

ISSN 2072-0297



МОЛОДОЙ[®] УЧЁНЫЙ

международный научный журнал



14
2017
Часть V

16+

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 14 (148) / 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 Бекмуратович, кандидат педагогических наук, заместитель директора (Узбекистан)

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

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

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

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

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

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

Лю Цзюань, доктор филологических наук, профессор (Китай)

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Хоссейни Амир, доктор филологических наук (Иран)

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

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Галина Анатольевна

Ответственные редакторы: Осянина Екатерина Игоревна, Вейса Людмила Николаевна

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

Верстка: Бурьянов Павел Яковлевич, Голубцов Максим Владимирович, Майер Ольга Вячеславовна

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

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

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

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 26.04.2017. 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 изображена известная писательница-романист, философ, лауреат Букеровской премии *Джин Айрис Мёрдок* (1919–1999).

Родилась Джин Айрис в Дублине в семье фермера. В 1920 году семья переехала в Лондон, где юная Айрис окончила Фребелевскую показательную школу. Затем Мёрдок продолжила образование в бристольской «Бадминтон-скул», а после ее окончания поступила в оксфордский колледж Соммервилль. В Оксфорде Айрис изучала древнюю историю, языки и литературу и философию.

Первый литературный труд Мёрдок — философский роман о Жан-Поле Сартре «Сартр: Романтический рационалист» — был опубликован в 1953 году. Сразу вслед за ним в 1954 году вышел в свет роман «Под сетью», который стал самым известным и знаменательным среди всех трудов Джин Айрис Мёрдок. Роман вошел в «Сотню непревзойденных романов» по версии журнала Time.

В 1987 году писательница была награждена орденом Британской империи и получила право на титул «Дама-Командор».

Основной мотив романов Мёрдок — это иллюзорность власти людей над своими жизнями и судьбами. Герои ее произведений стремятся доказать окружающим и себе самим реальность своего бытия, своих чувств и право на свое собственное мировосприятие.

В 1995 году, страдая от прогрессирующей болезни Альцгеймера, Джин Айрис Мёрдок написала свой последний роман «Дилемма Джексона».

В феврале 1999 года писательница скончалась в Оксфорде в доме престарелых.

Джин Айрис Мёрдок по праву признана классиком современной литературы и одной из лучших писательниц-романистов прошлого века.

Людмила Вейса, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Новиков И. В., Уткина В. А.**
Открытие малого бизнеса в Китае397
- Новиков С. В.**
Экономическая природа оборотного капитала
и его роль в деятельности девелоперских
компаний 399
- Ноур М. В., Сегаев И. Н.**
Анализ рынка жилой недвижимости
г. Пензы 406
- Олесик Т. А., Терновская А. Д.**
Экономический рост Индии 409
- Пардаева З. А., Норматова Г. Х.,
Абдуллаева Ш. Э.**
Совершенствование налоговой политики
в республике Узбекистан..... 411
- Плужникова А. А.**
Внутренний аудит в условиях реорганизации
экономического субъекта413
- Попов А. Б.**
Проблемы и перспективы создания МФЦ
в России 416
- Ребрикова Н. В., Колесникова О. В.**
Исследование рынка образовательных услуг:
краткий обзор.....417
- Репина О. В.**
Инновации как ключевой фактор экономического
роста в условиях модернизации экономики
Узбекистана 420
- Савенкова И. С., Сенная И. К., Суседко Е. А.,
Гарельская А. Е.**
Современный этап развития Оренбургского
отделения Центрального Банка 422
- Садовский Г. Л.**
Анализ современных тенденций цифровой
трансформации промышленности 427
- Сатторкулов О. Т., Рахматов К. У.,
Мавлянов Ф. Ш.**
Процесс финансирования инновационной
деятельности 430
- Сатторкулов О. Т., Рахматов К. У.,
Мавлянов Ф. Ш.**
Знания как фактор экономического
развития 432
- Сатторкулов О. Т., Рахматов К. У.**
Эффективное использование земельных
ресурсов в условиях модернизации
экономики 434
- Сатторкулов О. Т., Рахматов К. У.**
Рынок инноваций и его структура 435
- Сатторкулов О. Т., Тошбоев Б. Б.**
Основные направления государственной
инновационной политики
и механизм ее реализации437
- Сафуанова Л. Ф., Тасмуханова А. Е.**
Стратегические и нестратегические барьеры
взаимодействия малого и среднего
предпринимательства с крупным бизнесом
в нефтегазовой отрасли 439
- Сидельникова И. И.**
Санкции как стимулирующий механизм
предпринимательской деятельности 442
- Слюсаренко В. К., Дмитриевская В. А.**
Руководство инновационным предприятием
в условиях современной экономики..... 445
- Соболь М. С., Быкова А. В.**
Исследование динамики производства
добавленной стоимости в международной
экономике.....447
- Батаев А. В.**
Перспективы развития АО «Национальная
система платёжных карт» в России 450
- Стельмах И. А., Сверчкова О. Ф.**
МСФО и РСБУ: основные отличия и пути
сближения 453

Стукова Ю. Е., Дудник Т. А., Зайцева Т. О. Управление мотивацией и стимулирование труда и его влияние на эффективность финансовой деятельности организации 455	Царев В. Е., Вершина Д. А., Егоричев В. А. Эффективность регулирования ценовой дискриминации в Российской Федерации 472
Телелюева Л. Н., Державцев М. А. Значение статистики и её использование на транспортных предприятиях 457	Чинахова С. Е., Манаева И. И. Показатели оценки и диагностики финансовой устойчивости 475
Уткин Д. Ю. Особенности процесса организации и управления личными финансами в России на современном этапе 459	Ши С. Управление организационной культурой современных компаний в Китае 479
Учинина Т. В., Медведева А. П. Проведение маркетингового анализа рынка гостиничной недвижимости на прединвестиционной стадии реализации девелоперского проекта 461	Шуклина З. Н., Гончаров В. С. Маркетинговое управление социально-психологическим и экономическим поведением владельцев личных подсобных хозяйств 480
Файзуллина А. А., Растегаева Ф. С. Система внутреннего контроля: риск-ориентированный подход 464	Шуклина З. Н., Уткина В. А., Прошина О. С. Маркетинговое сегментирование клиентской базы с помощью применения RFM-анализа 483
Фам К. Ф., Лазарев М. П. Проблема управления рентабельностью в ОАО «Красный Октябрь» 467	Ямгурчина А. И., Растегаева Ф. С. Международное сотрудничество в области противодействия коррупции 488
Фоменко А. О. Влияние обучения персонала на рост производительности предприятия 469	Ярыгина В. С. Управление оборотными средствами предприятий 491

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Открытие малого бизнеса в Китае

Новиков Илья Викторович, студент;
Уткина Виктория Андреевна, студент
Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

Китай является лучшим местом, чтобы открыть бизнес, ведь не зря многие предприниматели и менеджеры во всем мире хотят иметь свой бизнес именно в Китае. Почти каждая успешная «компания-гигант» осуществляет часть своей деятельности на территории Китая, как Apple, Майкрософт, так и Oracle с Google. С населением более одного миллиарда человек и быстрым ростом экономики,

Китай, несомненно, является лучшим местом для размещения и открытия бизнеса. На сегодняшний день Китай находится на 4-м месте по числу численности малых предприятий, с количеством примерно в 3,5 млн предприятий (Рисунок 1), и с каждым днем количество открытых предприятий растет, что означает, что сейчас наблюдается тенденция к открытию малых предприятий в Китае.

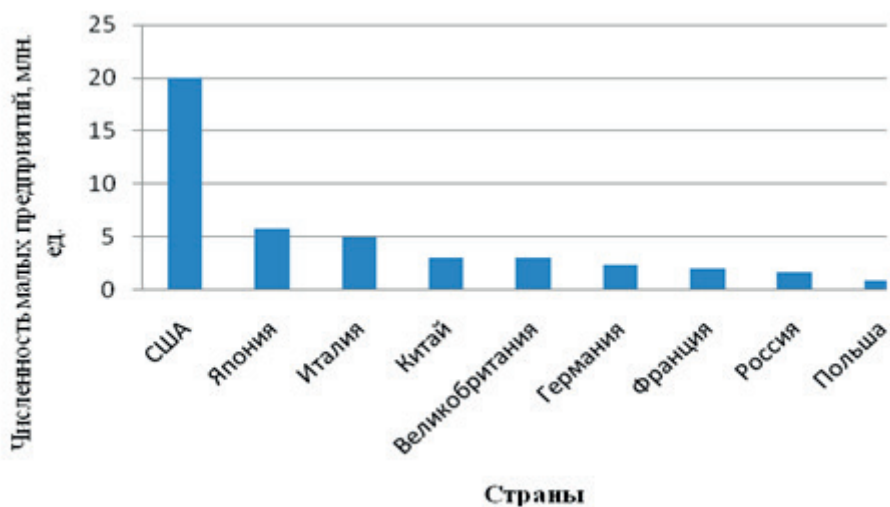


Рис. 1.

Китай является уникальной страной, которая имеет много преимуществ, которые поддерживают деловые сообщества на всех стадиях экономического роста. Китай является страной, имеющей наибольшее население в мире: население, превышающее 1,3 млрд человек на 2017 год. Китай расположен в восточной части азиатского континента, со столицей в лице города Пекина. Другими ключевыми городами в Китае являются Шанхай (крупнейший город Китая), Тяньцзинь и Чунцин, более того Китай также осуществляют надзор за Тайванем, Гонконгом и Макао. Так же, как Китай является самой густонаселенной страной мира, Китай является также третьей по величине страной в мире с точки зрения земельной площади.

Экономика Китая считается второй по величине и с самым быстрым ростом в мире, а также крупнейшим экспортером и импортером товаров во всем мире. Некоторые из преимуществ, которые вы можете получить в Китае; дешевая и надежная технология производства, дешевая и высокопроизводительная рабочая сила, плодородная земля и хорошие погодные условия.

Китайская экономика является многообразной в том смысле, что все ключевые секторы экономики действительно являются процветающими: Агро сектор, технологический сектор, нефтяной и газовые сектора, автомобильная промышленность, туристический сектор, фармацевтическая промышленность, и многое другое.

Для того, чтобы знать, как Китай занял лидирующие позиции, следует рассмотреть вопрос об изучении малого бизнеса, который пропагандируется в стране. Поэтому если бизнесмен находится в Китае или собирается туда поехать, чтобы начать свой собственный бизнес, то следует рассмотреть некоторые из наиболее перспективных возможностей для бизнеса, которые процветают в Китае:

1) Очень перспективная идея малого бизнеса в Китае связана с образованием. Внешкольные частные репетиторские услуги — это хороший и прибыльный бизнес в Китае. Помимо обычного ведения небольших классов, большинство компаний предлагают онлайн уроки, которые, конечно, удобны и доступны для большинства людей;

2) Хотя строительство экологически безопасных сооружений звучит словно для крупных компаний, тем не менее оно классифицируется в большей мере для малого бизнеса. Этот вид деятельности включает в себя строительство садовых ландшафтов, проекты в области облесения, саженцев растений, а также технологические исследования по экологии. Это не только мудрый и вполне реализуемый вид бизнеса, но и экологически благоприятный.

3) Продажа экологически безопасных продуктов питания помогает людям быть более здоровыми, нежели изготовление и продажа различных «снеков», таких как чипсы, печенье, сладкая газированная вода, что очень сильно портит здоровье людей. Поэтому продажа здорового питания — это отличный бизнес, который можно организовать в Китае.

4) Продажа различных косметических товаров по уходу за кожей. Все дело в том, что в последнее время люди по всему миру все больше и больше заботятся о своей внешности, и жители Китая не являются исключением. Поэтому продажа различных кремов/масел по уходу за кожей, особенно если данный товар является таким, которого не было ранее на рынке, имеет очень большой потенциал для успешного и прибыльного бизнеса.

5) Начать свой интернет бизнес: практически у каждого человека в Китае есть доступ к интернет сети, и что самое интересное, даже люди пожилого возраста отлично ориентируются в сети интернет. Поэтому открытие малого бизнеса, ориентированного на онлайн торговлю — отличное начинание для потенциально успешного бизнеса.

Для того чтобы организовать бизнес в Китае, обязательно необходимо понимать китайскую культуру, потому что только зная культуру Китая можно найти своих потребителей. Зная ценности жителей Китая, у вас будет очень много шансов добиться успеха в бизнесе. Китай, как и любая другая страна, имеет свои собственные общественные нормы и свою религию, и хотя данные два фактора могут быть ни капли не важны ни для вас, ни для других национальностей, но они невероятно важны в повседневной жизни жителей Китая, пренебрегая которыми, они просто могут «сломать» ваш бизнес.

Однако открытие бизнеса в Китае имеет ряд сложностей, если говорить именно о открытии бизнеса в Китае иностранцу. Гражданин другой страны никаким образом не может сам открыть свой легальный бизнес, поэтому ему предоставляется несколько способов:

1. Получить гражданство Китая. Вероятно, это самый трудный и мало вероятный способ, поскольку, судя по практике, для того, чтобы получить гражданство в Китае, иностранный гражданин должен как минимум 10 лет легально находиться и жить в Китае. Либо, данный человек должен был быть рожден на территории Китая, хотя таких людей единицы;

2. Заплатить налог Китаю. Приблизительная цена не указана ни на одном из государственных источников Китая. Данный налог высчитывается индивидуально исходя из направления вашего бизнеса, и, как правило, он не бывает менее чем 100 000 Китайской дон. единицы (приблизительно 16 500 американских долларов США);

3. Самый распространенный: иностранный гражданин заключает договор с жителем Китая, о том, что Китайский гражданин открывает и является собственником бизнеса, но иностранный гражданин управляет бизнесом, а также забирает 90 процентов чистой прибыли, ну и также несет все расходы для открытия бизнеса. Данный вид очень рискован, но зато это можно сказать «единственный способ», чтобы открыть свой бизнес в Китае.

Подытожив все вышесказанное, можно сделать вывод, что в случае открытия бизнеса в Китае, и «угадать» все желания потребителя, то можно получить невероятный успех и прибыль, однако уже сам процесс открытия очень проблематичен.

Литература:

1. Гельбрас В.Г. Экономика китайской народной республики // важнейшие этапы развития, 1949–2007: курс лекций / В. Г. Гельбрас; Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Ин-т стран Азии и Африки. Москва, 2007.
2. Гаськова В.В. Сравнительный анализ переходных экономик России и Китая // В сборнике: научные аспекты современных исследований Сборник статей международной научно-практической конференции. С. 93–97.
3. Мухина, А.Ю. Международная экономическая миграция / А.Ю. Мухина. — Москва: Издательство Лаборатория книги, 2011. — 143 с.
4. Иванов, Г.С. Влияние внешней трудовой миграции на структуру социально-трудовых отношений в Российской Федерации: монография.

Экономическая природа оборотного капитала и его роль в деятельности девелоперских компаний

Новиков Станислав Вячеславович, магистрант

Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет

Эффективное управление оборотным капиталом является одним из наиболее важных аспектов финансовой политики предприятия, поскольку оборотный капитал выполняет функции обеспечения непрерывности процессов снабжения, производства и сбыта, а также играет важную роль в обеспечении рыночной устойчивости и экономической безопасности предприятия. Решения по управлению оборотным капиталом существенно влияют на ликвидность и рентабельность активов, эффективность и конкурентоспособность предприятия.

В статье на основе обзора различных научных подходов исследована экономическая природа оборотного капитала и раскрыты особенности управления оборотным капиталом в девелоперской деятельности. Для девелоперских компаний актуальность проблем управления оборотным капиталом связана с отраслевыми особенностями, заключающимися в проектном характере девелоперской деятельности, необходимости разграничения этапов жизненного цикла девелоперских проектов, неоднородности механизма финансирования и финансово-эксплуатационных потребностей компании на различных этапах реализации проектов. Формирование и использование оборотного капитала в девелоперской деятельности тесно и неразрывно связано с управлением инвестиционными ресурсами и источниками финансирования текущей деятельности.

Ключевые слова: оборотный капитал, кругооборот капитала, авансированная стоимость, девелоперская деятельность, финансово-эксплуатационные потребности, текущие активы, чистый оборотный капитал

Оборотный капитал является частью производительного капитала, использование которого как фактора производства обеспечивает получение прибыли и возращение стоимости для его владельца. Сущность оборотного капитала состоит в том, что он потребляется в течение одного операционного цикла, его стоимость полностью переносится на произведенный продукт и возвращается с приращением в денежной форме после реализации продукта [1, с. 78].

В экономической науке не выработано единого, универсального подхода к определению оборотного капитала. Введение в научный оборот этой категории связывают с известной работой А. Смита «Исследование о природе и причинах богатства народов», в которой он функционально разделит используемый в производстве капитал на основной и оборотный, исходя особенностей кругооборота и мобильности различных частей совокупного функционирующего капитала. А. Смит определил, что «капитал может быть употреблен двумя различными способами, чтобы доставить доход или прибыль своему обладателю. Если вложения в основной капитал (покупка земли, машин и инструментов) приносят доход без перехода от одного владельца к другому и без дальнейшего обращения, то оборотный капитал приносит доход только путем обращения и последовательного обмена, он уходит от обладателя в одной форме, а возвращается в другой. Оборотный капитал может быть употреблен на производство, переработку или покупку товаров с целью их перепродажи с прибылью» [2, с. 308].

В дальнейшем этот подход был развит Д. Рикардо, предложившим разграничивать основной и оборотный капитал не только в связи с особенностями кругооборота, но и в зависимости от долговечности капитала. Д. Рикардо утверждал, что различие между основным и оборотным капиталом целиком определяется сроком службы, что сводит всю проблему

к различным временным периодам, в течение которых оборотный капитал может быть занят в производственном процессе [3, с. 420]. Однако, в отличие от А. Смита, Д. Рикардо считал, что оборотный капитал воплощен, главным образом, в затратах на рабочую силу [4, с. 19].

Особая роль в исследовании природы оборотного капитала принадлежит К. Марксу, который исследовал механизм движения капитала и его составляющих в производственном процессе. К. Маркс рассматривал оборотный капитал как часть производительного капитала, выраженную в стоимости, авансированной на приобретение средств труда и рабочей силы, и способной создавать прибавочную стоимость: «чтобы процесс производства шел без перерывов, оборотный капитал посредством продажи продукта должен постоянно возмещаться» [5, с. 189]. То есть К. Маркс определил взаимосвязь между мобильностью оборотного капитала и его способностью к приращению стоимости. Особенность теории капитала К. Маркса также заключается в том, что он разделил понятия производительного капитала и капитала обращения: оборотный капитал воплощен в стоимости предметов труда как части постоянного капитала, не относимого к основному (сырье, материалы, топливо, незавершенное производство) и переменного капитала, затрачиваемого на покупку рабочей силы. При этом постоянный капитал имеет свойство самовозрастания за счет получения прибавочной стоимости, а переменный воспроизводится в прежнем объеме, не создавая новой стоимости.

В основе классических научных подходов к пониманию природы оборотного капитала лежит понятие кругооборота капитала. Обеспечивая непрерывность процесса производства, оборотный капитал находится в постоянном движении, в процессе которого он последовательно принимает различные формы стоимости: денежная — товарная — производительная — товарная — денежная (рис. 1).

