраты» более емкое, чем понятие «издержки производства и обращения». При характеристике производственных издержек в их состав не включают затраты, связанные с потерями в хозяйственной деятельности. Таким же образом не включаются и расходы будущих периодов. [1, с. 154]

Затраты — это денежное выражение использованных в процессе производства ресурсов. Иными словами, под затратами обычно понимаются фактические издержки предприятия, т. е. выраженные в денежной форме затраты, обусловленные приобретением и использованием различных

видов экономических ресурсов в процессе производства и обращения продукции, товаров или услуг. [2, с. 102]

Общее количество затрат, относящихся к произведенной продукции, составляют ее себестоимость. Их также называют текущими издержками производства и обращения.

Себестоимость продукции (работ, услуг) представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства ресурсов (сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, рабочей силы) а также затраты на производство и реализацию. Данный показатель характеризует, сколько тратит предприятие на производство и реализацию продукции (работ, услуг). [3, с. 94]

В современных условиях основной целью организации процесса управления затратами является повышение эффективности методов определения стоимости продукции, которую конечный потребитель согласился бы платить за определенный набор товаров и услуг, а также исследование возможностей реализации покупателям данных наборов по выбранной цене. [4, с. 55]

Управление затратами — это область управленческой деятельности предприятия, которая является средством определения и регулирования достижения предприятием высокого экономического результата. Особенность этой деятельности заключается в том, что с ее помощью соединяются часто независимые друг от друга знания о работе предприятия, которые обычно собираются из разных отделов или подразделений, взаимосвязь и влияние на «конечный результат — работа предприятия — прибыль». [5, с. 135] Это становится возможным при условии, что на предприятии присутствует правильно сформированная и работоспособная управленческая структура.

Существующие методы управления затратами направлены, как правило, на потребности одного юридического лица. Однако существует достаточно большое количество взаимосвязанных юридических лиц (например, холдинговых структур), с вертикально интегрированными производственными процессами. А такие методы калькулирования затрат не позволяют получить необходимые и корректные показатели по холдингу в целом простым сложением показателей отдельных структур, входящих в холдинг. Данный факт обуславливает необходимость менеджерами организации разрабатывать уникальные методы управления затратами для таких объектов управления.

Одним из предполагаемых решений данной проблемы может быть совместное одновременное использование ABC-метода и метода «директ-костинг». С учетом влияния факторов технологии, организации производства и операционного подхода к формированию затрат при минимизации величины этих факторов по всей совокупности операций производства будет обеспечиваться более высокая степень эффективности реализации функций управления затратами. [6, с. 13]

Одной из важнейших задач любой организации является увеличение прибыли, а также рыночной стоимости предприятия в целом при одновременной оптимизации

(сокращение) затрат, т.е. достижение такого их уровня, который обеспечит требуемый финансовый результат при условии выполнения производственных планов предприятия. Среди существующих инструментов оптимизации затрат основными являются инструменты регулярного управления затратами. К ним относятся планирование, учет, контроль и программа мероприятий по снижению затрат. Таким образом, для организации планирования, учета и контроля затрат необходимо определить центры ответственности, а также определить и сформировать планы затрат, разработать отчетность об их исполнении, регулярно проводить анализ затрат и принимать меры, которые бы мотивировали подразделения к исполнению планов. [7, с. 27–28]

Однако на практике в этой области управления затратами предприятия нередко возникают проблемы, которые могут быть связаны с низким уровнем точности, прозрачности, а также возможностью контролировать определенные затраты в общем. К указанным проблемам может также присоединиться еще одна, вероятно, наиболее важная — недостаточная квалификация кадров, имеющих отношение к передаче данных по затратам, а также кадров, которые собирают и обрабатывают полученные от различных подразделений данные и производят планирование.

Еще одна проблема управления затратами предприятия возникает при выборе метода планирования затрат.

Первоочередной задачей при построении стратегии является определение стратегических задач и направлений развития, которые в будущем трансформируются в текущие планы предприятия. Для этого составляются и утверждаются долгосрочные программы развития, в которых начальные планы уточняются с указанием конкретных сроков их исполнения, оцениваются затраты и определяются источники финансирования.

Существует множество классификаций планирования затрат, однако обобщая их, можно выделить два метода: планирование «от достигнутого», при котором в качестве базы для сравнения используются затраты прошлых периодов, и планирование «от производства», при котором в качестве источника используются производственно-ресурсные потребности.

Планирование от достигнутых потребностей — метод, который не требует значительных затрат труда персонала предприятия. Однако его недостатком является то, что достаточно сложно понять, что именно стоит за установленными показателями. Более совершенным является метод планирования затрат «от производства», при котором можно детально рассмотреть объем производства, натуральный объем ресурсов и перечень планируемых к выполнению мероприятий.

Основанием для планирования «от производства» служат производственная программа, состав изделий, нормы потребления ресурсов, календарно-плановые нормативы и величина и комплектность фактического незавершенного производства на начало планового периода.