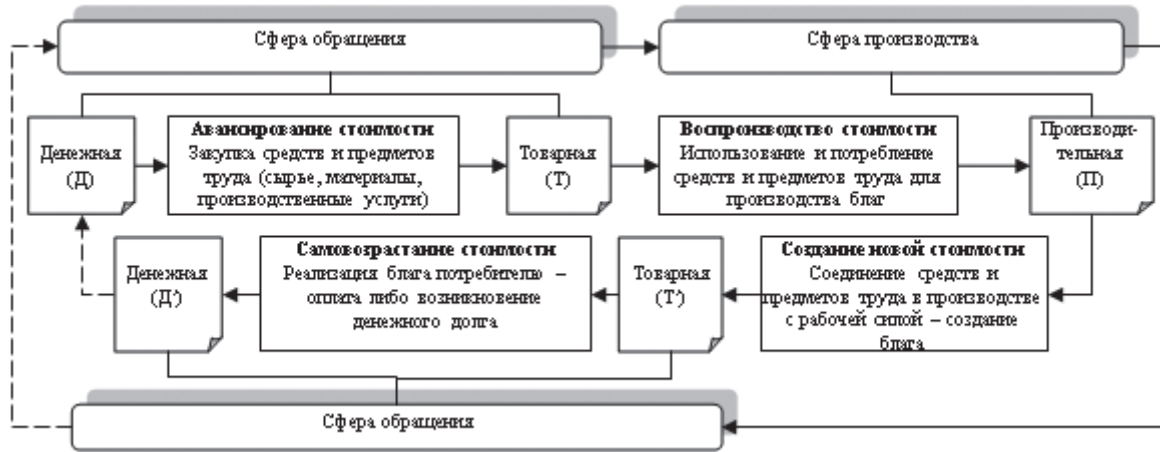


Рис. 1. Кругооборот оборотного капитала в процессе расширенного воспроизводства (составлено автором)

Кругооборот оборотного капитала (Д — Т) начинается с авансирования стоимости в денежной форме на приобретение сырья, материалов, предметов производства, в результате чего денежные средства принимают форму производственных запасов, отражая момент перехода из сферы обращения в сферу производства. Стоимость при этом не расходуется, а авансируется, изменяя свою денежную форму на материально-вещественную в соответствии с производственными потребностями. Завершение первой стадии прерывает товарное обращение, но не завершает кругооборот стоимости оборотного капитала.

Вторая стадия кругооборота (Т — П — Т') совершается в процессе производства и означает потребление средств и предметов труда в процессе создания нового продукта или услуги при соединении с рабочей силой. Произведенное экономическое благо, в свою очередь, несет в себе перенесенную из сферы обращения вновь созданную стоимость. То есть авансированная стоимость в очередной раз меняет свою форму — из производительной (П) она переходит в видоизмененную товарную форму (Т'). По своему материально-вещественному воплощению в сфере производства оборотный капитал принимает форму затрат незавершенного производства, полуфабрикатов, а затем — запасов готовой продукции.

Следующая стадия кругооборота (Т' — Д') заключается в том, что готовое к реализации произведенное благо (продукт, услуга) реализуется потребителям. В результате реализации вложенный в производство оборотный капитал полностью возмещается из полученной денежной выручки либо путем возникновения денежного долга. Тем самым оборотный капитал на данной стадии вновь переходит из сферы производства в сферу обращения, меняя свою товарную форму (Т') на денежную (Д') и возобновляя прерванное на стадии производства товарное обращение. Вновь созданная стоимость в денежной форме (Д') должна не только возмещать авансированную стоимость (Д), но и создавать новую стоимость, которая затем (на следующем производственном цикле) задает основу очередного цикла кругооборота. В этой связи экономическая сущность

кругооборота оборотного капитала заключается в достижении условия (Д' > Д), которое предопределяет саму возможность расширенного воспроизводства [6, с. 232].

Таким образом, экономическая сущность оборотного капитала определяется его последовательным участием в сфере производства и в сфере обращения — т. е. кругооборотом, в процессе которого оборотный капитал получает воплощение в форме предметов труда, товарных запасов и свободных денежных средств, а формой движения капитала выступают издержки производства и обращения, средства в расчетах.

Способность части капитала к циклическому обращению легла в основу его трактовки как учетно-финансовой категории, которая представляет оборотный капитал термином «оборотные (текущие) активы», выражающим совокупность имущественных ценностей, обслуживающих текущую (операционную) деятельность предприятия. С позиции бухгалтерского учета, оборотными активами считаются такие активы, которые могут быть трансформированы в денежные средства в течение одного финансового года либо одного производственного цикла [7, с. 354, 8]. При этом бухгалтерский подход отражает стоимостную оценку всей совокупности оборотных активов, находящихся одновременно на всех стадиях процесса производства и обращения в денежной, производительной и материально-вещественной формах, через балансовую оценку различных элементов оборотных активов, не раскрывая функциональную сторону оборотного капитала.

Следует заметить, что бухгалтерский подход применяется многими современными учеными в исследовании сущности оборотного капитала. Так, И. А. Бланк [10, с. 154], Э. Дж. Долан [11, с. 461], В. В. Ковалев [12, с. 256] и др. считают, что оборотный капитал представлен совокупностью имущественных ценностей — активами предприятия, участвующими в обслуживании текущей деятельности, видоизменяющими свою форму, полностью потребляемыми и возобновляемыми с определенной регулярностью.

Однако, такой подход не делает различий между понятиями «оборотные средства», «оборотные активы»

и «оборотный капитал». По мнению автора, в понятие «капитал» вкладывается более глубокое содержание, которое призвано отражать не только циклический механизм движения ресурсов в сфере производства и обращения, но и механизм формирования этих ресурсов и их направления в текущий операционный процесс. В этой связи следует выделить подход, отражающий единство фондов обращения и производственных фондов текущего потребления, выраженных в денежной форме. Такое мнение, например, выражает А. А. Володин, определяя оборотный капитал как «фонд денежных средств и сформированные за его счет оборотные активы предприятия, предназначенные для обеспечения планомерного, непрерывного и расширенного производства и обращения, и направляемый, с одной стороны, в сферу производства и сферу обращения, а с другой стороны — в материальные и нематериальные оборотные активы» [13, с. 93]. По определению Т. П. Николаевой, оборотный капитал — это «авансированная в денежной форме стоимость для образования и использования оборотных производственных фондов и фондов обращения в минимально необходимых размерах, обеспечивающих непрерывность процесса производства, своевременность осуществления расчетов» [9, с. 129]. Данный подход справедливо отражает сущность оборотного капитала как стоимостной категории в процессах ее формирования и направлениях использования, основываясь на важном принципе авансирования стоимости для целей ее приращения. Имея денежную природу, оборотный капитал не потребляется и не расходуется в первоначальной форме — его стоимость авансируется в различные виды материальных ценностей и направляется на осуществление текущих затрат, необходимых для создания условий производства и реализации продуктов и услуг. Сутью авансирования стоимости в процессе формирования оборотного капитала является использование определенного объема денежных средств, которые изменяют свое материальное воплощение в процессе производственного цикла и возвращаются к исходной форме в виде выручки от реализации. В данном подходе подчеркивается не только денежная природа и мобильность оборотного капитала, но и возобновляемость его стоимости, которая авансируется, возвращаясь после каждого цикла кругооборота в денежную форму, создавая новую, добавленную стоимость.

В экономической литературе также широко представлен подход к определению оборотного капитала, основанный на разделении направлений авансирования средств. Так, по определению Т. В. Крамаренко, под оборотным капиталом понимается «совокупность денежных средств, вложенных в оборотные производственные фонды и фонды обращения с целью обеспечить непрерывность процесса производства и реализации продукции, что формирует средства предприятия в обороте» [14, с. 73]. Аналогичное мнение представлено в работах Н. В. Колчиной, М. Г. Лапусты и др., которые указывают на необходимость разделения по-

нятий «оборотный капитал» и «оборотные фонды». Указанные авторы под оборотным капиталом понимают «совокупность вложений в одну из составных частей имущества предприятия, а именно — в средства, обеспечивающие непрерывное функционирование производственно-коммерческого цикла», а под оборотными фондами — «постоянно находящуюся в движении совокупность производственных оборотных фондов и фондов обращения в денежном выражении, предназначенных для обеспечения бесперебойного процесса производства продукции и ее реализации» [15, с. 282; 16, с. 228].

Таким образом, направления авансирования средств оборотного капитала раскрываются двумя основными категориями:

- 1) оборотные производственные фонды — средства, находящиеся в сфере производства в материально-вещественной форме, и полностью переносящие свою стоимость на вновь созданный продукт в течение одного производственного цикла;
- 2) фонды обращения — средства, функционирующие на стадии обращения как в форме движения капитала (денежных средств, средств в расчетах), так и в материально-вещественной форме (запасах готовой продукции, товарных запасах и т. д.). Основной характеристикой фондов обращения является то, что они не участвуют в образовании новой стоимости, а лишь опосредуют ее возмещение, поскольку они являются носителями уже созданной производственными оборотными фондами стоимости. Фонды обращения обеспечивают непрерывность процесса обращения на предприятии посредством возмещения потребленных производственных фондов из выручки, что создает экономическую основу для соединения производственных фондов и фондов обращения в единой категории оборотного капитала (рис. 2).

Важным элементом экономической природы оборотного капитала является выявление связи оборотных активов с источниками их формирования. Именно во взаимосвязи и взаимообусловленности источников формирования оборотных средств и направлений их авансирования в сферу производства и обращения раскрывается природа оборотного капитала, отличная от более узкого понимания оборотных активов. Так, первоначальное формирование оборотного капитала происходит в момент создания предприятия и образования его уставного (акционерного) капитала. В дальнейшем источниками прироста оборотного капитала становится чистая прибыль, а также устойчивые пассивы, которые в совокупности образуют категорию собственного (чистого) оборотного капитала, обеспечивая финансовую устойчивость и оперативную самостоятельность предприятия [17, № 1—1]. Общая схема взаимосвязи между оборотным капиталом и источниками его формирования в балансовой увязке представлена на рис. 3.

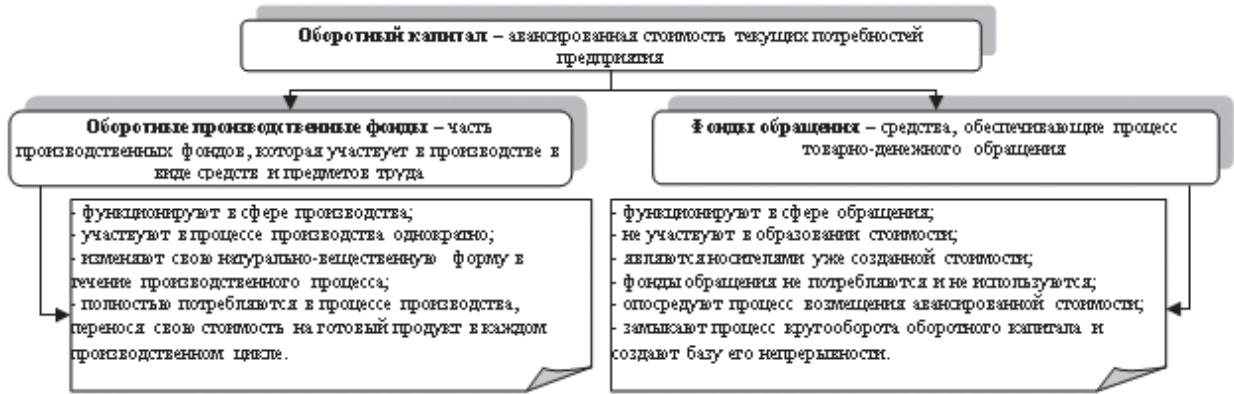


Рис. 2. Характеристики направлений авансирования стоимости оборотного капитала (составлено автором)

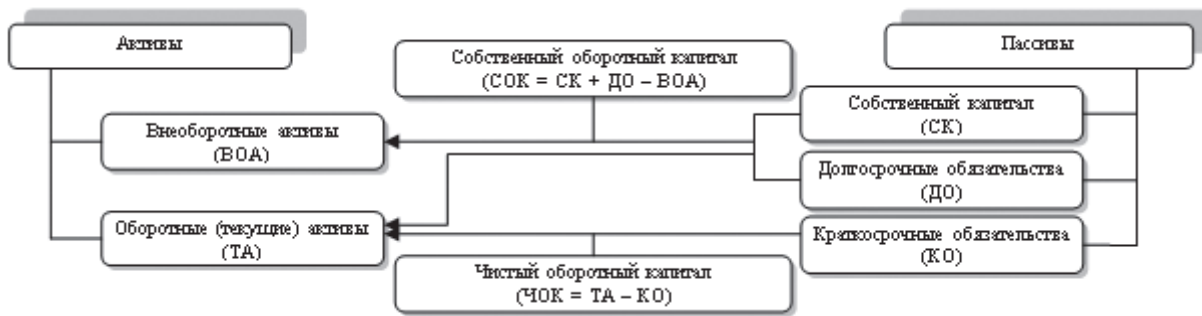


Рис. 3. Источники формирования оборотного капитала в балансовом представлении (составлено автором)

Логика представленной схемы показывает, что под чистым оборотным капиталом понимается та часть оборотных активов компании, которая сформирована за счет собственных средств и долгосрочных обязательств. Тот факт, что оборотный капитал финансируется из собственных источников и постоянных пассивов свидетельствует о финансовой независимости предприятия от текущих обязательств, а, следовательно, и о его текущей платежеспособности.

Особенности функционирования оборотного капитала в девелоперских компаниях связаны со спецификой инвестиционно-строительного бизнеса в целом и девелоперской деятельности как его частной формы. Эти особенности выражаются в том, что девелоперская деятельность напрямую связана не только со всеми основными фазами расширенного воспроизводства — производством, обращением и потреблением, но и с инвестиционным механизмом.

С целью выяснения роли оборотного капитала в деятельности компаний, ведущих девелоперскую деятельность, представляется необходимым дать ее сущностное определение. Так, С. Н. Максимов понимает под девелоперским бизнесом «предпринимательскую инвестиционно-строительную деятельность, связанную с созданием объекта недвижимости, реконструкцией или изменением этого объекта или земельного участка, приводящую к увеличению их стоимости» [18, с. 11].

В результате девелоперской деятельности создается качественно новый объект с большей стоимостью по сравнению с первоначальной, а процесс ее создания формирует полный инвестиционно-строительный цикл со следующими

этапами: выкуп земельного участка; проектирование; получение разрешительных документов на строительство; заключение договора с застройщиками, подрядчиками; поиск риэлторов, брокеров для продажи или сдачи в аренду готовых объектов недвижимости с целью получения прибыли или регулярных доходов от эксплуатации объектов. Для каждого этапа инвестиционного проекта по созданию объекта недвижимости характерны неоднородные финансово-эксплуатационные потребности и особые условия финансирования (табл. 1).

В девелоперском бизнесе возможны два основных варианта реализации проектов: продажа объекта целиком как имущественного комплекса по окончании строительства либо ввод объекта в эксплуатацию и его сдача в аренду с сохранением прав собственности девелопера на объект и обязанностей по содержанию и управлению объектом. Различия в форме реализации проектов формируют и особые условия функционирования оборотного капитала.

Так, при любом варианте реализации проектов, предынвестиционный этап предшествует основному объему инвестиций в проект, и текущие затраты, понесенные девелопером на этом этапе, будут капитализироваться, но эти затраты смогут быть отнесены на стоимость объекта только в будущем — после начала эксплуатационного этапа. Но с началом эксплуатационного этапа формируются принципиально разные условия для формирования и использования оборотного капитала, поскольку выручка от продаж по проекту может формироваться двумя формами: арендными поступлениями либо доходом от реал-

лизации объекта недвижимости. Если в первом варианте выручка носит регулярный характер, то во втором варианте — единовременный. Кроме того, доходы по проекту формируются только на последнем — эксплуатационном этапе, в то время как текущие потребности в оборотных средствах возникают еще на подготовительном этапе и сохраняются в течение всего жизненного цикла проекта. В этой связи Н. А. Романова отмечает, что характер

управления оборотным капиталом девелоперских компаний во многом определен такой специфической особенностью их финансового механизма как «долгосрочность реализуемых проектов со сроками окупаемости от 3-х до 5-ти и более лет, что обуславливает отрицательные результаты деятельности в рамках одного проекта в течение длительного времени в ожидании положительного потока от проекта» [19, с. 69].

Таблица 1. Финансово-эксплуатационные потребности и условия финансирования инвестиционных проектов по созданию объектов недвижимости на различных этапах их реализации (составлено автором)

Этапы проекта	Работы, проводимые на этапе	Финансово-эксплуатационные потребности девелопера	Условия финансирования
Подготовительный этап (предынвестиционной)	Разработка концепции проекта (анализ рынка, оценка потребностей, предварительные технико-экономические расчеты)	Текущие расходы: оплата труда, социальное страхование, накладные расходы, затраты на исследования, текущие платежи (коммунальные, эксплуатационные, финансовые обязательства)	Собственные средства девелопера; Кредиторская задолженность; Краткосрочный заемный капитал
	Выбор земельного участка, приобретение земельных прав (в собственность или долгосрочную аренду)	Текущие расходы (см. п. 1) Инвестиции на приобретение участка	Собственные средства (фонды инвестиций). Привлечение инвестора (прямые, финансовые инвестиции, проектное финансирование, средства венчурных фондов и т. д.).
	Подготовка земельного участка для использования в проекте (межевание; определение или изменение категории, вида разрешенного использования; организация геологических, геодезических, экологических изысканий)	Текущие расходы (см. п. 1) Оплата услуг подрядных организаций по смете Текущие платежи и выплаты процентов по заемному капиталу	Собственные средства девелопера; Кредиторская задолженность; Краткосрочный заемный капитал; Частично-инвестиционные ресурсы
	Получение необходимых разрешений и согласований (разрешительная документация, технические условия на коммуникации, согласование обременений и т. д.)	Текущие расходы (см. п. 1) Текущие платежи и выплаты процентов по заемному капиталу	Собственные средства девелопера; Кредиторская задолженность; Краткосрочный заемный капитал
	Разработка технико-экономического обоснования и бизнес-плана проекта		
Инвестиционный этап	Проектирование (генеральный план, проектно-сметная документация, проект инженерных сетей)	Текущие расходы девелопера Оплата услуг проектных, инженерных компаний Текущие платежи и выплаты процентов по заемному капиталу	Долгосрочные и краткосрочные заемные средства Кредиторская задолженность
	Строительство (выбор генерального подрядчика, координация ведения СМР)	Текущие расходы девелопера Платежи генеральному подрядчику согласно смете	Средства инвесторов Обеспечительные платежи будущих собственников или арендаторов
	Сдача объекта и ввод его в эксплуатацию (получение необходимых согласований)	Текущие платежи и выплаты процентов по заемному капиталу	

Этапы проекта	Работы, проводимые на этапе	Финансово-эксплуатационные потребности девелопера	Условия финансирования
Эксплуатационный этап	Продажа объекта	Расчеты с инвесторами и проектными кредиторами по распределению дохода	Получение дохода от продажи. Приращение собственного капитала после возмещения расходов инвестора.
	Эксплуатация объекта (сдача объекта или помещений в аренду, содержание и управление объектом)	Текущие расходы девелопера Материальные расходы на содержание объекта Расходы на управление объектом Охрана объекта и т. д.	Прибыль (собственные средства) Реинвестирование прибыли Рефинансирование заемных средств

Особенность оборотного капитала предприятий девелоперского бизнеса также состоит в том, что не все оборотные средства изменяют свою натурально-вещественную форму, переходя из сферы обращения в сферу производства, а только их часть. Это обусловлено тем, что непосредственное использование материальных оборотных фондов в девелоперской компании невелико, а материально-техническое снабжение процессов земельных и строительных работ перенаправлено на другой субъект проектных взаимоотношений — подрядчика [20, с. 30–39]. То есть в данном процессе производственные оборотные фонды не потребляются девелоперской компанией в собственном производственном процессе, но, тем не менее, в итоге они создают новую стоимость объекта, которая переносится в сферу обращения при завершении проекта и сдаче объекта в эксплуатацию.

Таким образом, экономическая сущность оборотного капитала в девелоперском бизнесе определяется необходимостью обеспечения всего воспроизводственного процесса, в котором сферы обращения и производства тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены.

О. А. Хвостенко и В. В. Жукова также выделяют специфические особенности объема и структуры оборотного капитала девелоперских компаний, указывая на то, что: «доля оборотного капитала девелоперской компании в ее совокупных активах, как правило, ниже доли внеоборотных активов и существенно меньше, чем у компаний с иными видами деятельности; в структуре оборотного капитала более существенная роль отведена фондам обращения — дебиторской задолженности и денежных средств» [21, с. 69–71]. Также следует отметить, что в силу поэтапной реализации проектов с predetermined направлением инвестиционных ресурсов на формирование оборотного капитала у девелоперских компаний в течение достаточно длительного периода в составе оборотных средств могут находиться свободные денежные средства, которые могут направляться в доходные активы (краткосрочные финансовые вложения) [22, с. 121–131].