Эти данные являются в данном случае исходными, по ним появляется возможность сформировать единый сквозной план-график. План-график представляет собой программу производственной деятельности всех цехов и подразделений предприятия, в которой определена потребность производства в материалах и ресурсах на каждый рабочий день на всей продолжительности производственного цикла изготовления изделия. Так как единый сквозной план-график отражает реально необходимое для своевременного выпуска продукции направление движения производственного процесса, то на его основе составляется подетальный план производства, который затем трансформируется в комплексный план затрат, содержащий как натуральные, так и стоимостные показатели. Если полученные данные по затратам не удовлетворяют поставленным на предприятии требованиям, то они могут легко корректироваться изменением исходных данных и составлением нового варианта единого сквозного плана-графика потребности производства в материалах и ресурсах.

При рассмотрении вопроса планирования затрат сразу возникает другая проблема управления затратами на предприятии. Она заключается в том, что качественное планирование и контроль затрат невозможны без подготовки отчетности об исполнении планов, которая является источником информации для формирования планов и проведения анализа их исполнения. Несоответствие методов формирования отчетности и планирования, медлительность при составлении и отсутствие необходимой аналитической информации — основные причины того, что отчетность не отвечает требованиям планирования и контроля затрат.

Для решения данной проблемы необходимо при построении системы отчетности исходить из ее назначения. Такая отчетность может отличаться (и скорее всего будет совершенно иной структуры) по форме и составу от бухгалтерской финансовой отчетности, так как задача первой заключается не в выполнении требований учетной политики и норм бухгалтерского учета, а формирование исчерпывающей информации о затратах в разрезах, в сроки и со степенью точности, которые приемлемы для принятия управленческих решений. В такой отчетности рекомендуется использовать подетальную методологию, т.е. подетальный метод калькулирования производственных затрат. Основными результатами такого подхода являются:

- возможность формирования отчетности, отражающей реальный процесс производства во времени;
- наличие полной, точной и широкой аналитической информации о плановых и фактических затратах по всем стадиям жизненного цикла изделия.

С помощью данного метода выявляются затраты, которые ежемесячно растут, а также затраты, занимающие основную долю в общих затратах предприятия, возможно проведение сравнения значимых показателей предприятия с показателями конкурентов, а также выявляются носители затрат, влияющие на их величину. [8, с. 97–99]

Таким образом, управление затратами является достаточно сложным сектором на предприятии, так как оно включает в себя большое количество информации, которое необходимо получить, правильно обработать и объединить полученные результаты в единое целое. А на основе полученных данных произвести оптимизацию и планирование с целью получения наибольшей прибыли с наименьшими затратами.

Литература:

1. Любушин Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия / Под ред. Н.П. Любушина: учебник / Н.П. Любушин, В.Б. Лещева, В.Г. Дьякова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 471с.
2. Романова Л.Е. Анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие для высших учебных заведений. М.: Юрайт-издат. 2004. — 220 с.
3. Лиференко Г.Н. Финансовый анализ предприятия: учебное пособие. — М.: Издательство «Экзамен», 2006. — 156 с.
4. Попов Л. В., Маслов И. А. Процедура внутрипроизводственного учета затрат и управления себестоимостью // Финансовый менеджмент. — 2004. — № 1. — С. 55–57.
5. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник — 4-е изд., испр. — М.: Новое знание, 2009. — 686 с.
6. Киреева Н.В. Управление затратами промышленного предприятия с многопродуктовым производством: автореф. дис. на соиск. учен. степ. док. эконом. наук (08.00.05) / Киреева Наталья Владимировна; Южно-Уральский гос. университет. — Челябинск, 2014. — 40с.
7. Рожкова М. Г. Совершенствование структуры дебиторской задолженности с помощью ABC-метода анализа по материалам ООО «Кандагар-Крым» / М. Г. Рожкова, О. М. Булгакова, М. Л. Калищук // Молодой ученый. — 2016. — № 11–1(115). — С. 27–28.
8. Коновалова Г.И. Проблемы управления затратами на промышленном предприятии способы их решения / Г.И. Коновалова // Менеджмент в России и за рубежом. — 2008. — № 1. — С. 97–99.

Стратегия устойчивого развития предприятия

Заляев Рамис Фаварисович, магистрант
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ) является приоритетной отраслью экономики, оказывающей непосредственное влияние на жизнедеятельность населения и функционирование более чем 30 смежных отраслей народного хозяйства. Согласно Стратегии развития ЖКХ в Российской Федерации на период до 2020 года, оборот жилищно-коммунального хозяйства составляет 4,1 трлн рублей, что соответствует 5,7% ВВП России.

В коммунальном секторе отмечается ряд экономических, социальных и экологических проблем, препятствующих его устойчивому развитию, а именно: высокий износ основных фондов эксплуатируемых объектов ЖКХ, высокий уровень потерь, низкая инвестиционная привлекательность, непрозрачность отрасли для потребителей и властей, кадровый дефицит, ресурсно-сырьевые ограничения, экологические проблемы, а также жесткая тарифная политика государства. Устойчивое развитие ЖКХ, согласно Стратегии, требует повышения энергетической эффективности отрасли; развития предпринимательства, усиления конкурентной среды и привлечения частных инвестиций в сферу ЖКХ; совершенствования системы отношений между собственниками помещений в многоквартирных домах, управляющими организациями и ресурсоснабжающими организациями.