Потребности в оборотном капитале по каждому проекту определяются в инвестиционно-финансовом плане, и управление оборотными фондами в рамках одного проекта осуществляется на основе этого плана на каждом этапе

реализации. Однако, компания, имеющая портфель проектов, осуществляет также текущую деятельность, границы которой не определены тем или иным проектом. Поэтому в девелоперской компании эффективное управление оборотным капиталом требует достижения баланса между потребностями отдельных проектов и результатами деятельности компании как хозяйствующего субъекта, что требует формирования такой структуры оборотного капитала, при которой компания способна обеспечивать работы по каждому реализуемому проекту, отвечать по всем своим обязательствам, поддерживать платежеспособность, избегать потери ликвидности.

Таким образом, роль оборотного капитала в деятельности девелоперских компаний обусловлена как его общей экономической природой, так и специфическими условиями девелоперского бизнеса.

Экономическая природа оборотного капитала раскрывается такими свойствами как:

- авансирование стоимости в текущие финансово-эксплуатационные потребности предприятия;
- движение капитала по различным этапам производственно-финансового цикла с последовательным изменением форм воплощения капитала — из денежной в материально-вещественную и обратно;
- самовозрастание авансированной стоимости после завершения каждого цикла кругооборота за счет создания добавленной стоимости в произведенном продукте;
- функциональное различие производственных фондов и фондов обращения и одновременно — их единство, обеспечивающее функционирование оборотного капитала как фактора производства;
- взаимосвязь источников формирования оборотного капитала и направлений авансирования его стоимости в оборотные активы, определяющая организацию финансирования текущих финансово-эксплуатационных потребностей предприятия и его финансовую устойчивость.

Специфические условия функционирования оборотного капитала в девелоперской деятельности определены ее отраслевыми особенностями:

- проектным характером деятельности, формирующим для каждого этапа проекта различные потреб-

- ности в оборотном капитале, которые обеспечиваются различными источниками его формирования;
- участием средств оборотного капитала не только в обеспечении текущих финансово-эксплуатационных потребностей, но и инвестиционных потребностей в рамках реализации проектов на предприятии;
- неоднородностью процессов кругооборота капитала по длительности и переходу из одной формы в другую на определенных этапах реализации проектов;
- значительными различиями в составе и структуре элементов оборотного капитала при различных формах реализации проектов на выходе в эксплуатационную фазу;
- необходимость управления оборотным капиталом на каждом этапе отдельных проектов, в рамках управления портфелем проектов, а также в целях обеспечения текущей деятельности, границы которой не определены проектной деятельностью.

Литература:

1. Вечканов Г. С. Экономическая теория. Учебник для ВУЗов. — Стандарт третьего поколения. — 4-е изд. — СПб.: Питер, 2017. — 512 с.
2. Адам Смит. Исследование о природе и причинах богатства народов // Великие экономисты / Пер. П. Н. Ключкина; ред. А. Н. Меркурьева. — М.: ЭКСМО, 2016. — 1056 с.
3. Давид Риккардо. Начала политической экономии и налогового обложения // Великие экономисты / Пер. П. Н. Ключкина; ред. А. Н. Меркурьева. — М.: ЭКСМО, 2016. — 1040 с.
4. Малкина М. Ю. История экономических учений. Краткий курс: Учебное пособие. — Нижний Новгород: Нижегородский государственный университет, 2016. — 67 с.
5. Карл Маркс. Капитал. Критика политической экономии. Том I. Книга 1: Процесс производства капитала. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 1200 с.
6. Бардовский В. П., Рудакова О. В., Самородова Е. М. Экономика: учебник. — М.: ИД ФОРУМ, ИНФРА-М, 2016. — 672 с.
7. Захаров И. В. Бухгалтерский учет и анализ: учебник для академического бакалавриата / И. В. Захаров, О. Н. Калачева; под ред. И. М. Дмитриевой. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 423 с.
8. Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 № 43н «Об утверждении положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» ПБУ 4/99 (ред. от 08.11.2010).
9. Николаева Т. П. Финансы предприятия: краткий курс лекций / Т. П. Николаева. — М.: Издательство Юрайт, 2011. — 215 с.
10. Бланк И. А. Управление финансовыми ресурсами. — 3-е изд., доп. — М.: Омега-Л, 2013. — 768 с.
11. Eсоpotics: англо-русский словарь-справочник / Сост.: Э. Дж. Долан, И. В. Власова, Б. И. Домненко. — М.: Мысль, 2012. — 544 с.
12. Ковалев В. В. Корпоративные финансы и учет: понятия, алгоритмы, показатели: учебное пособие. — М.: Проспект, КНОРУС, 2010. — 768 с.
13. Управление финансами. Финансы предприятий: Учебник / А. А. Володин, Н. Ф. Самсонов и др.; под ред. А. А. Володина. — 3-е изд. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. — 364 с.
14. Крамаренко Т. В. Корпоративные финансы: учебное пособие / Т. В. Крамаренко, М. В. Нестеренко, А. В. Щенников. — 2-е изд., стер. — М.: ФЛИНТА, 2014. — 187 с.
15. Финансы организаций (предприятий): учебник / под ред. Н. В. Колчиной. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. — 408 с.
16. Лапуста М. Г. Финансы организаций (предприятий): учебник / М. Г. Лапуста, Л. Г. Скамай, Т. Ю. Мазурина. — 3-е изд., испр. — М.: ИНФРА-М, 2012. — 575 с.
17. Безухов Д. А. Современные подходы к оценке роли, определению элементного состава и структуре оборотного капитала промышленного предприятия // Современные проблемы науки и образования, 2015. — № 1–1. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=17843> (дата обращения: 21.02.2017).
18. Максимов С. Н. Управление девелопментом недвижимости: учебник. — М.: Проспект, 2017. — 336 с.
19. Романова Н. А. Формирование эффективной системы финансирования строительства объектов коммерческой недвижимости // Дисс. на соискание уч. степени к. э. н. — М.: ФГОБУ Финансовый университет при Правительстве РФ, 2014. — 197 с.
20. Лисицкая Т. С., Ровная И. Ю. Совершенствование управления оборотным капиталом подрядных организаций // Инженерный вестник Дона, 2016. — № 3. — С. 30–39.
21. Хвостенко О. А., Жукова В. В., Пикчуров С. Н., Мулендеева Л. Н. Бюджетирование в девелоперских компаниях // Финансы, денежное обращение и кредит, 2016. — № 8 (141). — С. 69–71.

22. Щербина Г. Ф. Управление инвестициями и капиталом девелоперских компаний в посткризисный период // Экономическое возрождение России, 2011. — № 1 (27). — С. 121–131.

Анализ рынка жилой недвижимости г. Пензы

Ноур Марк Валерьевич, магистрант,
Сегаев Иван Николаевич, кандидат экономических наук, доцент
Пензенский государственный университет архитектуры и строительства

В статье представлен анализ рынка жилья г. Пензы. Составлен обзор основных факторов, оказывающих влияние на рынок недвижимости. И как повлиял экономический кризис на рынок жилья. Актуальность исследования заключается в том, что только качественная аналитическая работа на рынке недвижимости, позволяет принимать грамотные бизнес-решения в различных сферах — оценки, страховании, кредитовании, риэлтерском бизнесе.

Ключевые слова: рынок жилой недвижимости, первичное и вторичное жильё, жилищное строительство, прогноз развития

В экономике РФ в 2016 году продолжались кризисные явления, начавшиеся еще с 2013 года и остро проявившиеся в 2015 году.

С точки зрения ситуации на рынке недвижимости наиболее важным макроэкономическим показателем является рост доходов населения. Динамика реальных располагаемых доходов населения РФ показана на рис. 1.

Реальные располагаемые денежные доходы населения

в % к среднемесячному значению 2014г.



Рис. 1. Доходы населения

Прирост реальных располагаемых доходов населения РФ после кризиса 2008 года упал до 0,8%, но уже в 2012–2013 годах восстановился до 4,3–4,0%. При этом индекс роста номинальных доходов относительно 2010 года достиг 1,322. В 2014 году прирост реальных доходов упал до — 0,7%, в 2015 до — 4,0%, но при росте инфляции соответственно до 11,4% и 12,9% индекс роста номинальных доходов вырос до 1,462 и 1,585. В 2016 году, несмотря на объявленный властями приоритет социальных расходов бюджета, прирост реальных доходов по оценке МЭР составил — 5,5%, и при выполнении целевого показателя ЦБ РФ по инфляции на уровне 6,5% прирост номинальных доходов будет близок к нулю, индекс роста составит 1,595. [1]

Были проанализированы данные по застройщикам и составлен ТОП 10 застройщиков жилья в Пензе. Для целей ранжирования были изучены проектные декларации 96 домов, возводимых в Пензе. Общая площадь строящегося жилья составила 898 384 кв. м, с общим количеством квартир 17 443. В среднем на один возводимый дом приходится 182 квартиры. По Приволжскому федеральному округу этот показатель равен 122 квартиры, по России соответствующий показатель равен 153 квартиры.

Наиболее используемым материалом для строительства в Пензе является кирпич — 63% от общего количества возводимых домов. На втором месте монолитное домостроение — 17%.

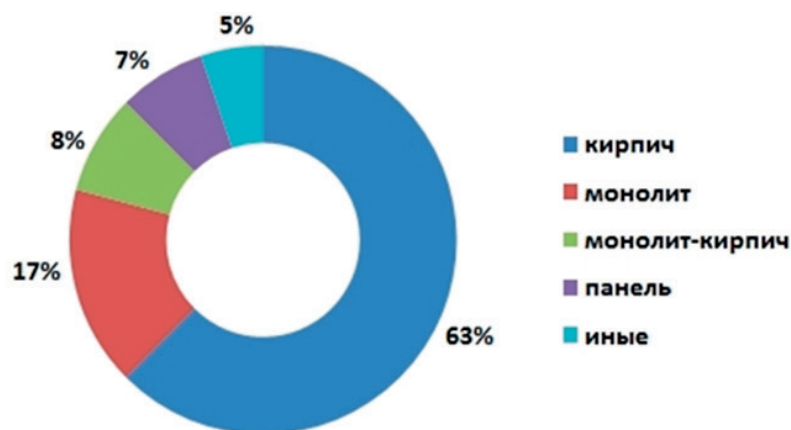


Рис. 2. Диаграмма наиболее используемых материалов для строительства

На первом месте по объемам строящегося жилья (200 175 кв. м) находится ОАО «Пензастрой». Эта компания строит 22,28% от общего строительства в регионе. Компания входит в первую сотню российских застройщиков. Второе место в регионе по объему жилищного строитель-

ства занимает ООО «ПКФ ТЕРМОДОМ» с объемом жилищного строительства 134 335 м² и долей на региональном рынке 14,95%. Замыкает тройку лидеров Группа компаний «СКМ Групп» из Москвы с объемом жилищного строительства 116 443 м² и долей на региональном рынке 12,96%.

Таблица 1. Застройщики Пензы

№ в ТОП региона	№ в ТОП РФ	кв.м	Застройщик	Регион регистрации	Кол-во домов	Наименование ЖК	Доля в регионе
1	80	200 175	Пензастрой	Пензенская область	15	8 марта, Арбековский парк, Лукоморье, На Стрельбищенской, Райки, Среда 2, Среда 4, Тамбовская застава, Тернопольский	22,28%
2	141	134 335	ПКФ ТЕРМОДОМ	Пензенская область	10	Спутник	14,95%
3	155	116 443	Группа компаний СКМ Групп	г. Москва	10	Арбековская Застава, Измайловский	12,96%
4	130	70 616	Группа компаний РКС Девелопмент	г. Москва	8	Сурская Ривьера	7,86%
5	464	51 868	Строительная группа Рисан	Пензенская область	5	Ближняя Веселовка, Новые сады, Триумф, Фаворит	5,77%
6	550	43 817	Компания Пензгорстройзаказчик	Пензенская область	6	Велотрек, На улице Горького/Урицкого, Семейный, Эко-квартал Запрудный	4,88%
7	674	35 488	Сан-Лико-Инвест	Пензенская область	2	Сатурн	3,95%
8	695	34 267	Ревьера	Пензенская область	5	Прилесный	3,81%
9	781	30 302	Застава	Пензенская область	3	Застава	3,37%
10	931	24 725	БИАР Групп	Пензенская область	3		2,75%

Возможно именно из-за конгломерата цена на квадратный метр в нашем регионе все еще высока. И большинство жителей могут позволить себе приобрести недвижи-

мость исключительно с привлечением заемных средств. Ни одна из компаний не использует демпинг, в результате чего на рынке наблюдается некая стагнация.

Распределение долей между застройщиками жилья на рынке Пензенской области



Рис. 3. Застройщики Пензы

По данным Росстата ввод жилья за январь — апрель 2016 года в Пензенской области по отношению к такому же периоду прошлого года вырос на 5,8% с 141 700 до 149 900 м², что свидетельствует об устойчивой тенденции роста показателя за обозначенный период.

Был проведён анализ цен строящегося жилья и цены на вторичном рынке. Как видим на графике идёт плавное снижение средней стоимости квадратного метра, как по новостройкам, так и по вторичному жилью. [2]

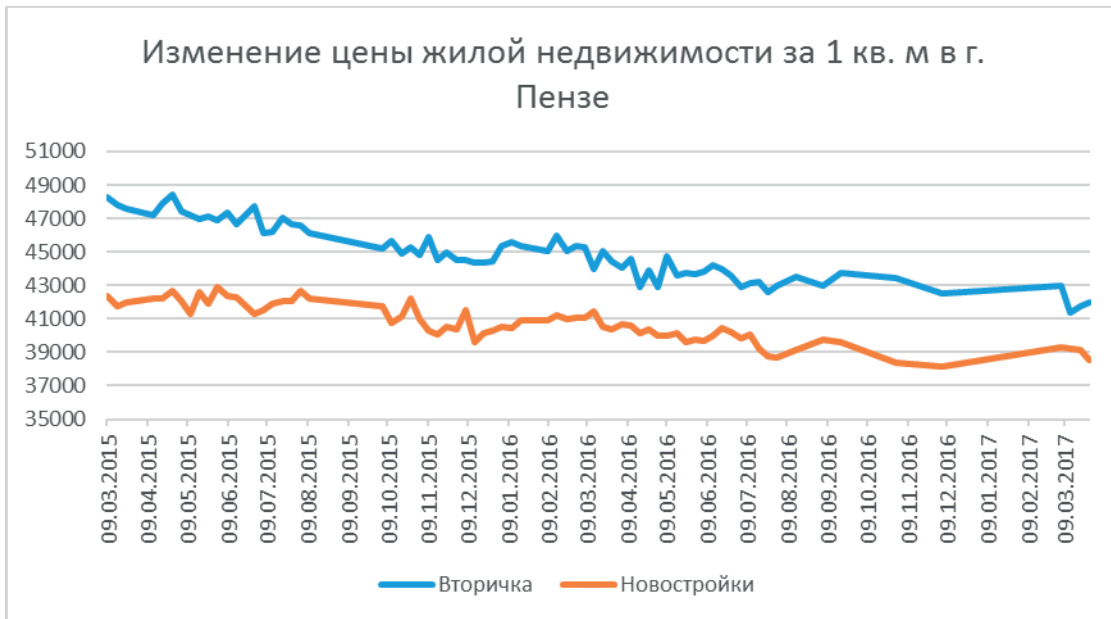


Рис. 4. График изменения цены жилой недвижимости

Но ситуация с ценами могла быть куда хуже. Стабилизировать ситуацию помогает снижение ключевой ставки, «спецпредложения» застройщиков. Но в противовес всему этому действует снижение реальных доходов населения, что не позволяет многим улучшить свои жилищные условия.

Ожидает ли нас в ближайшей перспективе рост цен на недвижимость? На этот вопрос ищут ответ не только риэлторы, но и собственники и строители. Некоторые аналитики предсказывают как предстоящий рост, так и продолжающееся падение рынка недвижимости в ближайшей перспективе. Однако, если мы обратимся к фактам, то они окажутся любопытными.

Итак, первое, на что мы обращаем внимание, это статистика. По данным Росреестра количество регистрационных действий за первое полугодие 2016 года, выросло примерно на 37%. Конечно, часть этих действий не имеет отношение к сделкам купли — продажи, но с уверенностью можно сказать, что это большая часть. Второе — количество предложений медленно, но сокращается, это объясняется тем, что часть продавцов сняли свои объекты до «лучших времен», часть распроданы, а новые не появляются в связи с неопределенностью рынка. Если мы посмотрим на застройщиков, то и у них колоссальные скидки и «спецпредложения» закончились. Да и по объему предложения

они сильно просели, сдвигаются сроки сдачи объектов, новые площадки практически не появляются. Эти факторы сужают рынок, и, кажется, позволяют предположить предстоящий рост, но все не так просто...

По данным Министерства финансов объем сбережений российских граждан, размещенных на различных депозитах, увеличился примерно на 30%. Это также объясняется большей привлекательностью депозитов, но, тем не менее, сегодня все более очевидно, что депозиты перестали быть эффективным инструментом сохранения средств. Таким образом, здесь мы видим отложенный спрос.

Кризис 2014 отличает прежде всего затянутость во времени, геополитическая составляющая, и отсутствие каких-либо реальных механизмов выхода из него в обозримом будущем. Обыватель ждет роста цен на нефть, а его, скорее всего, не будет вовсе. Это, безусловно, рождает пессимизм у покупателя, а у рядового гражданина

неуверенность в завтрашнем дне. И как следствие — явно отбивает желание покупать что-либо, кроме самого необходимого.

Ощущению, что рынок достиг дна и пора покупать, противостоит отсутствие реальных экономических сдвигов в экономике. Мы видим, что качественные объекты недвижимости уже не падают в цене, их количество уменьшается, а объекты с недостатками могут снижаться, причем снижение по ним идет, как правило, пропорционально количеству недостатков. Это — пресловутые хрущевки в непрестижных районах, крайние этажи, угловые квартиры, квартиры в плохом состоянии.

Таким образом, рынок движется разнонаправленно, и, по всей видимости, эта тенденция будет сохраняться в первой половине 2017 года, при условии, что мы не увидим серьезных сдвигов в экономике или на политической арене, что представляется опять же маловероятным. [3]

Литература:

1. Сайт федеральной службы государственной статистики: <http://www.gks.ru>
2. Сайт «Пенза-Онлайн»: <http://www.penza-online.ru>.
3. Журнал «Новостройки Пензы». Электронный доступ: <http://novostroyki-penza.ru>.

Экономический рост Индии

Олесик Татьяна Анатольевна, студент;
Терновская Анастасия Дмитриевна, студент
Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

Индия стала самой быстрорастущей крупной экономикой в мире, по данным Центральной Статистической Организации (CSO) и Международного Валютного Фонда (МВФ). Согласно экономическому анализу 2015–2016 годов, индийская экономика будет продолжать расти более чем на 7% в 2017 году. Улучшение экономических основ Индии ускорилось в 2015 году с одновременным воздействием сильных государственных реформ, инфляцией RBI, поддерживаемой благоприятными мировыми ценами на сырьевые товары. Индекс потребительского доверия в Индии в апреле — июне 2016 года сократился до 128, при максимуме 134 в квартале января — марта 2016. Индия заняла первое место в мире с точки зрения потребительского доверия в октябре — декабре 2015 года, продолжая прежнюю тенденцию к тому, чтобы поддерживать его самым высоким в течение первых трех кварталов 2015 года, согласно глобальному индексу доверия.

Размер рынка.

Согласно обновлению перспектив развития мировой экономики МВФ (январь 2016 года) индийская экономика будет расти на 7–7,75% в 2016–2017 финансовых годах, несмотря на неопределенности на мировом рынке. В обзоре экономического положения на 2015–2016 годы,

прогнозировалось, что индийская экономика вырастет более чем на 7% в течение следующего года, и начнет расти на 8% или более в следующие два года. По данным агентства Fitch Ratings, ВВП Индии в 2017 году вероятно вырастет на 7,7% и будет уверенно расти до 8% к 2018–19 финансовому году, чему поспособствует постепенное внедрение структурных реформ, более высокий доход и улучшение экономической деятельности. По словам уполномоченного посла Индии, в США, Аруна Сингха, к 2020 году индийский фармацевтический рынок вырастет до 55 млрд долларов, и станет шестым крупнейшим фармацевтическим рынком в мире по абсолютному размеру. По состоянию на конец марта 2016 года, валютные резервы Индии составляли 360 млрд долларов США, по сравнению с 342 млрд долларов США в то же время в прошлом году, по данным Резервного банка Индии.