Устойчивое развитие коммунального сектора может быть достигнуто только с помощью эффективного функционирования первичных звеньев экономической системы — предприятий, которые обеспечивают достойный уровень благосостояния населения и, следовательно, оказывают непосредственное влияние на бесперебойное и надёжное функционирование всей национальной экономики. Предприятия служат основным структурным элементом экономики, соединяющим для производства продуктов трудовые, материальные и финансовые ресурсы.

Существуют различные аспекты экономической устойчивости: ценовая, финансовая, технологическая, организационная. В этом смысле возникает необходимость комплексного подхода к совершенствованию методов управления развитием предприятий коммунального сектора с учетом особенностей рынка коммунальных услуг и регулирующей роли государства [6, 7, 10].

Оценка опыта работы предприятий коммунального сектора, которые довольно успешно функционируют в жестко данных государственных рамках, демонстрирует, что для их устойчивого развития нужны, в первую очередь, быстрота и гибкость реакций на реформы нормативно-правового поля, увеличение энергетической результативности систем коммунальной инфраструктуры, большая инвестиционная активность, широкое испол-

зование инноваций, финансовая стабильность [1–3]. Все это вместе дает возможность образовать динамически равновесную единую систему, которая способна самостоятельно установить собственное устойчивое развитие в среднесрочной и долгосрочной перспективе в форме, которая понятна и доступна для реализации.

Следуя данным соображениям, можно сформулировать понятие экономической устойчивости предприятия коммунального сектора.

Экономической устойчивостью предприятия коммунального сектора является способность организации обеспечить нормативный уровень надежности и качества предоставляемых услуг во время сокращения излишнего потребления энергетических ресурсов в условиях регулирования тарифов государством.

Развитием предприятия коммунального сектора называется объективный и непрекращающийся в ходе времени процесс изменения количественных и качественных характеристик состояния организации при его адаптации к активно меняющимся внутренним и внешним условиям. Во время развития коммунальное предприятие решает все время возникающие и воспроизводящиеся диалектические противоречия между стратегическими задачами и задачами обеспечения нормативного качества предоставляемых коммунальных услуг по регулируемым ценам.

Сейчас на первый план выходят проблемы, которые связаны с устойчивым экономическим развитием предприятий коммунального сектора.

Вместе с тем увеличение роли государства по части сдерживания роста тарифов, понижение темпов развития экономики, трудное финансовое состояние национальных коммунальных предприятий являются серьезной преградой для поддержания нужных темпов модернизации и технологического перевооружения.

Инструментом для достижения цели постоянного развития являются качественные внутрисистемные преобразования либо привнесение новых элементов и связей в систему, меняющих содержание и характер ее функционирования, а также уровень производственного потенциала организаций [4, 5].

В этом процессе главную роль играет научно-технический прогресс (НТП), характеризующийся рядом взаимосвязанных последовательных стадий, а также инновационный процесс, предполагающий подготовку и исполнение мероприятий, направленных на улучшение качественных параметров услуг и товаров, усовершенствование технологий производства [3, 4].

Устойчивое развитие системы — следствие и характеристика качества принимаемых решений. Механизм обеспечения устойчивости предприятия должен осу-

шестьваться, прежде всего, посредством формирования стратегии устойчивого развития предприятия [14].

Стратегия устойчивого развития использует инструменты и методы стратегического управления в прогнозировании и предотвращении воздействия внешних факторов [16]. Одним из этапов разработки стратегии устойчивого развития организаций является целеполагание. Система целевых показателей устойчивого развития строится на основании дерева целей с декомпозицией генеральной цели на ряд подцелей. Генеральной целью обычно выступают: «обеспечение социально-экономической устойчивости предприятия», «обеспечение устойчивого развития организации». Выбор подцелей осуществляется с применением двух подходов: в соответствии с концепцией устойчивого развития — экономические, социальные и экологические; в зависимости от видов деятельности организации — маркетинговые (рыночные), производственные, финансовые, организационно-управленческие, инновационные, социальные и экологические [16].

Представленные подходы основываются на применении системы показателей для реализации стратегий устойчивого развития организаций. На сегодняшний день нет разработанных единых критериев и показателей устойчивого развития организации. Однако существует два подхода к системе показателей и критериев. В рамках первого подхода используются показатели, характеризующие отдельные составляющие устойчивого развития организации: финансовые, экологические, экономические, социальные, управленческие, маркетинговые, технологические, кадровые, информационные. Второй же предполагает расчет интегрального показателя, отражающего степень устойчивости развития организации [16]. В рассмотренных методиках оценки устойчивого развития отсутствует норматив (норма) для критериев и показателей, отражающих устойчивость или неустойчивость. Показатели должны использоваться для достижения стратегических целей устойчивого развития, планирования и прогнозирования устойчивого развития.