Шаги, предпринятые правительством в последнее время, показали положительные результаты, поскольку ВВП Индии на 2014–15 год составило 106,4 трлн рупий (1,58 трлн. долларов США) по сравнению с 99,21 трлн. Рупий (1,47 трлн. долларов США) за 2013–2014 года, зарегистрировав темп роста в 7,3%. Экономическая деятельность, которая характеризовалась значительным ростом

состояла из финансирования, страхования, недвижимости, бизнес-услуг — 11,5%, торговли, гостиницы, транспорт, услуги связи — 10,7%.

Совершенствование.

С улучшением экономического сценария произошли различные инвестиции, которые привели в увеличению активности, такие как:

— Правительство Индии и США подписали меморандум о взаимопонимании в целях расширения сотрудничества в области энергетической безопасности, чистой энергии и изменении климата путем расширения двустороннего сотрудничества и дальнейших совместных инициатив в направлении сохранения окружающей среды.

— Согласно новой национальной политике разведки полезных ископаемых, правительство Индии планирует провести электронный аукцион на 62 минеральных месторождения полезных ископаемых, таких как железная руда, известняк, золото, расположенные в нескольких регионах, для того чтобы развивать горнодобывающий сектор и увеличить добычу ископаемых в 2017–18 годах.

— Департаменту электроники и информационных технологий была поручена задача развития первой в Индии национальной платформы социального обеспечения, направленной на распределение пособий по соц. Обеспечению непосредственно на счета людей, тем самым устраняя посредников.

— Согласно Всемирному банку, доход на душу населения в Индии в 2017 году должен составлять 100 000 рупий (1505 долларов США) по сравнению с 93 231 рупий (1400 долларов США) в 2016 году.

— Индекс промышленного производства Индии вырос на 2,1% в годовом исчислении в июне 2016 года, чему способствовало расширение производства электроэнергии и горнодобывающей промышленности.

— Индекс потребительских цен Индии в июле 2016 года вырос до 6,07% по сравнению с 5,77% в июне 2016 года. С другой стороны, инфляция в Индии по индексу оптовых цен увеличилась до 3,6% в июле 2016, и достигла максимума за 23 месяца, по сравнению с отрицательным показателем 1,62% в предыдущем месяце.

Правительственные инициативы.

Многие иностранные компании создают свои предприятия в Индии из-за различных правительственных инициатив. Премьер министр Индии выступил с инициативой «Сделано в Индии», в целях стимулирования производственного сектора индийской экономики. Ожидается, что эта инициатива увеличит покупательскую способность среднего индийского потребителя, что будет способствовать дальнейшему росту спроса и, следовательно, стимулировать развитие, в дополнение к выгоде для инвесторов.

В настоящее время производственный сектор в Индии составляет более 15% от ВВП. Правительство, в рамках инициативы «Сделано в Индии» пытается повысить вклад производственного сектора и стремится занять им до 25% ВВП. Вслед за инициативами правительства были приняты несколько планов инвестиций, которые заключаются в следующем:

— Правительство сертифицировало 20 частных организаций в качестве инкубаторов в рамках плана «Стартап Индия», который как ожидается, будет способствовать развитию предпринимательства.

— Правительство Индии успешно завершило переговоры по соглашению об избежании двойного налогообложения с правительством Кипра, которое, как ожидается, продолжит развитие торгово-экономических связей между странами.

— Кабинет министров одобрил создание фонда для развития малого бизнеса в Индии, с объемом в 10 млрд рупий (1,48 млрд долларов США), который будет предоставлять финансовую поддержку для молодого предпринимательства в стране.

— Правительство одобрило введение нескольких краткосрочных (в течение одного года) и среднесрочных мер (в течение двух лет) для продвижения платежей через карты и цифровые средства, для сокращения кассовых операций.

— Правительство Индии планирует создать национальную инвестиционную сеть для определения деловых возможностей по всей стране, что облегчит для инвесторов доступ к инвестиционным возможностям и их изучение.

— Британский телекоммуникационный гигант Vodafone, второй по величине оператор Индии, планирует инвестировать более 13 млрд рупий (1,93 млрд долларов США) для модернизации и расширения своей сети, а также для осуществления банковских операций.

— Группа компаний Foxconn Technology планирует производить в Индии продукцию Apple, и создать к 2020 году 10–12 объектов, включая фабрики и центры по обработке данных.

Международный Валютный фонд и сервис инвесторов прогнозируют, что Индия станет свидетелем роста ВВП в 7,5% в 2017 году, из-за улучшения доверия инвесторов, снижения цен на продовольствие и улучшения политических реформ. Кроме того, согласно Всемирному банку, индийская экономика, скорее всего вырастет на 7,7% в 2017–18 годах, и на 7,8% в 2018–19 годах. По словам министра финансов, экономика будет продолжать расти с 7 до 9% и увеличится в 2 раза до 4–5 триллионов долларов США за десятилетие, став третьей по величине экономикой в абсолютном выражении. Кроме того, такие инициативы как «Сделано в Индии» и «Разработано в Индии», будут играть жизненно важную роль в развитии индийской экономики.

Литература:

1. «Экономика Индии» А. И. Медова, Н. В. Галищева.

2. «Государственный сектор экономики Индии» Маляров О. В.
3. «Портал внешнеэкономической информации» http://www.ved.gov.ru/exportcountries/in/about_in/eco_in/
4. «Экономика Индии. Основные черты» <http://www.ereport.ru/articles/weconomy/india.htm>

Совершенствование налоговой политики в республике Узбекистан

Пардаева Зулфизар Алимовна, доцент;
Норматова Гулмира Хайруллаевна, ассистент;
Абдуллаева Шохиста Эркиновна, студент

Ташкентский институт текстильной и лёгкой промышленности (Узбекистан)

На сегодняшний день одним из приоритетных направлений государственной налоговой политики является обеспечение развития производства посредством снижения налоговой нагрузки хозяйствующих субъектов. Посредством снижения налоговых ставок нужно совершенствовать налогооблагаемую базу и пересматривать налоговые льготы, и вместе с тем необходимо совершенствовать методику расчета налоговой нагрузки.

Налоговые платежи являются главным источником формирования средств государственного бюджета. В настоящее время в национальной экономике в соответствии с Налоговым Кодексом действует 10 видов налогов и 5 видов других обязательных платежей, а также применяются упрощенные режимы налогообложения для хозяйств, и фиксированный налог по отдельным видам деятельности.

Налоговая политика Узбекистана направлена на снижение ставок прямых налогов, оптимизацию косвенных налогов и ресурсных платежей, связанных с эффективным и бережным использованием не воспроизводимых природных, земельных и водных ресурсов.

Эффективным средством реализации налоговой политики являются налоговые льготы. В соответствии с Налоговым Кодексом РУз, льготами по налогам и другим обязательным платежам признаются предоставляемые отдельным категориям налогоплательщиков предусмотренные настоящим Кодексом, иными законами и решениями Президента Республики Узбекистан преимущества по сравнению с другими налогоплательщиками, включая возможность не уплачивать налог и (или) другой обязательный платеж либо уплачивать их в меньшем размере.

В соответствии с налоговым законодательством льготы по налогам и другим обязательным платежам могут предоставляться с условием направления высвобожденных средств на определенные цели. В случае нецелевого использования таких средств сумма нецелевого использования подлежит взысканию в бюджет с начислением пени в установленном порядке.

Для обеспечения ускоренного развития новых экспортно-ориентированных отраслей промышленности, осуществления модернизации, технического и технологического

обновления производств хозяйствующим субъектам предоставлено в налоговом кодексе более двухсот налоговых льгот и преференций. Кроме того, нормативными документами Президента Республики Узбекистан и Правительства страны были предоставлены широкие дополнительные налоговые льготы для развития приоритетных отраслей экономики и сферы услуг.

Сегодня в Республике Узбекистан создана такая налоговая система, которая способна обеспечивать стабильное формирование доходной части бюджета. Мировой опыт показывает, что налоговая система продолжает совершенствоваться из года в год. Республика Узбекистан не является исключением. Правительство нашего государства выбрало путь поэтапного реформирования системы налогообложения, что является самым оптимальным решением в условиях перехода на рыночные отношения.

Совершенствование налоговой политики государства на современном этапе в условиях либерализации экономики страны связано с дальнейшим снижением налогов, нагрузки на хозяйствующие субъекты, систематизацией и оптимизацией числа налоговых льгот в целях повышения их эффективности и максимальным расширением налогооблагаемой базы.

В соответствии с приоритетом модернизации экономики обеспечивается резкое снижение налогового бремени стимулирование технического перевооружения предприятий через систему инвестиционных льгот, упрощение системы налогообложения субъектов малого и частного предпринимательства, повышение защищенности добросовестных налогоплательщиков от необоснованного вмешательства в их хозяйственную деятельность, либерализацию уголовного и административного наказания.

Налоговые освобождения от уплаты налога на прибыль и налога на имущество, снижения ставок единого налогового платежа были направлены на поддержку отечественных производителей, специализирующихся на переработке мяса и молока и производстве отдельных товаров первой необходимости с условием целевого направления высвобождаемых средств на техническое перевооружение и модернизацию производства. Предприятия-экспортеры, а также предприятия с иностранными инвестициями, производящие

готовую продукцию, освобождались от всех видов налогов и сборов, кроме НДС.

В целях поддержки малого бизнеса микрофирмы сферы услуг были освобождены сроком на три года от уплаты единого налогового платежа; дивиденды учредителей в части средств, направляемых на инвестиции в расчеты за ранее полученные кредиты, освобождены от налогообложения сроком на пять лет; на 30 % сокращено число налоговых проверок.

Таблица 1. Динамика изменения ставок основных налогов, налогового бремени, роста ВВП и сальдо государственного бюджета 1995–2015 гг.

Показатели	1995	2000	2005	2010	2014	2015
Налог на доход (прибыль) юридических лиц, %	38	31	15	9	8	7,5
Единый социальный платеж, %	40	38	30	25	25	25 (15)*
Единый налоговый платеж для микрофирмы и малого бизнеса	-	15	15,2	7	6	5
Подходный налог	45	40	29	22	22	23
Налоговое бремя на экономику, %	41,2	39,5	22,6	21,9	20,5	20,0
Реальный рост ВВП, %	99,5	4,0	7,0	8,5	8,1	8
Сальдо государственного бюджета, %	-	-1	+0,1	+0,3	+0,2	+0,1

* для микрофирмы и малых предприятий, а также фермерских хозяйств.

Как результат налоговых реформы, доля налогов в ВВП снизилась с 41,2 % в 1995 г. до 20 % ВВП в 2015 г.

Сокращение налоговых ставок и либерализация налоговой системы является на сегодня, в среднем 7–8 % в год. Экономический приоритет повышения как внутренней, так и внешней конкурентоспособности национальной экономики обуславливает продолжение политики снижения налоговой нагрузки, повышение стимулирующей роли налогов в деятельности хозяйствующих субъектов.

Устойчивость основных налоговых ставок и упрощение налогового администрирования наряду с либерализацией налогового контроля способствовала стабилизации привлекательности бизнес-климата и несмотря на снижение общего налогового бремени, привела к росту налоговых поступлений, что позволило достигнуть 0,1 % профицита Государственного бюджета по итогам 2015 г. Доля малого бизнеса и частного предпринимательства в Узбекистане достигло 56,7 % объёма ВВП [2].

В целях снижения налоговой нагрузки на доходы населения и увеличения их покупательской способности были пересмотрены в сторону снижения ставки налога на доходы физических лиц, введены дополнительные льготы в виде уменьшения налогооблагаемого дохода на сумму средств, уплачиваемых за обучение в высших учебных заведениях, а также средств, добровольно перечисляемых на индивидуальные накопительные пенсионные счета граждан в филиалах Государственного акционерно-коммерческого Народного банка Республики Узбекистан. Важным фактором стимулирования внутреннего спроса и роста доходов населения стало введение в 2015 г. «необлагаемого минимума» по на-

С 2011 года экономический приоритет — повышения конкурентоспособности национальной экономики снижения налоговой нагрузки, повышения стимулирующей роли налогов в деятельности хозяйствующих субъектов. Общая стратегия налоговой политики Узбекистана, основанная на расширении налоговой базы и снижении налогового бремени в целом успешно достигает целей микроэкономического развития.

логу на доходы физических лиц. Сумма дохода до 1 МРЗП теперь не подлежат налогообложению. За счет реализации этой меры работающие получили дополнительно в общей сложности не менее 120 миллиардов сумов [2].

Налогово-бюджетная политика на 2016 год направлена на достижение экономического роста в 7,8 % ВВП, дальнейшую модернизацию, техническое и технологическое обновление производства, а также ускоренное развитие дорожно-транспортной и инженерно-коммуникационной инфраструктуры, развитие агропромышленного комплекса. Обеспечение роста экспорта и повышение конкурентоспособности экономики страны.

Так, налоговые стимулы 2016 года обеспечивает финансовую поддержку предпринимательской деятельности и структурные изменения в экономике.

Для предприятий, производящих непродовольственные потребительские товары, до 1 января 2018 г. сохраняется освобождение от уплаты налога на прибыль и налога на имущества, а для микрофирм и малых предприятий — от уплаты единого налогового платежа и обязательных отчислений в Республиканский дорожный фонд. В числе важнейших мер по дальнейшему сокращению налогового бремени предусматривается продление сроков действия отдельных налоговых льгот, значительно смягчающих налоговую нагрузку на отрасли экономики. Это мера позволит отдельным категориям налогоплательщиков укрепить их финансовую устойчивость и направить высвобождаемые средства на дальнейшее развитие и модернизацию производства, повышение заработной платы работникам и увлечение доходов инвесторов.

Реализация стимулирующих мер, предусмотренных цепочкой налоговой политики, позволит обеспечить дальнейшему снижению налоговой нагрузки на экономику страны.

До 1 января 2018 г. продлено освобождение от уплаты налога на имущества предприятий текстильной промышленности. Предельная численность работающих на малых предприятиях, ведущих деятельность в сфере автомобильного транспорта, повышена с 20 до 50 человек. Ставки единого земельного налога установлено в размере 0,95 % к нормативной стоимости сельскохозяйственных земель.

Важным дополнением к мероприятиям по внедрению рыночных принципов и подходов в системе корпоративного управления, является налоговое стимулирование иностранных работников акционерных обществ, привлеченных в качестве управленческого персонала. Доходы по оплате труда таких работников освобождаются от начисления и уплаты единого социального платежа и налога на доходы физических лиц.

Введение прогрессивного налогообложения компаний, оказывающих услуги мобильной связи, исходя из уровня рентабельности, приводит к усилению как фискальной, так и социальной функции налоговой системы. Так, если уровень рентабельности составляет до 20 %, то налог уплачивается по ставке 7,5 % при уровне рентабельности свыше 20 % налог уплачивается по ставке 50 %.

Современная налоговая политика Узбекистана соответствует целям экономического развития и последо-

вательно реализует установки на национальной конкурентоспособности через снижение налоговой нагрузки на хозяйствующие субъекты, обеспечение макроэкономической стабильности и высоких темпов роста ВВП, повышение социальной справедливости налогообложения, унификацию налоговых ставок, упрощение налоговых процедур и либерализацию налогового контроля, с повышением ответственности как налоговых органов, так и налогоплательщиков.

В то же время, по оценкам экспертов налоговая система Узбекистана имеет проблемы, связанные с излишним налоговым бременем и недостаточным влиянием налогов на процессы модернизации.

Налоговые преференции должны стимулировать внедрение в процессе производства высоких и ресурсосберегающих технологий.

Снижение налоговой нагрузки, значительно снизит производственную себестоимость готовой продукции, уменьшит долю затрат в удельном весе дохода от реализации, высвобождая дополнительные ресурсы для финансирования собственного капитала.

Таким образом, введения налоговой льготы для какого-то сектора рынка этот сектор становится более привлекателен для инвесторов, в него начинают интенсивно притекать новые капиталы и, соответственно, увеличивается рыночная стоимость уже задействованных в этом секторе производственных и коммерческих активов.

Литература:

1. Налоговый Кодекс Республики Узбекистан. Сборник Законодательства Республики Узбекистан, 2012 г.
2. www.stat.uz

Внутренний аудит в условиях реорганизации экономического субъекта

Плужникова Анастасия Андреевна, магистрант

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Уфимский филиал

Становление внутреннего аудита представляет собой связующие звено в создании и развитии акционерных обществ, которые формировались в результате приватизации собственности в России. Развитие акционерных обществ способствовало модернизации форм контроля, следовательно, вызвало потребность в создании службы внутреннего аудита.

На современном этапе развития любого экономического субъекта особый интерес уделяется внутреннему аудиту, поскольку внутренний аудит является мощным инструментом по повышению эффективности предприятия и представляет собой объективную оценку существующей системе контроля на предприятии. Также стоит отметить, что при наличии в организации действенного корпоративного регули-

рования, с ключевым использованием внутреннего аудита, происходит повышение инвестиционной привлекательности организации. В качестве инструментов государственного экономического регулирования инвестиционного процесса выступает повышение инвестиционной привлекательности предприятий на основе решения проблемы «эффективного собственника» за счет повышения требований к корпоративному управлению и установления стандартов качества образования управленцев. [4]

Количество и уровень рисков, которым подвержены российские организации, растет, мер, проводимых по снижению негативных последствий на государственном уровне, недостаточно, необходим качественный и эффективный внутренний контроль на уровне отдельных экономических

субъектов. [9] Поэтому на сегодняшний день под термином «подход к аудиту» в аудиторской деятельности актуально проведение проектов внутри организации (внутреннего аудита) по определенной тематике проверки и с использованием определенной методологии. [6]

Рассматривая дефиницию «внутренний аудит» или «внутренний контроль», отметим следующие интерпретации данного понятия (рисунок 1).

Исходя из этого, можно выделить основную цель внутреннего аудита — это эффективное функционирование экономического субъекта на базе полной и своевременно предоставленной информации: владельцам экономического

субъекта (инвесторам), совету директоров, управляющим для дальнейшего повышения эффективности управления финансами организации. Одним из существенных элементов управления организацией в условиях рыночной экономики является необходимость учета экономического риска и его последствий. [7]

На сегодняшний день в условиях развития рыночных отношений активно реализуются реорганизационные процессы. Реорганизация — является важным элементом в развитии любого экономического субъекта. Следует отметить, что реорганизация юридического лица проводится в следующих формах (рисунок 2) [1].

Источник	Определение
<p>Комитет организаций-спонсоров Комиссии Тредвея</p>	<p>«Внутренний контроль – это совокупность действий совета директоров, менеджмента и сотрудников на всех уровнях – процесс, направленный на достижение разумной уверенности в достижении целей компании путем: повышения надежности и достоверности финансовой и операционной информации и отчетности; повышения эффективности и результативности деятельности; поддержания соответствия деятельности законодательству и регулирующим ее нормативам» [2]</p>
<p>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»</p>	<p>«Внутренний контроль» является процессом, направленным на уверенное получение от экономического субъекта эффективности и результативности своей деятельности, достоверности и своевременности предоставления бухгалтерской (финансовой) и иной отчетности, а также соблюдения законодательства» [3]</p>

Рис. 1. Определения термина «внутренний контроль»

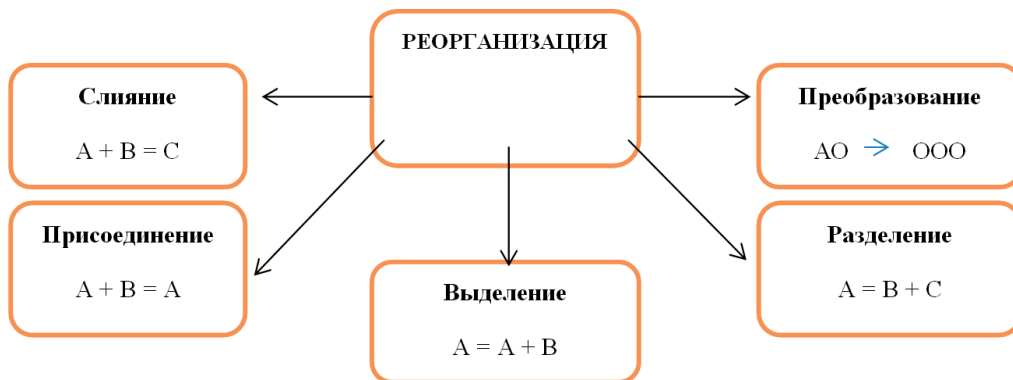


Рис. 2. Формы реорганизации юридического лица

Компания, ликвидируясь, передаёт все свое имущество, права, обязательства и активы правопреемнику. Стоит отметить, что тот, кто получил, то есть правопреемник, теперь уже обязан рассчитываться не только по обязательствам,

которые уже были, но также не забыть про обязательства компании, которая недавно присоединилась. Таким образом получается, что правопреемник осуществляет свою деятельность с учётом активов «новой» компании. [5]

В ходе реорганизации важно оценить риски, связанные с поглощением компании. Риск — ориентированный подход к планированию работ по внутреннему контролю и аудиту позволяет определить виды рисков в деятельности компании, классифицировать их по группам, выявить ключевые бизнес — риски, увязать их с целями и бизнесам — процессами предприятия, и дать им оценку. [8] Оценка рисков или негативных последствий позволяют заранее среаги-

ровать на некие события, например, в случае устранения убытков. Стоит отметить, что такое принятие решения напрямую влияет на стоимость организации. Контроль рисков способствует своевременной реакции руководителя реорганизуемой организации и эффективному распределению ресурсов при менеджменте данных рисков.

К оценке системы внутреннего контроля относятся (таблица 2):

Таблица 2. Элементы системы внутреннего контроля

Элемент	Пояснения
Разделение обязанностей	Необходимо для контроля над устранением злоупотребления и хищения по хранению материальных ценностей.
Своевременное документирование операций	Высокая вероятность неточностей и ошибок при больших интервалах времени между фактом совершения операции и ее учета.
Фактический контроль имущества и документации	Необходим для контроля над предотвращением утерь, изъятий и т. п., используя технические средства и процедуры.
Проведение независимых проверок	—

Таким образом, внутренний аудит (внутренний контроль) является неотъемлемым элементом при реорганизации экономического субъекта. Сама эффективность аудита не сможет быть разрешена только лишь с использованием конкретных действий. Для решения необходимо внедрить технологию внутреннего аудита,

которая бы затронула каждую сторону деятельности по реорганизации экономического субъекта. Такая технология должна опираться на принцип, основой которого станет внутренний аудит как одна из значимых частей управления процессами реорганизации экономического субъекта.

Литература:

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.10.2016).
2. Федеральные стандарты аудиторской деятельности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.minfin.ru>.
3. Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведение бухгалтерского учёта и составления бухгалтерской (финансовой) отчётности. ПЗ-11/2013. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.minfin.ru>.
4. Артюх О. В., Растегаева Ф. С. О некоторых аспектах инвестиционной политики в России / О. В. Артюх О. В., Ф. С. Растегаева // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2007. — № 8 (52). — С. 45–48.
5. Растегаева Ф. С., Вальтер М. К. Налоговый анализ и контроль при слиянии и поглощении компании // Международный научно-исследовательский журнал. — 2017. — № 02–3 (56). — С. 44–46.
6. Растегаева Ф. С., Рахматуллин А. М. Современные подходы к проведению проектов внутреннего аудита // Международный научно-исследовательский журнал. — 2016. — № 1–1 (43). — С. 72–75.
7. Растегаева Ф. С., Рахматуллин А. М., Рахматуллин М. А. Сущность категории риск и его взаимосвязь с финансовой категорией-аудиторский риск // Международный научно-исследовательский журнал. — 2016. — № 1–1 (43). — С. 75–79.
8. Растегаева Ф. С., Сахирова И. П., Князева И. Н. Создание риск-ориентированного внутреннего контроля: анализ законодательной базы // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. — 2015. — № 3 (41). — С. 163–169.
9. Растегаева Ф. С., Сахирова И. П., Князева И. Н. Внутренний контроль как инструмент снижения риска несостоятельности (банкротства) // Вестник ВСГУТУ. — 2015. — № 5. — С. 137–143.

Проблемы и перспективы создания МФЦ в России

Попов Александр Борисович, студент
Новосибирский государственный технический университет

Возможно ли создание мирового финансового центра в России при нынешней экономической политике государства? Вопрос этот в нынешнее время особенно актуален. Можно лишь только представить: каким было бы экономическое состояние в России, если бы Москва или Санкт-Петербург значились центром скопления международных финансово-кредитных институтов.

Ключевые слова: Мировой финансовый центр, Москва-Сити, МФЦ

С 2008 года, создание (по словам тогдашнего президента РФ Д. А. Медведева) в России «центра, где будут представлены все виды финансовых инструментов» является одним из приоритетов экономического развития нашей страны. Но в рейтинге потенциальных международных финансовых центров с 21 места в 2008 году позиция Москвы ухудшилась к сентябрю 2015 года на 57 пунктов. Мировой финансовый центр необходим для большей интеграции России в мировое финансовое пространство.

Проблемы стратегии создания МФЦ в России

Впервые векторы для создания в России международного финансового центра правительство Российской Федерации обозначило в не столь далеком 2008 году, в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года. Тогда правительство РФ предполагало, что к 2015 году Москва будет центром сосредоточения кредитных и финансовых институтов. Обозначенный год прошел и как показало время, Москва не только не стала международным финансовым центром, но согласно индексу глобальных финансовых центров (GFCI), рассчитанному консалтинговой компанией Z/Уep, из 84 городов опустилась в рейтинге до 78-го места (см. таблицу 1). Причем следует отметить, что в 2008 году, в этом же рейтинге, Москва занимала 21 позицию. Но тогда экономика нашей страны была на подъеме, и стоимость нефти достигала 150 долларов за баррель. Из этого следует вопрос — «А вообще возможно ли создать в России МФЦ при столь уязвимой от внешних факторов экономике?». Таким образом, ни для кого не секрет, что проект по созданию в России МФЦ потерпел фиаско.

Тем не менее, в правительстве РФ до сих пор озадачены созданием мирового финансового центра в Москве. В конце 2015 года ЦБ РФ, который три года назад стал регулятором всего финансового рынка в России, разработал первый документ под названием — «Основные направления развития и обеспечения стабильности функционирования финансового рынка в РФ на период 2016—2018 годов». Авторы документа до сих пор считают создание в России МФЦ важной задачей развития российского финансового рынка. Так же авторы документа обозначили главную проблему неудачного создания в Москве мирового финансового центра — незначительная доля активов некредитных финансовых организаций при доминировании банковской системы.

Таблица 1. Рейтинг МФЦ согласно GFCI

МФЦ	Место	Рейтинг
Лондон	1	795
Нью-Йорк	2	786
Гонгконг	3	695
Сингапур	4	675
Цюрих	5	665
Франкфурт	6	642
Женева	7	640
Чикаго	8	637
Токио	9	628
Сидней	10	621
...		
Алматы	48	605
Москва	78	598
Санкт-Петербург	81	552

Составлено по: <http://www.zyen.com/>

Таким образом, Центробанк проинформирован о настоящем положении дел в финансовом рынке РФ. Тем более представители ЦБ констатируют: «Дефицит относительно дешевого долгосрочного фондирования приводит к тому, что российские компании вынуждены при финансировании инвестиций полагаться на такие финансовые ресурсы, как нераспределенная прибыль организаций, средства государственных и муниципальных бюджетов и финансирование, полученное от контролирующих лиц, а также на иностранные заимствования, доступность которых существенно снизилась» [1].

Пути решения проблем для создания в России МФЦ

В стратегическом документе ЦБ РФ «Основные направления развития и обеспечения стабильности функционирования финансового рынка в РФ на период 2016—2018 годов» предлагается ряд мер для обеспечения функционирования финансового рынка и как следствие, создания в России МФЦ:

1. Обеспечение прав потребителей финансовых услуг
2. Повышение финансовой грамотности населения
3. Повышение привлекательности рынка акций

Что касается первого пункта, то складывается вопрос: какие конкретно права потребителей финансовых услуг должен защищать Центробанк? Должен ли сам ЦБ отсле-

живать целесообразность использования финансовых услуг для конкретной категории покупателей?

Для обеспечения второго Центральный банк планирует создать специальный интернет ресурс. Но так же неясно: о чем будет этот ресурс? Какие теоретические аспекты он будет включать.

Повышение привлекательности рынка акций Центральный банк планирует за счет внедрения современной системы корпоративного управления. Т. е. с помощью повышения ответственности членов органов управления акционерных обществ за результаты управления.

Так же хочется отметить, что в документе отсутствуют такие положения: организация операций по международному праву, минимальное налогообложение, льготный режим пребывания на территории страны работников и инвесторов, независимая судебная инстанция для разрешения споров.

По моему мнению, более реальный план улучшения ситуации в отношении создания мирового финансового центра предложил директор Центра исследований постиндустриального общества Владислав Иноземцев. По его мнению, России необходимо, прежде всего, объединить силы со странами участниками Евразийского экономического союза, в первую очередь с Казахстаном. Я не зря в таблице 1 из длинного рейтинга МФЦ оставил южную

столицу Казахстана — Алматы. Поскольку как показывает практика казахстанские власти более заинтересованы в сотрудничестве с международными инвесторами. Таким образом, Иноземцев предлагает интернализацию элементов международного финансового права в стране, являющейся частью единого с Россией экономического пространства [2].

Также Российскому правительству следует обратить внимание на китайских коллег. Успех действий китайского правительства в сферах развития финансов для длительного и стабильного развития китайской экономики, улучшение финансовой среды, создания налоговых льгот, укрепление рыночной дисциплины и повышение раскрытия информации позволили не только поставить Сингапур на 4 место в рейтинге МФЦ (см. таблицу 1), но и включить юань в международную валютную корзину.

Заключение

Правительство РФ показывает, что заинтересованно в создании мирового финансового центра в Москве. Для достижения результата, российской власти необходимо либо интернализировать элементы международного финансового права в стране, являющейся частью единого с Россией экономического пространства, либо более качественно подходить к стратегии создания мирового финансового центра в России.

Литература:

1. Так вот ты какой, международный финансовый центр [Текст] // ЭКСПЕРТ. — 2015. — № 50. — С. 12.
2. Иноземцев, В. Л. По-соседски: почему финансовый центр нужно создавать в Казахстане [Текст] / В. Л. Иноземцев // РБК. — 2015. — № 10. — С. 27–28.
3. О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]: Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 08.08.2009) // КонсультантПлюс, 2008. — Режим доступа — <http://www.consultant.ru/>
4. Study on the Strategy of Building Shanghai into an International Financial Centre [Текст] // Open Journal of Social Sciences. — 2015. — № 3. — С. 202–207.

Исследование рынка образовательных услуг: краткий обзор

Ребрикова Надежда Владимировна, кандидат экономических наук, старший преподаватель;
Колесникова Ольга Викторовна, кандидат экономических наук, доцент
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В настоящее время рейтинги университетов являются главным фактором при выборе вуза у абитуриентов. В статье представлены результаты анализа рынка образовательных услуг, в ходе исследования выделены факторы макро- и микросреды, влияющие на деятельность вузов. Для оценки востребованности факультета в вузе были определены и рассчитаны показатели, которые характеризуют потребителей образовательных услуг в современных условиях.

Ключевые слова: рынок образовательных услуг, рейтинг, факторы макросреды, эластичность, показатель концентрации

В условиях жесткой конкуренции российские вузы вынуждены совершенствовать свою деятельность, предлагая рынку не просто новые, но более качественные об-

разовательные программы. Одним из определений рынка является совокупность сделок между покупателями и продавцами. В случае рынка образовательных услуг поку-

пателями выступают люди, которые имеют потребность в знаниях и навыках, а продавцами — учреждения, предлагающие программы обучения.

Поскольку рынок образования рассматривается частью сферы услуг, то для него характерны некоторые особенности. Услуги носят длительный и многоступенчатый характер. Сами услуги невозможно хранить, но результат деятельности сохраняется в течении определенного периода жизни человека. Деятельность, осуществляемая образовательными учреждениями, лицензируется. При этом часть услуг предоставляется бесплатно на конкурсной основе (за счет средств бюджета), а часть — платно (за счет покупателей).

Обзор и анализ рынка образовательных услуг актуален и важен не только для самих ВУЗов, но и для потребителей/покупателей — абитуриентов и их родителей. Руководство учебного заведения всегда пристально следит за рейтингом своего учреждения, так как это позволяет увеличить конкурс на бюджетные места и привлечь поступающих на платную основу, а значит обеспечить ВУЗ работой на ближайшие несколько лет.

Ежегодно обзорами и сбором статистики занимаются РОССТАТ, ФОМ, ВЦИОМ, журналы «Эксперт РА», маркетинговые центры и многие другие организации.

Рынок образовательных услуг — это экономические взаимоотношения; реализация образовательных услуг на материальной основе участниками рынка: учащимися, образовательными учреждениями и лицами (организациями), оплачивающими эти услуги. Российский рынок образовательных услуг сформировался в 90-х гг. прошлого века. В нем выделяют два больших сектора: государственный и негосударственный. По данным ФОМ 38% студентов обучаются на платной основе [1].

Рассмотрим некоторые факторы макросреды:

1. Демографический. Ухудшение демографической ситуации оказывает прямое влияние на конъюнктуру рынка образовательных услуг. Снижение численности выпускников 9–11 классов после 2008 г привело к снижению спроса на образовательные услуги [2].

2. Политическая обстановка и влияние государства. После подписания Россией Болонской декларации в сентябре 2003 года Вузы были вынуждены к 2010 году перейти на двухступенчатую систему образования, пройти аккредитацию и перейти на европейскую систему учета дисциплин и зачетных единиц [3].

3. Экономический. На одну семью, в которой есть статья расходов высшее образование — средний уровень составил 850–1000 долларов за год. В нынешних условиях стоимость обучения в ВУЗах варьируется от 18 тысяч рублей до 350 тысяч в семестр. Следует отметить так же огромную роль географического фактора, поскольку обучение в столичных ВУЗах намного дороже.

Сравнивая московский рынок с общероссийским, можно выделить несколько особенностей.

Во-первых, Москва — город контрастов. Здесь находятся самые лучшие и дорогостоящие учебные заведения,

но также можно найти и обучающие программы по низким ценам (хотя выглядят они слабо и сомнительно).

Во-вторых, московские ВУЗы обладают лучшим оснащением, более новыми технологиями и программами, имеют контакты с зарубежными учебными заведениями. Все это помогает московским ВУЗам отвечать на новые потребности и оставаться в верхушке рейтинга.

На 2015 год в России оказывают свои услуги 950 образовательных организаций, из которых 548 государственных и муниципальных и 402 частных [4]. Причем 24% всех учебных заведений находятся в Москве. И в большинстве есть экономические специальности (179 заведений).

В-третьих, для московских учреждений характерна экспансия в регионы. Популярные Вузы открывают свои филиалы в регионах, предоставляют свои учебные планы и программы, литературу, а также выпускникам вручается московский диплом. Стоимость такого обучения значительно ниже, но качество образования сильно не отличается от региональных ВУЗов, так как они имеют один и тот же преподавательский состав.

При помощи аттестации качества образования составляется рейтинг ВУЗов, где учитываются такие показатели как:

- уровень профессорского преподавательского состава;
- аудиторный фонд;
- уровень информатизации;
- количество публикаций, защищаемых диссертаций;
- бюджетные ассигнования на научные исследования;
- техническое оснащение и использование передовых технологий и т. д.

К верхушке рейтингов московских экономических ВУЗов 2014 года относятся [5]:

1. Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова;
2. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»;
3. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ;
4. Финансовый университет при Правительстве РФ;
5. Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова и др.

Среди вузов, чьи позиции в рейтинге снизились, можно отметить Финансовый университет (17-е место против 12-го в 2013 году) и Национальный исследовательский университет «МЭИ» (14-е место против 10-го годом ранее). Динамика Финансового университета обусловлена «болезнью роста»: к университету были присоединены несколько вузов, включая Всероссийский заочный финансово-экономический институт, в результате чего количество студентов выросло более чем на 50%, тогда как финансирование вуза увеличилось всего на 3% [6].

Эластичность показывает, как может измениться ситуация на рынке при колебании основных факторов (доход потребителя, цена товара, цена аналогичного товара).

$$E_p^d = \left(\frac{Q_2 - Q_1}{(Q_2 + Q_1)/2} \right) \div \left(\frac{P_2 - P_1}{(P_2 + P_1)/2} \right) = \frac{\Delta Q}{\Delta P}, \quad (1)$$

где P_1 — начальная цена;

P_2 — новая цена;
 Q_1 — первоначальный объем;
 Q_2 — новый объем.

Таблица 1. Расчет эластичности образовательных услуг Финансового университета [7]

Факультет	2013 год		2014 год		Коэффициент эластичности предложения
	Стоимость обучения, руб.	Кол-во платных мест	Стоимость обучения, руб.	Кол-во платных мест	
Международные экономические отношения (МЭО)	295 000	60	324 500	100	5,26
Финансово-экономический факультет (ФЭФ)	242 000	75	266 000	100	1,38
Анализ рисков и экономическая. Безопасность (АриЭБ)	195 000	4	214 500	10	0,9

$$E_{МЭО} = \left(\frac{100 - 60}{(100 + 60)/2} \right) \div \left(\frac{324500 - 295000}{(324500 + 295000)/2} \right) = 0,5 / 0,095 = 5,26$$

$$E_{ФЭФ} = \left(\frac{100 - 75}{(100 + 75)/2} \right) \div \left(\frac{266000 - 242000}{(266000 + 242000)/2} \right) = 0,13 / 0,094 = 1,38$$

$$E_{АриЭБ} = \left(\frac{10 - 4}{(10 + 4)/2} \right) \div \left(\frac{214500 - 195000}{(214000 + 195000)/2} \right) = 0,86 / 0,952 = 0,9$$

Таким образом, в 2014 году на платную форму обучения факультетов МЭО и ФЭФ имело место эластичное предложение ($|E| > 1$), то есть рост количества принятых абитуриентов больше, чем стоимость обучения. Чего нельзя сказать о факультете «Анализа рисков и экономической безопасности», где темп роста стоимости обучения выше темпов увеличения платных мест (неэластичное предложение, или $0 < E < 1$).

При оценке уровня конкуренции на рынке говорят об интенсивности конкуренции, то есть концентрации фирм в данной нише. Рассматривают величину обратную интенсивности конкуренции — монополизацию рынка. От этих

показатель зависит стратегия, ценовая и товарная политика организации. Рассчитаем некоторые показатели.

Четырехдольный показатель концентрации (CR4 — Concentration Ratio).

$$CR4 = \frac{OP_1 + OP_2 + OP_3 + OP_4}{OP}, \quad (2)$$

где OP_i — объем реализации продукции i-ой организации, млн.руб.,

OP — общий объем реализации продукции заданного ассортимента, млн.руб.

Таблица 2. Объем реализации и доля рынков основных представителей рынка

Высшее учебное заведение	Кол-во платных мест	Стоимость обучения, руб	Объем реализации услуг, руб	Доля рынка, %
Финансовый университет	100	266 000	26 600 000	5,7
МГУ	90	350 000	31 500 000	6,7
ВШЭ	100	400 000	40 000 000	8,6
РАНХ и ГС	80	220 000	17 600 000	3,8
Общий объем			4 650 000 000	100

$$CR4 = \frac{26,6 + 31,5 + 40 + 17,6}{4650} = 0,0248$$

Такое малое значение четырехдольного показателя концентрации говорит об отсутствии монополии на рынке образовательных услуг.

Оценка распределения рыночных долей с помощью суммы квадратов рыночных долей конкурентов — индекса Херфиндала (Herfindahl-Hirschman index).

$$HHI = \sum_{i=1}^N S_i^2, \quad (3)$$

где S_i — доля участника рынка.

В проведенном исследовании исходя из расчетов индекс Херфиндала получился равен следующему значению: $HNI = 389,16$. Такой низкий показатель индекса НИИ позволяет отнести рынок образовательных услуг к рынку с низким уровнем монополизации ($HNI < 1000$) [8].

Таким образом, можно сказать, что наибольшая концентрация образовательных учреждений находится в Москве и в большинстве из них есть хотя бы одна экономическая специальность, связанная с профилем ВУЗа. Представителей рынка, специализирующихся только на экономике, не так много и доля их значительно выше, чем у других. Об этом свидетельствуют индекс Херфиндала-Хиршмана и четырехдольный показатель концентрации.