Применение инструментов и методов стратегического планирования для устойчивого развития организаций ЖКХ рассматривается в работе А. Н. Ряховской [17]. Автором аргументирована потребность в формировании комплексной стратегии устойчивого функционирования и развития отрасли в целях обеспечения потребителей качественными, доступными услугами [17]. Оценка реализации стратегии устойчивого развития ЖКХ, по мнению автора, должна осуществляться по критериям:

- степени обновления основных фондов и используемых технологий;
- обеспечения экологической безопасности и поддержания санитарного состояния производства согласно нормативам;
- уровня удовлетворенности населения и других потребителей жизненно важными услугами;
- эффективности социальной защиты населения с низким уровнем доходов;

- результативности государственного регулирования реализации стратегии устойчивого развития предприятий ЖКХ;

- сбалансированности денежных потоков в системе ЖКХ [17].

Указанные критерии при этом недостаточно полно охватывают внутреннюю специфику управления предприятиями коммунального сектора. По мнению В. П. Пиллявского [18], А. Н. Ряховской [17], устойчивое развитие организаций в ЖКХ требует совершенствования тарифной политики путем обеспечения баланса интересов производителей, потребителей, инвесторов и органов исполнительной власти различных уровней.

В общем обеспечением устойчивого развития предприятия коммунального сектора называется целенаправленный динамический процесс приведения экономической системы предприятия до состояния стабильного равновесия, согласно которому полностью согласовываются интересы самого предприятия, потребителей коммунальных услуг и регулятора (государства), посредством неизменного внедрения инноваций и увеличения инновационного потенциала.

Исполненное обследование некоторых предприятий коммунального сектора [5, 6] по части анализа их устойчивого развития дало возможность установить главные факторы данного процесса, среди которых:

- во-первых, персонал предприятия должен пройти надлежащее обучение для системного понимания сути происходящих процессов, своего места и роли в осуществлении задач устойчивого развития, для правильного восприятия информации о нужде в изменениях, внедрении новых технологий и освоении их;

- во-вторых, нужны горизонтальные связи с отраслевыми предприятиями для обмена положительным опытом формирования и воплощения стратегии устойчивого развития;

- в-третьих, с наличием установленного числа рекомендовавших себя положительно инноваций, необходимо по максимуму осторожно и продуманно переходить к их введению, так как, в первую очередь, необходимо перепроектировать организационную структуру и бизнес-процессы под них;

- в-четвертых, немаловажным условием для перехода предприятий на путь стабильного развития являются модернизация и техническое перевооружение, так как устаревшее, физически и морально, оборудование и технологии дают возможности проводить безубыточную деятельность в условиях госрегулирования тарифов.

Учитывая факторы, оказывающие непосредственное воздействие на стабильное развитие предприятий коммунального сектора, можно провести классификацию видов устойчивого развития согласно приоритетам так, как указано ниже.

- Социальное развитие — это процесс развития управления человеческими ресурсами, усовершенствование методов и инструментов мотивирования персонала,

привитие норм этики и корпоративной культуры, то есть развитие трудового потенциала.

– Инновационное развитие — процесс развития системы факторов и условий, которые необходимы для исполнения инновационного процесса, то есть развития инновационного потенциала.

– Технологическое развитие — процесс обновления и модернизации основных производственных фондов и технологий, которые обеспечивают увеличение производительности труда и уменьшение непроизводительных расходов, экологическую безопасность, реинжиниринг и автоматизация бизнес-процессов, то есть развитие производственного потенциала.

– Продуктовое развитие — это процесс, который направлен на клиентоориентированное обслуживание, увеличение качества и надежности предоставляемых коммунальных услуг, рост объема сервисных, информационных и дополнительных услуг.

Согласно изложенному, устойчивым развитием можно назвать повышение результативности производственных факторов, устойчивое совершенствование методов и форм обслуживания клиентов, рост доходной базы посредством инноваций. Поэтому стратегию устойчивого развития необходимо формировать, основываясь на оптимизации структуры предприятия через максимизацию результативности взаимодействия ее компонентов при использовании инновационных технологий [5].

Следовательно, стратегия устойчивого развития предприятия коммунального сектора экономики — это обобщающая модель, предполагающая формирование и реализацию комплекса организационно-технических мероприятий, позволяющих адаптироваться на внутренние и внешние воздействия в заданном плановом периоде достичь целевых показателей при сохранении нормативных качества и надежности предоставляемых услуг с учетом государственного регулирования.

Наиболее совершенной и полностью соответствующей стратегии устойчивого развития является такая модель, которая включает в себя как краткосрочную, так и долгосрочную цель ведения осуществления финансово-хозяйственной деятельности.

При этом достижение целевых финансовых результатов является определяющим условием устойчивого функционирования, поскольку в противном случае предприятие может быть ликвидировано, что повлечет за собой целый ряд негативных последствий для потребителей услуг, так как может быть нарушено бесперебойное их снабжение коммунальными услугами, без которых невозможно безопасное и комфортное проживание.

Таким образом, можно сделать вывод, что ключевой составляющей стратегии устойчивого развития предприятия является целевая модель, разрабатываемая с учетом краткосрочной и долгосрочной целей и дающая возможность оценки развития событий на изменение внутренних и внешних факторов.