В проведенном исследовании было выявлено значительное влияние факторов макро- и микросреды на ВУЗы Москвы. Факторы макросреды формируют будущий спрос на услуги (демография), регламентируют и контролируют деятельность учреждений (политические) и др. Факторы микросреды формируют ценовую и товарную политику организаций, то есть платежеспособность, культурный уро-

вень покупателей влияет на стоимость обучения, а наличие аудиторного фонда, качественного преподавательского состава и новых учебных программ влияет на конкурентоспособность ВУЗа.

Для более подробного обзора рынка анализ был сведен к экономическим ВУЗам Москвы, а некоторые показатели к одному учебному заведению — Финансовому университету при Правительстве РФ. В ходе расчетов, было выявлено, что эластичность предложения платных программ обучения не равномерна. Более востребованными с эластичным предложением являются факультеты: «Финансово-экономический факультет» и «Международных экономических отношений». Следует отметить, что факультет «Анализ рисков и экономической безопасности» имеет неэластичный спрос. В целом же видна нечувствительность потребителей к цене. Это объясняется тем, что потребители придают большое значение характеристикам услуг и многие подходят к выбору очень ответственно, выбирая перспективы для будущих поколений.

Литература:

1. Россия в цифрах: высшее образование/ ФОМ. Электронный ресурс: [http://fom.ru/Nauka-i-obrazovanie/11442] 7.04.2014/ Дата обращения: 20.09.2016.
2. Башарина А. В. Влияние социально-демографических факторов на рынок образовательных услуг в сфере высшего профессионального образования в регионах Российской Федерации/ Экономика. — 2010.
3. Кислицын К. Н. Болонский процесс как проект для Европы и для России/ Знание. Понимание. Умение. № 11—2010.
4. Число государственных и муниципальных образовательных организаций высшего образования/ Официальная статистика РОССТАТ.
5. Крячко К. С. Исследование рынка образовательных услуг г. Москвы / К. С. Крячко // Экономическая наука и практика: материалы II междунар. науч. конф. (г. Чита, февраль 2013 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2013. — С. 55—59.
6. Поступление.Ру//Портал для абитуриентов. Электронный ресурс [http://postuplenie.ru/results_of_admission/2014/cost/? CODE=fu&ID=3630&PAGEN_1=2].
7. Рейтинг вузов России 2014/ «Эксперт РА» — № 18. — 2012 — С. 24.
- 8/ Экономическая теория./ www.Grandars.ru. Электронный ресурс [http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/indeks-herfindalya-hirshmana.html].

Инновации как ключевой фактор экономического роста в условиях модернизации экономики Узбекистана

Репина Ольга Владимировна, кандидат экономических наук, старший преподаватель

Ташкентский городской институт переподготовки и повышения квалификации работников народного образования (Узбекистан)

Экономический рост является ключевой задачей современного государства и важнейшим фактором устойчивого развития всех сфер экономики страны и повышения уровня жизни населения. Как известно, экономический рост может осуществляться за счет разных факторов и на различной основе — экстенсивной, интенсивной и инновационной.

Интенсивный путь связан с понятием качества экономического роста, подразумевающего, что рост основных макроэкономических показателей осуществляется преимущественно за счет инновационной деятельности «по мере перехода к производству новой продукции на новых производственных мощностях, обновленных на основе научно-технического прогресса производственных фондах» [4, с. 96].

С принятием в 2009 году антикризисной программы в целях предотвращения негативных последствий разразившегося в 2008 году мирового финансового кризиса, в Узбекистане начался этап модернизации и повышения конкурентоспособности экономики страны.

Повышение конкурентоспособности тесно связано с активизацией инновационных процессов — внедрением высоких технологий в производственный процесс, в том числе ресурсосберегающих, расширением выпуска инновационной продукции с улучшенными потребительскими свойствами, способной успешно конкурировать как на внутреннем, так и внешнем рынке. [5]

Ежегодно в Узбекистане реализуются крупные инвестиционные проекты, направленные на дальнейшее развитие экономики, социальной сферы, инфраструктуры, транспортно-коммуникационных сетей, за счет чего создаются новые рабочие места. В результате в стране сохраняются стабильно высокие темпы ВВП и промышленного производства. По этому показателю страна входит в пятерку самых быстро развивающихся стран мира. Так, в опубликованном 27 октября 2015 года докладе Всемирного банка и Международной финансовой корпорации «Ведение бизнеса 2016: оценка качества и эффективности регулирования» (Doing Business 2016: Measuring Regulatory Quality and Efficiency), Узбекистан занял 87-е место среди 189 стран мира, что существенно выше по сравнению с 141-м местом, которое занял Узбекистан в предыдущем отчете «Ведение бизнеса». При этом, Узбекистан вошел в пятерку стран с наибольшим улучшением своего рейтинга.

Указом Первого Президента Узбекистана Ислама Каримова от 4 марта 2015 года № УП-4707 «О Программе мер по обеспечению структурных преобразований, модернизации и диверсификации производства на 2015–2019 годы» была принята комплексная программа мер по обеспечению структурных преобразований, модернизации и диверсификации производства. В первую очередь, за счет ускоренного развития высокотехнологичных отраслей, способных обеспечивать стабильный экономический рост на инновационной основе с одновременным снижением энергоемкости и материалоемкости производства. [1]

В рамках программы была определена ускоренная модернизация действующих и создание новых генерирующих мощностей в электроэнергетике на основе широкого внедрения ресурсосберегающих парогазовых установок и современных технологий использования альтернативных источников энергии, в частности — солнечной энергии. В нефтегазовой и нефтехимической промышленности — увеличение объемов производства и расширение ассортимента продукции с высокой добавленной стоимостью на основе глубокой переработки природного газа и газового конденсата. В химической промышленности определены направления диверсификация производства и экспорта путем внедрения современных технологий производства сложных минеральных удобрений, полимеров, синтетического каучука.

В докладе Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева от 14 января 2017 года, посвященному всестороннему анализу итогов социально-экономического развития страны в 2016 году и определению важнейших приоритетных направлений экономической и социальной программы правительства республики на 2017 год, подчеркнута преемственность в последовательной реализации Программы дальнейшего реформирования, структурных преобразований и модернизации страны на среднесрочную перспективу. [2]

В ходе обсуждения актуальных вопросов, было отмечено, что по итогам 2016 года валовой внутренний продукт страны вырос на 7,8 процента. Прирост объемов промышленной продукции составил 6,6 процента, подрядных строительных работ — 12,5 процента, розничного товарооборота — 14,4 процента, услуг — 12,5 процента. Государственный бюджет исполнен с профицитом в размере 0,1 процента к ВВП.

Дальнейшие меры по повышению конкурентоспособности национальной экономики за счет углубления структурных преобразований, модернизации и диверсификации ее ведущих отраслей предполагают:

- обеспечение сбалансированности и устойчивого роста национальной экономики, увеличение доли промышленности и сферы услуг в ее структуре;
- проведение активной инвестиционной политики, направленной на модернизацию, техническое и технологическое обновление производства, реализацию проектов производственной, транспортно-коммуникационной и социальной инфраструктуры;
- опережающее развитие высокотехнологичных обрабатывающих отраслей на базе глубокой переработки местных сырьевых ресурсов;
- создание эффективной конкурентной среды для отраслей экономики,
- освоение выпуска принципиально новых видов продукции и технологий, обеспечение на этой основе конкурентоспособности отечественных товаров на внешнем и внутреннем рынках;
- продолжение мероприятий по стимулированию локализации производства и производства импортозамещающей продукции;
- сокращение энергоемкости и ресурсоемкости экономики путем широкого внедрения в производство энергосберегающих технологий, расширение использования возобновляемых источников энергии, повышение производительности труда в отраслях экономики;
- создание новых и повышение эффективности действующих свободных экономических зон, технопарков, малых промышленных зон;
- ускоренное развитие сферы услуг, повышение доли этого сектора в формировании валового внутреннего продукта, кардинальное изменение структуры предоставляемых услуг, прежде всего за счет современных высокотехнологичных видов услуг;

- либерализация и упрощение экспортной деятельности, диверсификация структуры экспорта, расширение и мобилизация экспортного потенциала отраслей экономики и территорий;
- дальнейшее внедрение информационно-коммуникационных технологий в экономику, социальную сферу, системы управления.

Следует особо подчеркнуть, что для ускорения процессов модернизации важную роль играет активное привлечение иностранных инвестиций, в том числе путем создания с ведущими зарубежными компаниями на паритетной основе совместных предприятий.

На этапе усиления инновационной составляющей в развитии экономики страны особенно актуальны меры по разработке конкурентоспособных отечественных технологий, внедрению ноу-хау, современных информационно-коммуникационных технологий. [2]

В настоящее время в развитии инновационных производств значительная роль отводится дальнейшему развитию свободных индустриальных экономических зон (СИЭЗ), являющихся территориями успешного функционирования вы-

сокотехнологичного бизнеса. В рамках уже созданных трех таких СИЭЗ: «Навои», «Ангрен», «Джизак» осуществлено успешное привлечение иностранных инвесторов в создание десятков современных производств, продукция которых соответствует мировым стандартам качества. В то же время активизируется процесс создания СЭЗ на принципиально новой основе: «Ургут», «Гиждуван», «Коканд» и «Хазарасп», которые должны стать локомотивами перехода к экономике, основанной на потоке инноваций, постоянном технологическом совершенствовании, на производстве и экспорте высокотехнологичной продукции с новыми свойствами. Этот процесс связан с повышением значения инновационного фактора в развитии экономики, увеличением роли предпринимательского ресурса, как творческого, интеллектуального ресурса развития экономики. В законе «О государственной молодежной политике» Республики Узбекистан особое внимание уделяется поддержке и реализации творческого и интеллектуального потенциала молодого поколения, стимулированию предпринимательской активности молодежи, как решающему фактору устойчивого инновационного развития экономики.

Литература:

1. Указ Президента Ислама Каримова от 4 марта 2015 года № УП-4707 «О Программе мер по обеспечению структурных преобразований, модернизации и диверсификации производства на 2015–2019 годы».
2. Доклад Президента Республики Узбекистан Шавката Мирзиёева на расширенном заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2016 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2017 год.
3. Закон Республики Узбекистан «О государственной молодежной политике»/Народное слово, 15.09.2016.
4. Аганбегян А. Г. Социально-экономическое развитие России. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Дело, 2004.
5. Медынский В. Г. Инновационный менеджмент: Учебник. — М.: ИНФРА-М, 2008.
6. Интернет ресурсы: <http://www.stat.uz>, <http://www.norma.uz>, <http://www.lex.uz>.

Современный этап развития Оренбургского отделения Центрального Банка

Савенкова Ирина Сергеевна, студент;
Сенная Инна Константиновна, студент;
Суседко Елена Александровна, студент;
Гарельская Анна Евгеньевна, студент
Оренбургский государственный университет

На сегодняшний день банковское сообщество активно сотрудничает с Правительством области по различным вопросам. При нынешних условиях стабильное развитие нашей области является их совместной целью. Финансово-кредитная система Оренбуржья является одним из основных показателей экономического роста нашего региона, поэтому стратегически важным для нас является ее укрепление.

Современные условия развития банковской системы Оренбургской области, а именно местного отделения Цен-

трального Банка вызывают огромный интерес, что указывает на актуальность выбранной нами темы.

Современный этап функционирования Оренбургского отделения Центрального банка целесообразно разделить на 3 подэтапа, каждый из которых имеет свои особенности:

- 1991–1998 — этап становления;
- 1999–2009 — этап последовательного развития и совершенствования;
- 2010 — настоящее время — новейший этап.

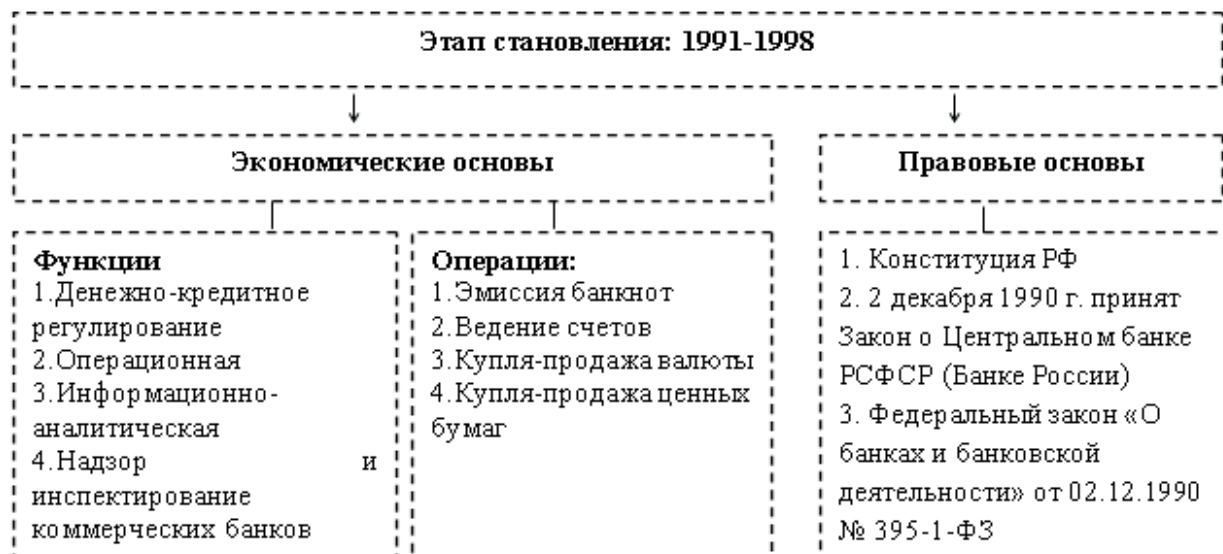


Рис. 1. Экономико-правовые основы функционирования Оренбургского отделения Банка России 1991–1998 гг.

Таблица 1. Количество банков в Оренбургской области в 1991–1998 гг.

Дата	01.01.91	01.01.92	01.01.93	01.01.94	01.01.95	01.01.96	01.01.97	01.01.98
Кол-во банков	39	48	24	25	25	26	15	15

Проведём анализ каждого из них по таким критериям как количество банков, размеры активов, а также величина полученной прибыли.

Становление банковского сектора в Оренбургской области в данный период шло по экстенсивному пути. К январю 1991 в области функционировало 39 коммерческих банков, через год — уже 48 [5, с. 89].

Мировой финансово-экономический кризис затронул и банковский сектор в Оренбургской области, что вы-

разилось в сокращении числа кредитных организаций. В 1997 году среди банков Оренбурга наибольший урон понесли НИКО-банк (из прибыльного превратился в убыточный), а так же банки Форштадт и Агросоюз. Кризис убрал с рынка нежизнеспособные банки, оставив наиболее конкурентоспособные. Можно отметить, что именно тогда заканчивается экстенсивный этап развития банковского сектора нашего региона. Перед ним теперь встала новая задача — преодолеть последствия кризиса.

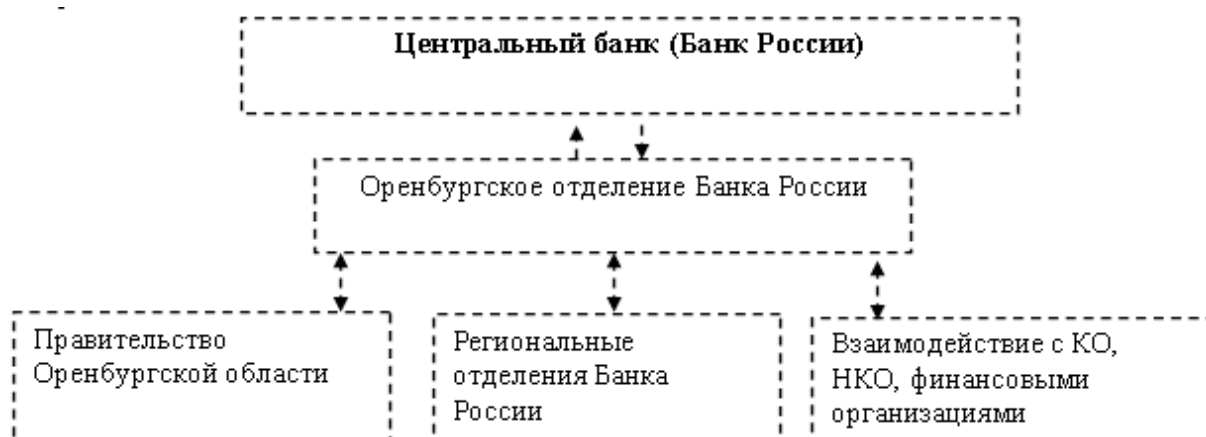


Рис. 2. Взаимосвязь с другими экономическими субъектами 1991–1998 г.

Взаимодействие Оренбургского отделения Банка России (Рисунок 2) отражает основные взаимосвязи, которые были направлены на решение определенных задач. Так, взаимодействие с другими региональными отделениями определялось переводом денежных средств на счета клиен-

тов и правительственных расчетов, а также, слияние в выдаче ссуд на важные производственные объекты и др. Связь с администрацией Оренбургской области предусматривала решение экономических вопросов, повышение экономической грамотности населения. Отделение Банка Рос-

сии по Оренбургской области также осуществляло надзор и регулирование за кредитными и не кредитными финансовыми организациями области, проводило их рефинансирование, тем самым способствуя их стабильности и надёжности [1, с. 43].

Современный этап 1991–1998 гг. обусловлен изменениями политического строя, состоянием переходной экономики. Наряду с регулированием денежного оборота, эмиссионно-кассовыми операциями появились новые функции — надзора и инспектирования за деятельностью коммерческих банков, валютного регулирования и валютного контроля, надзора за операциями на рынке ценных бумаг и некоторые другие. Отметим, что рост количества кредитных учреждений и их филиалов продолжался до 1996 г. Росту числа банков благоприятствовала

высокая рентабельность банковских операций в условиях высокой инфляции и нестабильности на валютных рынках [4, с. 56].

Подводя итог функционированию Оренбургского отделения на этапе становления, можно отметить, что финансовый кризис 1998, показал, с одной стороны, насколько важна банковская система в условиях современной рыночной экономики, а с другой стороны — продемонстрировал некоторую слабость российской банковской системы. А потому актуальным становится вопрос дальнейшего развития банковской системы Оренбургской области: как она будет выживать в условиях экономического кризиса и приспосабливаться к изменяющимся условиям, исходя из интересов стабилизации экономики и развития хозяйственной инфраструктуры региона.



Рис. 3. Экономико-правовые основы функционирования Оренбургского отделения Банка России 1999–2009 гг.

Таблица 2. Показатели банковского сектора в Оренбургской области на 1.01.1999–2009 гг.

Дата	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Количество банков	11	11	11	11	11	10	10	9	9	9	9
Размер активов (млн руб.)	5,1	-	-	2,98	3,19	5,21	6,85	13,72	17,31	26,23	28,30
Прибыль банков (млн руб)	-	-	-	79,6	131,9	114,9	194,7	273,7	432,8	540,1	459,3

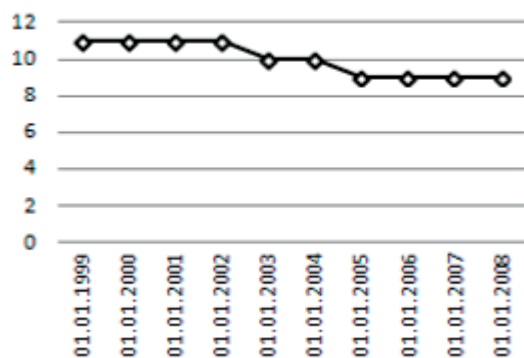


Рис. 4. Количество банков в 1999–2009 гг.

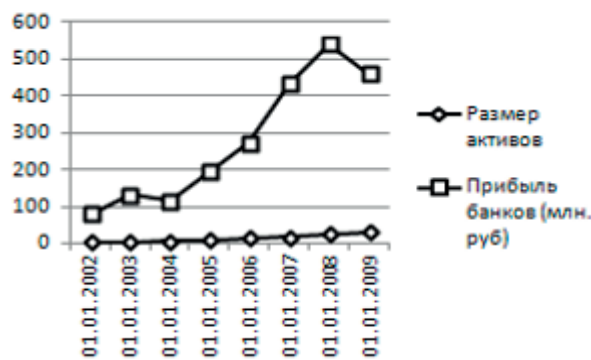


Рис. 5. Размер активов и прибыли 1999–2009 гг., млн руб.

Итак, количество банков в Оренбургской области на протяжении десяти лет постепенно сокращалось, но, тем не менее, наблюдался активный рост количества кредитных организаций, головная организация которых находится в другом регионе. На 1 января 2009 года их число

составило 53, в то время как на 1 января 2001 года их насчитывалось 37. Также, за рассматриваемый период наблюдается активный рост прибыли банков по Оренбургской области, по сравнению с 2002 г. к 2009 г она увеличилась более чем в 5 раз [3, с. 56].



Рис. 6. Взаимосвязь с другими экономическими субъектами 1999–2009 г.

На данном этапе наряду с прошлыми связями прибавились и другие сотрудничества ЦБ Оренбургской области. В августе 2001 г. года было заключено Соглашение о взаимодействии между администрацией Оренбургской области и АКБО. В 2007 г. — Соглашение с законодательным Собранием Оренбургской области, предусматривающее привлечение членов ассоциации в качестве экспертов при подготовке законодательных актов, касающихся финансовой сферы. Ассоциация коммерческих банков во многом способствовала осознанию значимости банковского сообщества в решении экономических вопросов. В посткризисный период, когда реальный сектор экономики нуждался в до-

полнительных доступных ресурсах, на расширенном заседании Совета в октябре 2009 г. было рассмотрено предложение ПАО «НИКО-БАНК» и ПАО «БАНК ОРЕНБУРГ» об организованном снижении ставок по вкладам населения с целью последующего снижения ставок по кредитам. Масштабные действия Банка России и Правительства Российской Федерации (финансовая поддержка банковского сектора, снижение ставки рефинансирования, применение других инструментов денежно-кредитной политики Банка России и т. д.), совместные действия Главного управления и Правительства области оказали благоприятное влияние на сохранение стабильности в банковском секторе [1, с. 8].



Рис. 7. Экономико-правовые основы функционирования Оренбургского отделения Банка России 2010–2016 г.

Таблица 3. Показатели банковского сектора в Оренбургской области в 2010–2016 гг.

Дата	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Кол-во банков	9	9	8	8	8	7	6
Размер активов	33,72	38,67	39,12	45,39	50,0	49,63	47,94
Прибыль банков	380,9	237,1	363,7	489,4	377,5	582,8	411,1

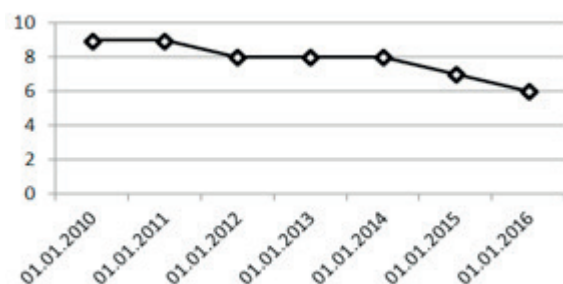


Рис. 8. Количество банков в 2010–2016 гг.

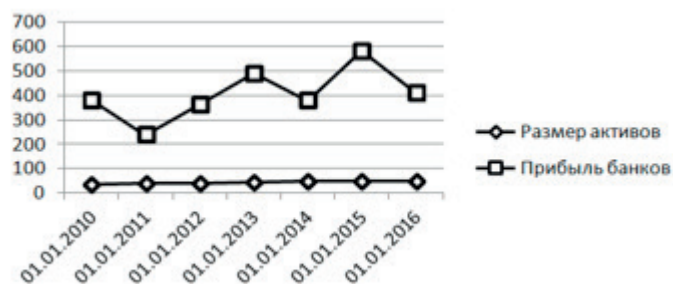


Рис. 9. Размер активов, пассивов, прибыли 2010–2016 гг., в млрд руб.

Исходя из предоставленных данных можно отметить сокращение количества банков в Оренбургской области в 2010–2016 годах в связи с отзывом лицензии на осуществление банковских операций. Так, в декабре 2014 года была отозвана лицензия у ОАО Инвестбанк «БЗЛ», в ноябре 2015 года — у АО «Акционерный коммерческий банк «Носта». В 2016 году уже шесть банков Оренбургской области находятся под угрозой отзыва лицензии. Размеры активов и пассивов банков Оренбургской области постепенно увеличивались в период с 2010 по 2014 г., однако с 2015 года имеется тенденция снижения размера активов и пассивов. Прибыль банков в период 2010–2011 резко сократилась, что является следствием кризисной обстановки в экономике нашей страны, и региона в частности. В период 2012–2016 гг. прибыль постепенно увеличивалась, однако, в 2016 г. снова пошла на спад из-за введенных санкций по отношению к России [6].

Таким образом, изучив историю возникновения и развития Оренбургского отделения Центрального банка России, мы выяснили, что оно прошло сложный путь, выявив на современном этапе три подэтапа. В целом возникновение Центрального банка в России связывают с указом Александра Пота 1860 года, Оренбургского отделения —

с Сенатским утверждением об открытии в г. Оренбурге отделения Государственного банка.

Наибольшее внимание в исследовании уделено именно современному этапу в деятельности Оренбургского отделения. Рассмотрев деятельность Оренбургского отделения Центрального банка с 1991 г. по настоящее время, мы выяснили, что в течение данного периода происходило постоянное колебание размера активов. В целом динамика активов, полученной прибыли практически полностью соответствует общей тенденции банковского сектора Рос-

сийской Федерации. Постепенное сокращение количества банков в Оренбургской области даже полезно для банковской отрасли, поскольку уменьшение количества ненадежных и сомнительных банков только оздоровит банковскую сферу, увеличивая уверенность потребителей в надежности крупных банков. И таким образом на рынке останутся только те кредитные организации, которые качественно выполняют свою работу — предоставляя банковские услуги разнообразным экономическим субъектам Оренбургской области.

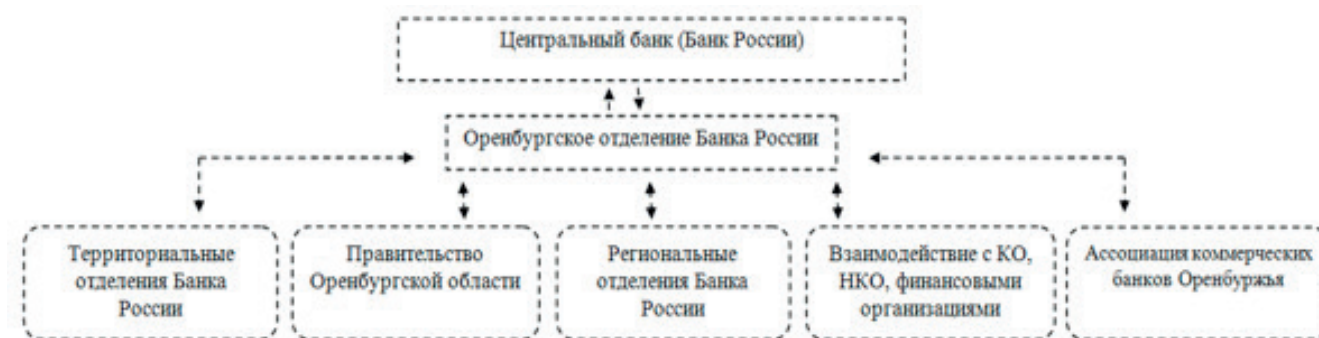


Рис. 10. Взаимосвязь с другими экономическими субъектами 2010–2016 г.

Литература:

1. Борисюк Н. К. Экономика, финансы, банки [Текст]: избр. тр. / Н. К. Борисюк. — Оренбург: Димур, 2007. — 320 с. — (Ученые ОГУ) — ISBN 978–5–7689–0172–1.
2. Дусаева Е. М. Учет и анализ доходов и расходов региональных коммерческих банков [Текст] / Е. М. Дусаева, Ю. М. Виньков. — Оренбург: [б. и.], 2004. — 167 с.
3. История развития банковского дела в Оренбуржье // Материалы научно-практической конференции. — Оренбург: ООО ИПК «Университет», 2011. — 422 с. — ISBN 978–5–4417–0020–7
4. Крымова И. П. Организация деятельности центрального банка: учебное пособие / И. П. Крымова, С. П. Дядичко, М. О. Зуева; Оренбургский гос. ун-т. — Оренбург: ОГУ, 2013. — 294 с.
5. Оренбургское главное управление Банка России [Текст]: годы и люди: 150-летию Банка России посвящ. / [под общ. ред. А. В. Стахнюка]. — Оренбург: Димур, 2010. — 180 с.: фот., ил. — Библиогр.: с. 178. — ISBN 978–5–7689–0239–1.
6. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации (Банка России) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>

Анализ современных тенденций цифровой трансформации промышленности

Садовский Григорий Леонидович, студент
 Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана

В статье анализируются стратегии и инициативы ведущих стран в области развития цифрового производства и конвергенции информационных и промышленных технологий. Выявляются основные технологические тренды в сфере цифровой трансформации промышленности. Предлагается система матриц для описания инфраструктуры цифровой экономики в России.

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровое производство, промышленный интернет вещей

Сегодня мировая экономика вступила в фазу быстрого развития информационных и промышленных технологий и их конвергенции. Экономика, информатика и промышленный менеджмент объединяются на основе концепции сетцентричности, формируются новые направления бизнес-информатики [1]. Интеллектуальные производственные системы принципиально меняют существующий облик промышленности, происходит качественный переход к новому промышленному укладу, в котором осуществляется управление производством как единым организмом, в котором все технологические и организационные элементы связаны между собой. Причем каждый из них работает в режиме взаимной синхронизации с другими, оптимизирует и подстраивает свою деятельность с учетом изменений внешней среды.

По оценкам Всемирного экономического форума, цифровая трансформация промышленности раскрывает огромный потенциал для бизнеса и общества в течение следующего десятилетия и может принести дополнительно более 30 трлн долл. США доходов для мировой экономики в период до 2025 года. Наиболее существенные эффекты ожидаются в сфере производства потребительских товаров (10,3 трлн долл.), в автомобильной промышленности (3,8 трлн долл.), в логистике (3,9 трлн долл.) [2]. Инициативы и программы по развитию цифровой экономики реализуются сегодня в различных государствах мира, интеграционных объединениях, в частности в Европейском Союзе, а также в крупных транснациональных компаниях [3].

В Германии на Ганноверской промышленной ярмарке в 2011 году принята стратегия «Индустрия 4.0» (нем. Industrie 4.0), основанная на концепции «Интернета вещей» (англ. Internet of Things, IoT). Эта новая стратегия развития немецкой промышленности направлена на создание «киберфизических систем» (англ. Cyber-Physical Systems, CPS), в которых вычислительные ресурсы интегрированы в физические процессы. Согласно этой стратегии, к 2030 году Германия должна полностью перейти на новую инфраструктуру промышленного Интернета. Это означает создание сети интеллектуальных машин, в которой оборудование и продукты являются активными системными компонентами, могут автономно изменять свои производственные шаблоны, управлять своими производственными и логистическими процессами. Аналогичные программы и промышленно развитых странах были приняты и в других европейских странах: High Value Manufacturing Catapult в Великобритании, Usine du Futur во Франции, Fabbrica del Futuro в Италии, Smart Factory в Нидерландах, Made Different в Бельгии и т. п.

В США в 2014 году был создан Консорциум промышленного Интернета (англ. Industrial Internet Consortium, IIC), в который изначально вошли компании General Electric, AT&T, Cisco, IBM и Intel. Консорциум представляет собой некоммерческую группу с открытым членством, стремящуюся устранить барьеры между различными технологиями, чтобы тем самым обеспечить максимальный до-

ступ к большим данным и усовершенствовать интеграцию физической и цифровой среды. В настоящее время он объединяет более 250 компаний-участников из 30 стран, среди которых ведущие мировые игроки отрасли в промышленном секторе и ИТ-сегменте. Эта организация ориентирована на решение практических задач обеспечения совместимости работы различных систем промышленного интернета вещей (англ. Industrial Internet of Things, IIoT) путем разработки технических стандартов и выработки рекомендаций. В 2017 Консорциум опубликовал документ «Структура связности промышленного Интернета вещей» (англ. The IIoT Connectivity Framework, IICF), который должен помочь специалистам-практикам раскрыть данные в изолированных системах, сделать возможным обмен данными и взаимодействие между ранее закрытыми компонентами и подсистемами и ускорить развитие новых индустриальных и кросс-индустриальных приложений [4].

В Китае в 2015 году принята концепция «Интернет +», которая включила в себя наилучшие инициативы ведущих стран мира. Концепция состоит из ряда направлений: «Интернет + Обрабатывающая промышленность», «Интернет + Финансы», «Интернет + Медицина», «Интернет + Правительство», «Интернет + АПК». Согласно этой концепции, промышленные предприятия должны использовать информационные технологии для реформирования существующего способа производства. Производители автомобилей и бытовой техники будут встраивать аппаратное и программное обеспечение в свои продукты для реализации функций дистанционного управления, а также автоматического сбора и анализа данных [5].

В России с 2014 года активно реализуется «Национальная технологическая инициатива» — долгосрочная комплексная программа по созданию условий для обеспечения лидерства российских компаний на новых высокотехнологичных рынках, которые будут определять структуру мировой экономики в ближайшие 15–20 лет. Функции организаторов НТИ возложены на АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» (АСИ) и Проектный офис Национальной технологической инициативы ОАО «Российская венчурная компания» (РВК). Отличительная особенность НТИ состоит в том, что содержательная часть перечня мер по достижению Россией лидерства на новых рынках формулируется самим высокотехнологичным бизнесом. По каждому рыночному направлению формируется Рабочая группа, которую возглавляет уже состоявшийся технологический предприниматель, профессионал в соответствующей тематической области, и профильный заместитель министра ответственного федерального органа исполнительной власти. В состав Рабочей группы НТИ входят представители бизнеса, научного и образовательного сообществ, органов исполнительной власти и другие заинтересованные участники [6].

Анализ перечисленных выше стратегий и инициатив позволяет выделить следующие основные технологические тренды в сфере цифровой трансформации промышленности:

- технологии промышленного Интернета вещей на основе внедрения интеллектуальных датчиков в оборудование и производственные линии;
- облачные технологии на основе перевода на распределенные ресурсы систем хранения информации и проведения вычислений;
- технологии больших данных на основе использования распределенной структурированной и неструктурированной информации из различных источников для формирования аналитики;
- технологии цифрового производства на основе компьютерного проектирования и моделирования технологических процессов, объектов, изделий на всех этапах жизненного цикла от идеи до эксплуатации.

В условиях цифровой экономики большая часть жизненного цикла продуктов и услуг будет реализована в цифровом виде: маркетинговый анализ, расчет технико-экономических характеристик, проектирование конструкции, проведение инженерного анализа, виртуальные испытания, цифровая интеграции всех узлов и комплектующих с последующим выводом полученной цифровой модели в физический мир в специализированных производственных центрах коллективного пользования, ее сборки, доставки заказчику и сервисного обслуживания.

Обобщая основные подходы к цифровой трансформации промышленности за рубежом, можно предложить следующую схему ее функционирования в России с учетом специфики нашей экономики (см. рис. 1).

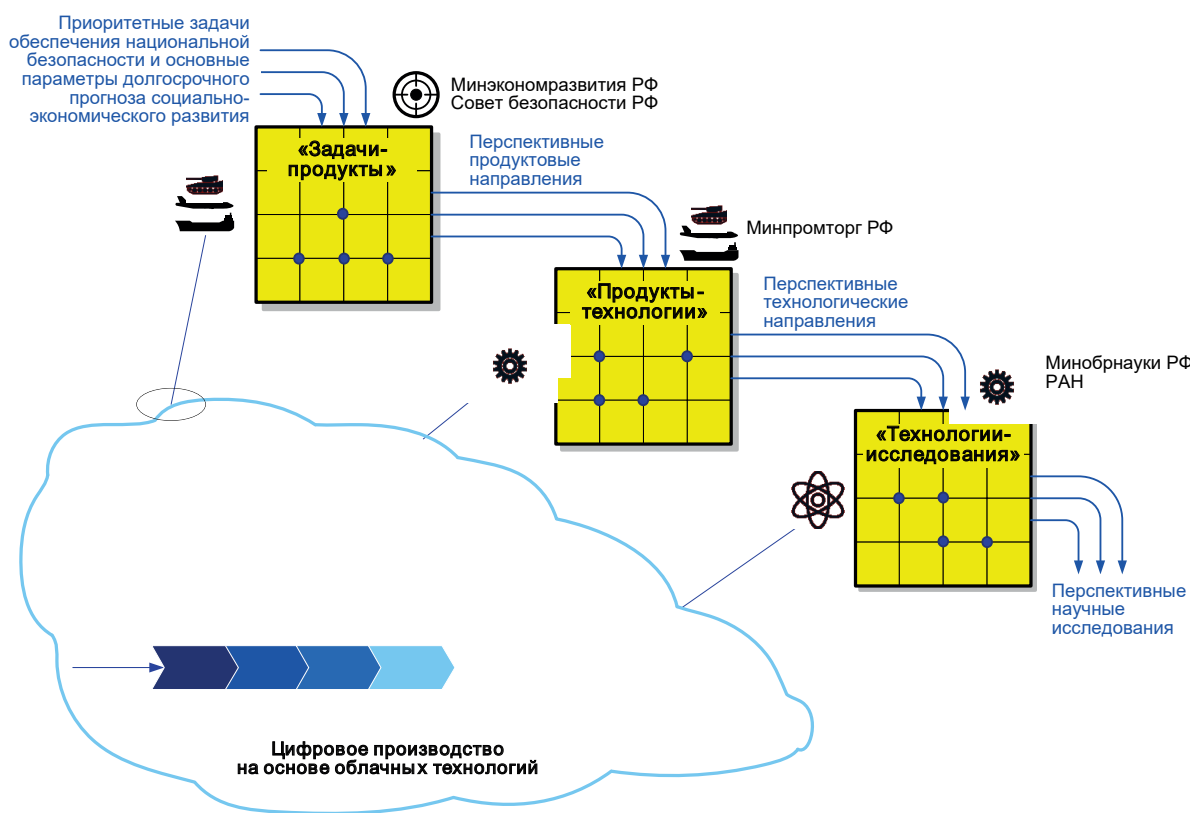


Рис. 1. Матричная инфраструктура цифровой экономики

На схеме на рис. 1 представлена система матриц «цели-средства», которая позволяет выявить избыточность и дублирование или, напротив, недостаточность технологических разработок и научных исследований.

Матрица «Задачи-продукты»: Глобальные проблемы оцениваются по степени критичности вызовов и угроз национальной безопасности. Стратегические задачи формулируются для устранения и упреждения проблемных ситуаций. В результате выявляются перспективные продуктовые направления, необходимые для решения приоритетных задач экономики и обороны.

Матрица «Продукты-технологии»: Стратегическое планирование является сквозным и осуществляется по всем стадиям жизненного цикла продуктовых линеек. Стратеги-

ческое планирование обеспечивает увязку планов развития науки и технологий с планами производства промышленной продукции.

Матрица «Технологии-исследования»: Стратегические планы являются скользящими и корректируются ежегодно, технологическое прогнозирование осуществляется непрерывно. Стратегическое планирование должно учитывать эффекты синергии и факторы взаимопользовности продуктов, технологий, исследований.

Система матриц транслируется в цифровое производство на основе облачных технологий. Стандарты и классификаторы являются «каркасом» для взаимодействия центров цифрового производства по стадиям жизненного цикла продукции.

В условиях цифрового производства в единой виртуальной информационной среде осуществляется построение 3D-модели конструкции продукта, расчет прочности и физико-химических характеристик, проведение инженерного анализа, проектирование процессов ее производства, взаимодействие с поставщиками и соисполнителями, сервисными и эксплуатирующими компаниями. Это означает формирование новой производственной системы — «цифровой фабрики» (англ. digital factory). Под цифровой фабрикой понимают интегрированный комплекс цифровых моделей, методов и инструментов, средств моделирования и 3D-визуализации, взаимосвязанных между собой на основе унифицированных систем управления данными. Целевой задачей цифровой фабрики является интегрированное планирование, оценка и непрерывное улучшение всех основных структур, процессов и ресурсов реального производственного предприятия.