При разработке целевой модели устойчивого развития предприятия коммунального сектора экономики необходимо учитывать следующие основные принципы [8, 9, 13]:

1. Принцип осуществимости

Разрабатываемая модель должна обеспечивать достижение поставленных целей. Прежде чем приступить к сбору информации об объекте, нужно четко определить параметры и состав модели, а также формализовать цель, определить задачи и сформировать при необходимости предельные численные значения критериев.

2. Принцип информационной достаточности

Существует определенный критический порог достоверных сведений об объекте, при достижении которого имеет смысл переходить от сбора информации к этапу разработки модели.

3. Принцип адекватности

Достижение разумного баланса между детальностью и потребительскими качествами модели.

4. Принцип единого описания бизнес-процессов

Обеспечивает единство описания как внутренних бизнес-процессов для отдельно взятого структурного подразделения, так и процессов, протекающих внутри предприятия, между подразделениями, поставщиками, потребителями услуг и партнерами. Дает возможность руководителям всех уровней осуществлять контроль в своей зоне ответственности над прохождением критически важных бизнес-процессов, просто идентифицировать отклонения от предусмотренных регламентов и конкретные причины данных отклонений, что гарантирует высокую результативность оперативного управления.

5. Принцип целесообразности

Разрабатываемая модель должна отражать только те свойства реального объекта, которые максимально влияют на выбранные показатели и критерии эффективности.

При использовании конкретной модели исследуются определенные области действительности, для более полного описания объекта необходим ряд моделей (информационная, технологическая, организационная, бизнес и др.), позволяющих с разных сторон и с разной детализацией отображать рассматриваемый процесс.

6. Принцип агрегирования

Практически всегда сложную систему можно представить в виде совокупности агрегатов (подсистем), для описания которых применим определенный набор стандартных схем.

Имея в наличии достаточно структурированные, относительно независимые блоки нижнего уровня, можно довольно гибко перепроектировать модель в зависимости от меняющихся требований, а также предлагать различные вариации модели, лишь перегруппируя подсистемы и изменяя взаимосвязи между ними.

7. Принцип отделения

Предметная область, как правило, включает в себя несколько выделенных элементов, внутренняя структура которых достаточно понятна или не представляет непосредственного интереса для решения конкретной задачи, в таких случаях их место в модели занимает условный пу-

стой блок, для которого определяются только значимые входные и выходные информационные потоки.

8. *Принцип использования единой системы ключевых показателей*

Дает всем руководителям разных уровней необходимые показатели и индикаторы, оценка которых дает возможность принимать обоснованные решения в управлении. Система ключевых показателей выступает как основа проектирования системы поддержки принятия решений и помогает создать целостную терминологию, при которой понятия, разные по своей сути, не могут прятаться за одинаковыми названиями.

Следовательно, устойчивое развитие — это необходимое условие для достижения стабильности и результативного функционирования предприятия в долгосрочной перспективе. Обеспечением устойчивого развития предприятия коммунального сектора решено называть динамичный процесс приведения экономической системы предприятия до состояния стабильного равновесия, согласно которому полностью согласованы интересы как самого предприятия, так и потребителей коммунальных услуг и регулятора — государства, посредством постоянного введения инноваций и увеличения инновационного потенциала.

Литература:

1. Акифьева Л. В., Савруков Н. Т., Суханова Т. В. Факторы, влияющие на качество предоставления жилищно-коммунальных услуг // Экономика и предпринимательство. 2014. № 11–2 (52–2). С. 150–153.
2. Богомолова И. С., Ковалева Е. М. Разработка стратегии развития предприятия жилищно-коммунального хозяйства // Альманах мировой науки. 2015. № 1–4 (1). С. 25–27.
3. Буньковский Д. В. Разработка стратегии предприятия в жилищно-коммунальном хозяйстве // Экономика и банковская система: теория и практика материалы заочной международной научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»; ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»; ФГБОУ ВО «Финансовый Университет при Правительстве РФ». 2016. С. 90–95.
4. Ганиев М. Г., Хрусталев Б. Б. Особенности формирования стратегии развития предприятий жилищно-коммунальной сферы // Перспективы развития науки и образования сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 14 частях. 2012. С. 32–34.
5. Горбунов В. Н., Дмитриева Т. Н., Байнишев С. М., Холопова А. А. Особенности инвестиционных процессов в жилищно-коммунальном хозяйстве // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 8 (35). С. 16–19.
6. Карлик А. Е., Тишков П. И., Ветрова Е. Н. Стратегическое планирование развития государственного предприятия в сфере водно-коммунального хозяйства // Проблемы развития территории. 2015. № 4 (78). С. 129–141.
7. Коржов В. Ю., Великанов А. П., Иванишин П. З., Захарова Н. А., Тимофеева Н. Ю. Комментарий к Федеральному закону от 21 июля 2014 Г. № 209-ФЗ «О государственной информационной системе жилищно-коммунального хозяйства». — Саратов, 2015. — 129 с.
8. Рябоконт М. В. Механизм привлечения инвестиционных ресурсов в развитие жилищно-коммунального хозяйства // Экономинфо. 2016. № 25. С. 73–75.
9. Ряховская А. Н. Устойчивое функционирование и развитие предприятий: основные механизмы, принципы, критерии оценки // Эффективное антикризисное управление. 2012. № 2. С. 58–66.
10. Чаадаева В. В. Структура и параметры формирования инновационного потенциала предприятия коммунального сектора экономики // Вестник современной науки. 2015. № 9–1 (9). С. 92–96.
11. Чаадаева В. В. Принципы разработки целевой модели устойчивого развития предприятия коммунального сектора экономики // Экономика: теория и практика. 2016. № 1 (41). С. 112–117.
12. Чаадаева В. В. Информационные технологии управления бизнес-процессами предприятий коммунального комплекса // Международный технико-экономический журнал. 2016. № 2. С. 74–79.
13. Чернышев А. В. Современные подходы к формированию рациональной стратегии управления инвестициями предприятий жилищно-коммунального комплекса // Экономика и предпринимательство. 2015. № 3–2 (56–2). С. 268–271.
14. Зингер О. А. Формирование стратегии устойчивого развития промышленного предприятия: автореф. дис. ... канд. экон. наук. Пенза, 2010.
15. Евсеева С. А. Теория и методология развития жилищно-коммунального хозяйства на основе менеджмента качества: дис. ... д. экон. наук. Красноярск, 2016
16. Ряховская, А. Н. Устойчивое функционирование и развитие предприятий: основные механизмы, принципы, критерии оценки [Текст] / А. Н. Ряховская // Эффективное антикризисное управление, 2012, № 2(71). — С. 58–65.
17. Пилявский, В. П. Теория и методология управления предпринимательскими структурами жилищно-коммунального комплекса мегаполиса: автореф. дис. докт. экон. наук: 08.00.05 / — Санкт-Петербург, 2008. — 39 с.

Экономическая экспертиза как вид аналитических процедур при проведении аудита достоверности финансовой отчетности

Захарова Ксения Николаевна, студент;
Кеворкова Жанна Аракеловна, доктор экономических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Статья посвящена раскрытию содержания предмета и процедур экономической экспертизы, их взаимосвязи с аналитическими процедурами в аудите, а также возможностями применения экономической экспертизы в качестве аналитических процедур при аудите достоверности финансовой отчетности.

Ключевые слова: экономическая экспертиза, аналитические процедуры, аудит

В настоящее время при проведении аудита финансовой (бухгалтерской) отчетности на первый план выходят аналитические процедуры. Аналитические процедуры представляют собой действия аудитора, в ходе которых он проводит анализ соотношений и закономерностей, основанных на сведениях о деятельности аудируемого лица, а также исследует взаимосвязь этих соотношений и закономерностей с другой имеющейся в распоряжении аудитора информацией, выявляя причины возможных отклонений от нее [1].

Аналитические процедуры могут выполняться на протяжении всего процесса аудита. Применение аналитических процедур позволяет повысить качество аудита и сократить временные затраты на его проведение.

При применении аналитических процедур аудитор руководствуется Международным стандартом аудита (МСА) 520 «Аналитические процедуры», содержание которого раскрывает характеристики, методы и уровни применения аналитических процедур [6].

Аналитические процедуры включают анализ существенных показателей и тенденций, итоговое исследование колебаний и взаимосвязей, не соответствующих прочей информации или прогнозным значениям.

В целях проведения аудита достоверности финансовой информации и повышения его эффективности в качестве аналитических процедур могут выступать различные методы экономической экспертизы, которая позволит расширить границы применения аналитических процедур и исключить вероятности ошибок при оценке достоверности информации, представленной в финансовой отчетности.

Экономическая экспертиза проводится в связи с расследованием уголовных дел, сопряженных с экономическими преступлениями, с рассмотрением экономических споров в арбитражных судах или по инициативе третьих лиц (собственник, инвестор, кредитор). Исследование, проводимое в рамках экономической экспертизы, основывается на результатах анализа содержания документации, представленной проверяемым лицом, с целью выявления сведений о совершенных фактах хозяйственной жизни и их влиянии на показатели текущей, финансовой и инвестиционной деятельности организации.

В настоящее время в составе экономической экспертизы выделяется несколько видов экспертиз, содержание

которых раскрывается через их предмет [3]. Наиболее распространены из них: бухгалтерская, финансово-экономическая и налоговая экспертизы.

Бухгалтерская экспертиза исследует хозяйственную деятельность конкретной организации по данным представленной бухгалтерской отчетности с целью выявления несоответствий в данных подсистемы экономической информации и осуществленными фактами хозяйственной жизни.

Налоговая экспертиза проводится с целью определения полноты и своевременности исполнения необходимых налоговых обязательств, выявления предполагаемых налоговых рисков, связанных с заключением тех или иных сделок. При помощи судебной налоговой экспертизы становится возможным установить недостоверность налоговых документов, необходимость исчисления сумм неуплаченных тех или иных налогов при проведении какого-либо факта хозяйственной жизни.

Финансово-экономическая экспертиза назначается при решении споров, связанных с разнообразными финансовыми операциями. Такими операциями могут быть действия работников организации при фиктивном или преднамеренном банкротстве, валютные и кредитные операции, операции с ценными бумагами и многие другие. Поскольку вид экономической экспертизы определяется через понятие сущности его предмета, то предметом финансово-экономической экспертизы является выявление и исследование фактов недостоверного отражения в подсистеме экономической информации данных текущей, финансовой и инвестиционной деятельности и их результатов, а также других фактов хозяйственной жизни в связи с расследованием правонарушений в сфере экономической деятельности [4].

Процедуры финансово-экономической экспертизы в большинстве случаев напрямую связаны с аналитическими процедурами при аудите и дополняют их. Результаты проведенных исследований позволили установить взаимосвязь применяемых аналитических процедур при аудите финансовой отчетности и процедур финансово-экономической экспертизы (таблица 1).

Рассмотрим применение процедур финансово-экономической экспертизы как элемента аналитических процедур на примере финансовой (бухгалтерской) отчетности

Таблица 1. Взаимосвязь аналитических процедур и процедур финансово-экономической экспертизы

№	Аналитическая процедура при проведении аудита	Процедура финансово-экономической экспертизы
1	Сравнение фактических показателей бухгалтерской отчетности с плановыми (сметными) показателями, определенными экономическим субъектом.	Расчет показателей выработки продукции, рентабельности и других таргетированных показателей.
2	Сравнение фактических показателей бухгалтерской отчетности с прогнозными показателями, самостоятельно определенными аудитором.	Использование методов планирования и прогнозирования затрат, методов оценки стоимости активов, в том числе дисконтирование денежных потоков.
3	Сравнение показателей бухгалтерской отчетности и связанных с ними относительных коэффициентов отчетного периода с нормативными значениями, устанавливаемыми действующим законодательством или самим экономическим субъектом.	Сравнение показателей с нормативными значениями, например, соблюдение нормативов Банка России кредитными организациями.
4	Сравнение показателей бухгалтерской отчетности со среднеотраслевыми данными	Сравнение показателей со среднеотраслевыми коэффициентами (например, денежные мультипликаторы P/S, EV/S, EV/EBITDA).
5	Сравнение показателей бухгалтерской отчетности с небухгалтерскими данными (данными, не входящими в состав бухгалтерской отчетности).	Сравнение показателей с показателями рынка (EPS, P/E, D/E, рыночная стоимость акций).
6	Анализ изменений с течением времени показателей бухгалтерской отчетности и относительных коэффициентов, связанных с ними.	Проведение горизонтального и вертикального анализа показателей отчетности, например, статей бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах.

Источник: Составлено автором

экономического субъекта реального сектора экономики ОАО «Акрон».

Группа «Акрон» [5] — динамично развивающееся акционерное общество, основными активами которого являются два производственных предприятия — ОАО «Акрон» и ОАО «Дорогобуж» — составлявшие основу отрасли по производству минеральных удобрений. В начале 2000-х годов компания взяла курс на построение вертикально интегрированного холдинга. Организационная структура Группы представлена производственными, логистическими и сбытовыми компаниями, проектами по добыче сырья.

При проведении финансово-экономической экспертизы на предприятии используют вертикальный и горизонтальный анализ. У данных видов анализа есть много преимуществ, таких как простота и наглядность, с помощью которых можно отследить поэтапные изменения каждой статьи, а также спрогнозировать их финансовую структуру и динамику.

Рассмотрим применение вертикального анализа [2] на основе данных бухгалтерского баланса [5] ОАО «Акрон». Результаты анализа структуры бухгалтерского баланса представлены в таблице 2.

Анализ данных таблицы показывает, что за рассматриваемый период доля внеоборотных активов в общей статье активов остается достаточно весомой, однако наблюдается тенденция к снижению этого показателя в 2015 году, что свидетельствует об использовании большего объема оборотных средств.

Рассматривая структуру пассива, можно отметить, что в 2013 году наибольший удельный вес занимала статья «Капитал и резервы», а среди величины обязательств лидировали долгосрочные. Однако в отчетном 2015 году структура пассива полностью изменилась. Доля долгосрочных обязательств изменилась незначительно, тогда как удельный вес капитала и резервов снизился вдвое, а доля краткосрочных обязательств увеличилась и стала

Таблица 2. Вертикальный анализ бухгалтерского баланса

Показатель, тыс. руб.	2013	2014	2015
АКТИВ	100	100	100
Внеоборотные активы	84,184	82,857	76,927
Оборотные активы	15,816	17,143	23,073
ПАССИВ	100	100	100
Капитал и резервы	40,459	37,064	20,200
Долгосрочные обязательства	37,106	29,382	32,695
Краткосрочные обязательства	22,435	33,554	47,105

Таблица 3. Горизонтальный анализ отчета о финансовых результатах

Показатель, тыс. руб.	Абсолютные	%	Абсолютные	%
	2014		2015	
Выручка	(2 638 313)	(7,32)	5983825,00	17,90
Себестоимость продаж	2 434 277	14,26	106577,00	0,55
Валовая прибыль (убыток)	(5 072 590)	(26,71)	5877248,00	42,23
Коммерческие расходы	(11 786)	(0,50)	(163053,00)	(6,95)
Управленческие расходы	(171 616)	(6,81)	48652,00	2,07
Прибыль (убыток) от продаж	(4 889 188)	(34,65)	5991649,00	64,97
Доходы от участия в других организациях	(222 847)	(27,87)	(418609,00)	(72,57)
Проценты к получению	(251 897)	(20,65)	(108893,00)	(11,25)
Проценты к уплате	75 040	2,48	147340,00	4,75
Прочие доходы	4 145 161	177,95	(1136724,00)	(17,56)
Прочие расходы	12 951 978	295,00	10263268,00	59,18
Прибыль (убыток) до налогообложения	(14 245 789)	(128,99)	(6083185,00)	190,00
Текущий налог на прибыль	(683 456)	(30,17)	(1582128,00)	(100,00)
в т.ч. Постоянные налоговые обязательства / активы	(73 466)	(26,12)	299080,00	143,91
Изменение отложенных налоговых обязательств	1 723 313	807,66	(1202073,00)	(62,07)
Изменение отложенных налоговых активов	(67 999)	(609,04)	672282,00	(1182,89)
Прочее	0	0,00	461,00	461,00
Чистая прибыль (убыток)	(11 457 945)	(133,95)	(5031309,00)	(173,26)

наиболее весомой в общей структуре пассива. Это могло быть вызвано тем, что за данный период компания пересмотрела свою структуру капитала и стала функционировать с уменьшенным собственным капиталом и увеличенным заемным.

Горизонтальный анализ [2] проведем на примере данных отчета о финансовых результатах компании [5] ОАО «Акрон».

Как видно из таблицы 3, за период исследования показатели выручки в 2014 году уменьшились на 7%, что могло быть вызвано общим спадом экономики в 2013 году и девальвацией рубля, однако в 2015 году наблюдается повышение этого показателя на 17% на фоне повышения спроса на минеральные удобрения и увеличения рынков сбыта.

Рассматривая динамику коммерческих и управленческих расходов, следует отметить, что в плане коммерческих расходов наблюдается тенденция к снижению, в то время как по данным 2015 года управленческие расходы возросли на 2,07%, что связано с увеличением расходов на амортизацию основных средств и оплату дополнительных услуг, в том числе аудиторских. На фоне увеличения валовой прибыли и незначительного изменения коммерческих и управленческих расходов величина показателя прибыли от продаж в 2015 году выросла на 65%.

За рассматриваемый период показатель прибыли до налогообложения снижается более чем на 100%, ввиду чего по итогам 2014 и 2015 годов компания имеет убыток

до налогообложения. Это связано с тем, что статьи «Проценты к получению», «Проценты к уплате» снижаются на 20,65 и 11,25% соответственно. Также на прибыль до налогообложения влияет тот факт, что в 2014 и 2015 годах в несколько раз увеличивается величина статьи «Прочие расходы». В связи с отрицательными показателями деятельности размер налога на прибыль снижается в 2014 году на 30%, а в 2015 — вообще отсутствует. За период с 2013 по 2015 год наблюдается тенденция к значительному снижению чистой прибыли на 133,9% в 2014 и 173,3% в 2015 году.

В заключение можно сделать вывод о том, что ОАО «Акрон» является быстро развивающейся компанией на рынке сложных минеральных удобрений, имеет свою бизнес-модель, сочетающую в себе как добычу и обработку сырья, так и логистику и дистрибуцию, что помогает ей расширять рынки сбыта по всему миру. За рассматриваемый период акции компании имели большой скачок в цене, что говорит о готовности инвесторов развивать данную отрасль, в том числе путем вложения инвестиций в ОАО «Акрон».

Поскольку вертикальный и горизонтальный анализ данных отчетности часто применяются в качестве процедур при проведении аудита, то и экономическая экспертиза как направление экспертной деятельности может успешно применяться в процессе экспертного исследования аналитические процедуры, используемые при аудите достоверности финансовой отчетности.

Литература:

1. Булыга Р.П. Аудит / Р.П. Булыга — М.: Юнити-Дана, 2010—324 с.

2. Бабушкина В.А. Анализ финансовых показателей и коэффициентов / В.А. Бабушкина // Аудит и финансовый анализ. — 2012. — № 4. С. 46–54.
3. Кеворкова Ж.А. Концептуальные положения экономической экспертизы в современных условиях функционирования экономических субъектов /Ж. А. Кеворкова// Экономика и управление: проблемы, решения. — 2014. — № 3(27).С.243–247
4. Кеворкова Ж.А. Предмет экспертного исследования как критерий её разграничения экономической экспертизы по видам /Ж. А. Кеворкова// РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция 2014. № 2. С. 187–191.
5. Официальный сайт компании ОАО «Акрон» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://acron.ru>. (Дата обращения 16.02.2017)
6. IAASB-Handbook-Vol.1 — Russian //International Federation of Accountants, 529 Fifth Avenue, New York, New York 10017 USA.

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 12 (146) / 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 5.04.2017. Тираж 500 экз.

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