При децентрализации и виртуализации ресурсов отпадает необходимость строить специализированные линии для производства отдельных категорий продукции. Произ-

водство прототипов или серий можно заказывать на заводах, которые не сосредоточены более на выпуске продуктов одного наименования, а предлагают свои технологические ресурсы всем, кто желает разместить заказ. Тем самым владельцы завода перестают быть зависимыми от коммерческой успешности небольшого количества наименований продукции. Сокращаются простои производственных мощностей. Появляется возможность производства мелкой серии или уникального продукта по цене, приближающейся к стоимости того же самого в крупной серии.

Это позволит создать экосистему цифровой экономики, в которой все ресурсы доступны глобально и дистанционно, и представляют собой коллективные центры цифрового производства по сквозным технологическим группам (точное литье, аддитивные технологии и др.). В цифровой экономике все базовые технологии и типовые стандартные «строительные» блоки изделий и услуг создаются и распространяются на основе принципов открытого программного обеспечения и доступны для всего сообщества разработчиков.

Литература:

1. Дроговоз П. А., Иванов П. Д. Перспективы развития бизнес-информатики как междисциплинарного подхода к управлению наукоемкими промышленными предприятиями // Электронное научно-техническое издание «Инженерный журнал: наука и инновации». Пер. № ФС77–53688. М.: МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2013. Выпуск № 3. URL: <http://engjournal.ru/articles/654/654.pdf>
2. Introducing the Digital Transformation Initiative // World Economic Forum. URL: <http://reports.weforum.org/digital-transformation/introducing-the-digital-transformation-initiative/>
3. Анализ мирового опыта развития промышленности и подходов к цифровой трансформации промышленности государств-членов Евразийского экономического союза // Евразийская экономическая комиссия. URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/prom_i_agroprom/dep_prom/
4. The industrial internet of things connectivity framework // Industrial Internet Consortium. IIC: PUB: G5: V1.0: PB:20170228. URL: <https://www.iiconsortium.org/IICF.htm>
5. China unveils targets for 2015: Li Keqiang's speech as it happened // South China Morning Post. March 5 2015. URL: <http://www.scmp.com/news/china/article/1729846/live-li-keqiang-unveils-chinas-annual-work-report>
6. Учебный курс НТИ. Основные понятия, участники, принципы, ожидаемые результаты // Национальная технологическая инициатива. URL: <http://www.nti2035.ru/nti/>

Процесс финансирования инновационной деятельности

Сатторкулов Обидкул Турдикулович, кандидат экономических наук, доцент;

Рахматов Камолиддин Уралович, преподаватель

Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Мавлянов Фаррух Шодидулович, преподаватель

Ширинский профессиональный колледж энергетики и сервиса (Узбекистан)

Мы должны хорошо осознавать, что без осуществления диверсификации производства нельзя вести речь о наращивании экспортной программы выхода и продвижения нашей продукции на внешние рынки, обеспечении поступления валютных доходов и создании новых высокотех-

нологичных производств и рабочих мест, в конечном итоге, достижении поставленных целей. В первую очередь, необходимо обеспечить опережающее развитие и адресную поддержку тех отраслей и производств, которые имеют и могут иметь высокую конкурентоспособность на мировом рынке

и в предстоящий период могут стать локомотивами экономического роста, дальнейшей модернизации и диверсификации экономики [1, с. 2].

В последнее время под инновациями не понимается привычное для всех производство, основанное на достижениях НИОКР, а они представляются как процесс или результат новой комбинации ресурсов, при которой растёт общая производительность ресурсов, или рост производительности какого-либо ресурса в производстве, вследствие внедрения новой техники. В результате, даже роль фундаментальных исследований в увеличении инноваций снижается, а роль наличия высококвалифицированных кадров, высокотехнологичного оборудования, новых идей и инновационного менеджмента растёт в значительной степени. Этот факт немаловажен для финансирования инновационных проектов в Узбекистане, так как финансирование тоже должно сосредоточиться в этих направлениях.

Источниками новшеств могут быть новые научные знания (например, изобретения), передача делового опыта из одного сектора в другой, или видоизмененная апелляция ко вкусу новых и имеющихся потребителей. Применение конкретного новшества возможно в виде новых или улучшенных продуктов, новых или более совершенных процессов бизнеса, новых или более совершенных организационных процессов и новых источников сырья. Наконец, по своему масштабу и степени преемственности по отношению к имеющимся на рынке процессам новшество может вызывать постепенные или радикальные изменения на рынке, ведущие к «разрушению» существующего экономического порядка и к созданию новых способов ведения бизнеса.

Западный опыт показывает, что в наукоемком бизнесе наиболее успешно работают малые фирмы. Большинство из нынешних грандов хай-тека (Google, Microsoft, Cisco Systems, Apple и т. д.) выросли из небольших фирм. Рост высокотехнологичного малого бизнеса стал возможен благодаря хорошо развитой системе венчурного финансирования. Создание такой системы актуально сейчас для Узбекистана. При этом в роли потенциального венчурного капиталиста могут выступать как частные инвесторы, так и государство. Узбекистан имеет сегодня возможность воспользоваться опытом других стран для целенаправленного создания институтов и механизмов, позволяющих эксплуатировать в целях своего развития потенциал научно-технической и информационной революции.

Основополагающими элементами инновационной системы являются:

- 1) знания и образование,
- 2) бизнес и предприятие,
- 3) институты, которые соединяют эти два элемента.

Ключевыми среди таких институтов являются те, которые обеспечивают информацией обе стороны и финансовые институты.

Проводимая в течение 25 лет стратегия структурных преобразований экономики способствовала масштабному

строительству новых современных высокотехнологичных предприятий, модернизации и обновлению действующих производств. Реализация продуманной политики по реформированию, либерализации и модернизации экономики страны, диверсификации ее структуры предохраняет страну от негативных воздействий мировых кризисов, позволяет ей противостоять различным внешним вызовам и угрозам. Практические результаты широкомасштабных преобразований очевидны: за годы независимости национальная экономика страны выросла почти в 6 раз, реальные доходы в расчете на душу населения более чем в 12 раз. В стране продолжается процесс углубления структурных преобразований на основе модернизации, технического и технологического обновления производств, вводятся высокотехнологичные мощности с опережающим развитием транспортной и коммуникационной инфраструктуры [2, с. 38].

Европейская экономическая комиссия организации объединенных наций в своем докладе «Финансирование инновационного развития. Сравнительный обзор опыта стран ЕЭК ООН в области финансирования предприятий на ранних этапах развития» выделяет четыре этапа цикла финансирования инновационной деятельности потенциальных областей для вмешательства на уровне мер политики:

- этап мобилизации средств, на котором обеспечивается наличие средств, которые специализированные финансовые посредники направляют в инновационные предприятия;
- этап инвестирования, в ходе которого обеспечивается поток инвестиционных возможностей для бизнес-ангелов и фирм венчурного капитала, а также экспертиза для оценки этих возможностей;
- этап создания добавленной стоимости, на котором требуются экспертные знания и навыки по вопросам надзора, менеджмента и развития инновационных предприятий;
- этап выхода из инвестиций, позволяющий инвесторам «конвертировать» добавленную стоимость в средства, которые могут быть направлены в инновационные предприятия следующей «волны».

Существующие проблемы с внедрением инноваций во многом связаны и с незавершенностью формирования системы государственного финансирования НИОКР и инновационных процессов. Государственное финансирование остается достаточно низким, а отсутствие платежеспособного спроса на продукцию НИОКР со стороны частного сектора не привело к появлению дополнительных источников финансирования.

Венчурное финансирование предоставляется обычно для расширения нового бизнеса на более поздних этапах финансирования инновационных проектов. В развитых рынках, обычно средства, инвестируемые фирмами венчурного капитала в демонстрирующие значительный потенциал роста перспективные предприятия, предоставляют им институциональные или иные инвесторы. Поскольку фирмы венчурный капитал не инвестируют свои собствен-

ные средства, то мобилизация ресурсов является критически важным компонентом цикла венчурного капитала. Источником средств венчурный капитал обычно становятся институциональные фонды (пенсионные и страховые фонды), банки, корпорации, государства, также частные компании и лица, а также другие фонды (хедж фонды, суверенные фонды и другие).

Фонды венчурного капитала не могут работать успешно, если нет большого количества предпринимателей высокого качественного уровня. Наличие боль-

шого количества деловых предложений создает условия для эффективного выбора предприятий с высоким потенциалом. В свою очередь возможности предложения большого количества инновационных предприятий с высоким потенциалом бизнес-ангелам и фондам венчурный капитал зависят от общего состояния НИОКР в данной стране, от привлекательности карьеры предпринимателя и от наличия контекста критической поддержки на самых ранних этапах создания нового предприятия.

Литература:

1. Каримов И. А. Создание в 2015 году широких возможностей для развития частной собственности и частного предпринимательства путем осуществления коренных структурных преобразований в экономике страны, последовательного продолжения процессов модернизации и диверсификации — наша приоритетная задача. // Народное слово, № 11. 17.01.2015.
2. Хамраева Д. Узбекистан видит свое будущее на десятилетия вперед. // Рынок, деньги и кредит. № 8. 2016 г. С. 36–42.

Знания как фактор экономического развития

Сатторкулов Обидкул Турдикулович, кандидат экономических наук, доцент;
Рахматов Камолиддин Уралович, преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Мавлянов Фаррух Шодидулович, преподаватель
Ширинский профессиональный колледж энергетики и сервиса (Узбекистан)

Знания, навыки, технологии всегда были важнейшим фактором экономического развития. История полна примеров того, когда новые знания самым радикальным образом переворачивали способ производства и позволяли поднять экономику на принципиально иной уровень. Но только с конца XVIII века прикладное применение научных знаний и инновационных разработок становится системным и массовым явлением. Интеграция производства, науки и изобретательства стало основой индустриальной экономики, возникшей в результате промышленной революции начала XIX века. Такая интеграция позволила существенно ускорить темпы экономического роста и повысить уровень общественного благосостояния. Сегодня мы наблюдаем постиндустриальную (информационную) революцию, в процессе которой знания становятся основным, доминирующим фактором экономического развития.

Таким странам, как Узбекистан, очень важно создать условия для повышения инновационности экономики, сформировать механизмы и институты, которые позволят наилучшим образом воспользоваться плодами информационной революции для обеспечения устойчивого экономического развития. В центре нашего внимания в истекшем году были вопросы дальнейшего реформирования и совершенствования системы образования. Ежегодные рас-

ходы на образование в Узбекистане составляют порядка 10–12 процентов к ВВП, что почти в 2 раза превышает соответствующие рекомендации ЮНЕСКО (6–7 процентов) по размерам инвестиций в образование, необходимых для обеспечения устойчивого развития страны. В 2015 году были осуществлены работы по дальнейшему развитию и укреплению материально-технической базы 384 объектов в сфере образования на общую сумму 423 миллиарда сумов, в том числе построено по типовым проектам 29 новых общеобразовательных школ, реконструировано 219 школ и капитально отремонтировано 136 школ [1, с. 3].

Существуют четыре основные предпосылки превращения знаний в основной фактор развития.

Первая — наличие и доступность знаний и технологий, которые способны повысить эффективность производства. Благодаря бурному развитию науки и современных технологий, в настоящее время, общественно полезные знания производятся в колоссальных, в несопоставимых с прошлым масштабах. На то, что современная наука способна сделать за год, раньше уходило столетия и тысячелетия. Соответственно, появляются принципиально новые возможности для экономического развития.

Кроме того, знания — продукт особого свойства: издержки их распространения, как правило, ничтожно малы

(иногда равны нулю). Поэтому, после того, как знание появилось, его очень трудно монополизировать, зато очень легко распространить, сделать массовым. Это главное отличие знания от материальных продуктов.

Первая предпосылка, как говорится, необходимое, но не достаточное условие превращения знаний в решающую силу экономического развития. Есть еще три тесно связанных между собой предпосылки, наличие которых и объясняет, почему далеко не все страны способны воспользоваться возможностями информационной революции.

Вторая предпосылка — инновационная восприимчивость. Для того, чтобы знания и технологии внедрялись в экономику необходимо, чтобы субъекты экономических отношений были способны найти нужную информацию, понять и воспринять новые знания, адаптировать их к своим потребностям и применить на практике. Здесь решающее значение имеет уровень развития человеческого капитала, а также наличие и эффективная работа специальных институтов, способствующих созданию знаний, их распространению, внедрению инноваций, приспособлению технологий к нуждам конкретного производства.

Третья предпосылка — способность генерировать инновации. Инновационный процесс не сводится к простому применению уже имеющихся знаний. Инновационная модель развития предполагает, что вся производственная деятельность насыщена новаторством, что все работники предприятия имеют стимулы и навыки для генерации и внедрения множества микроинноваций. Дело в том, что инновационная деятельность охватывает все без исключения стороны современного производства. Соответственно, инновационная восприимчивость должна дополняться постоянной инновационной деятельностью, повседневным совершенствованием производственных и организационных технологий. Здесь очень многое зависит от уровня образования и особенностей мышления предпринимателей, менеджеров и работников предприятий, их склонности к изобретательству и разработке новых микронововведений, способности к творческому мышлению.

Весь мировой опыт показывает, что в настоящее время в глобальной экономике все более возрастающую роль и значение приобретает сектор информационно-коммуникационных технологий, включающий в себя производство компьютерных и телекоммуникационных технологий,

разработку программного обеспечения и предоставление на их основе широкого спектра интерактивных услуг. Не следует забывать, что развитие ИКТ напрямую влияет на уровень конкурентоспособности страны, позволяет собирать и обобщать огромные массивы информации, открывает широкие возможности для управления на стратегическом уровне. Надо сказать, что уже сегодня на ИКТ приходится примерно 5,5 процента мирового ВВП, а по оценкам авторитетных международных экспертов к 2020 году этот показатель превысит 9 процентов [1, с. 3].

Четвертая предпосылка — инновационная востребованность. Восприимчивость к нововведениям и склонность к их генерированию не имеют смысла без наличия спроса на инновации, то есть платежеспособной потребности со стороны субъектов экономики применить те или иные полезные знания и технологии.

Практика показывает, что стимулы генерировать и внедрять инновации создает рыночная конкуренция, которая заставляет производителя бороться за сокращение издержек и улучшение качества продукта. Соответственно на рынке выживают те предприниматели, которые способны гибко реагировать на рыночные импульсы и активно внедрять новые технологии и методы организации. Другое важное условие инновационной востребованности — благоприятный для инвестиционной и инновационной деятельности бизнес-климат. Чем меньше предприниматели несут издержек доступа на рынки и взаимодействия с государством, тем больше у них возможностей для внедрения новых технологий и повышения эффективности.

Обеспечение высокого уровня инновационности экономики еще не гарантирует технологического прорыва в кратчайшие сроки. Знания накапливаются постепенно, инновационный потенциал должен быть наращен до определенного критического уровня, чтобы распространение технологий приняло взрывной характер. В условиях низкого качества человеческого капитала невозможно удовлетворить спрос на квалификационных специалистов, повысить эффективность государственного регулирования, уровень индустриализации и экспортной ориентации малого бизнеса [2, с. 49].

Узбекистан имеет возможность, опираясь на опыт других стран целенаправленного создания институтов и механизмов, позволяющих использовать в целях своего развития потенциал информационной революции.

Литература:

1. Каримов И. А. Создание в 2015 году широких возможностей для развития частной собственности и частного предпринимательства путем осуществления коренных структурных преобразований в экономике страны, последовательного продолжения процессов модернизации и диверсификации — наша приоритетная задача // Народное слово, № 11. 17.01.2015.
2. Чепель С. Новая индустриальная политика и расширение продуктивной занятости // журнал: Рынок, деньги и кредит. № 8. 2016. с. 43–50.

Эффективное использование земельных ресурсов в условиях модернизации экономики

Сатторкулов Обидкул Турдикулович, кандидат экономических наук, доцент;
Рахматов Камолиддин Уралович, преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Глубокие структурные изменения происходят в сельском хозяйстве. Благодаря самоотверженному труду и мастерству фермеров и дехкан, несмотря на сложные погодные условия, в республике выращен и собран богатый урожай сельскохозяйственной продукции-произведено более 7 миллионов 500 тысяч тонн зерна, более 3 миллионов 350 тысяч тонн хлопка. Следует отметить, что полученные высокие урожаи обеспечены в основном за счет интенсификации сельскохозяйственного производства, улучшения селекции и внедрения районированных сортов хлопчатника и зерновых колосовых культур, освоения современных агротехнологий [1, с. 3].

В условиях модернизации экономики особое значение приобретает охрана и рациональное использование земельных ресурсов. В стране проводится целенаправленная работа, по борьбе с деградацией земель и повышение уровня жизни сельского населения направленных на привлечение координированных инвестиций в усовершенствование землепользования в сельской местности, конечным результатом которого является успешного осуществления концепций для устойчивого управления земельными ресурсами. Ежегодно на поддержку фермерских хозяйств выделяются значительные средства и ассигнования. Земли аграрного сектора экономики являются одной из важнейших ресурсов, здесь создается 26,8% всего ВВП Узбекистана. Особой гордостью страны являются орошаемые земли, составляющие около 4,3 млн га, на которых производится свыше 95,0% всей сельскохозяйственной продукции.

В Узбекистане активно проводится широкомасштабная программа рационального использования земельных ресурсов в аграрном секторе. Принципиально важным приоритетом экономической программы на ближайшую перспективу является дальнейшее углубление реформирования и структурных преобразований в сельском хозяйстве, эффективного использования земельных и водных ресурсов. Надо сказать, что с переходом на фермерскую систему хозяйствования вопрос оптимизации размеров участков, которыми на правах арендной собственности наделяется каждое фермерское хозяйство, остается актуальным. Это, в первую очередь, связано с тем, что в условиях орошаемого земледелия, дефицита водных ресурсов и большой засоленности практически все посевные территории в Республике Каракалпакстан, областях и сельских районах страны отличаются большим разнообразием по плодородию и бонитету земель [1, с. 3].

Узбекистан — страна с развитым агропромышленным сектором. Она располагает 25 млн 736 тыс. га земель сельскохозяйственного назначения, из них площадь орошае-

мых земель составляет около 4,2 млн га, в том числе, площадь орошаемой пашни 3,30 млн га. Именно на орошаемых землях получают свыше 97% всей сельскохозяйственной продукции республики. Из-за водного дефицита увеличить площадь орошаемых земель практически невозможно. Сельское хозяйство даёт примерно 25% валового внутреннего продукта. По производству хлопка Узбекистан занимает пятое место в мире. Он обеспечил свою зерновую независимость, собрав в 2007 г. свыше 6 млн тонн зерна колосовых культур. В настоящее время страна производит около 3,7 млн т. хлопка сырца, 7,5 млн т зерна, более 6 млн т. плодоовощной продукции, ежегодно экспортирует около 1,2 млн т. хлопкового волокна, 590 тысяч т. плодоовощной продукции. За последние два года за счет восстановления и реконструкции более 37 тысяч километров коллекторов и дренажных систем, включая 35 тысяч километров межрайонных и межхозяйственных сетей, улучшено мелиоративное состояние 740 тысяч гектаров орошаемых земель. Успешное осуществление экономико-экологических мероприятий, которые затем могут быть интегрированы в секторальные планы и бюджет, вносят свой вклад в общие приоритеты национального развития.

Необходимо отметить, что более широкие региональные и глобальные цели также будут достигнуты путем:

- 1) сохранения, консервации и восстановления структуры и функциональной интегрированности экосистем;
- 2) стабилизации зон формирования стока, особенно для предотвращения эрозии почв и заиления водоемов.

Эффективность работы принципов устойчивого управления окружающей средой, прежде всего, зависит от развития потенциала страны в этой области. Поэтому был разработан Национальный доклад по борьбе с опустыниванием Республики Узбекистан, в котором обобщена и проанализирована деятельность по выполнению Конвенции по борьбе с опустыниванием. Однако необходима ежегодная оценка и пересмотр этих мероприятий, а также определение потенциала по Конвенции по борьбе с опустыниванием [2, с. 79].

Проблемы опустынивания и засухи являются трансграничными проблемами и поэтому необходимы совместные действия государств по разработке и реализации проектов по борьбе с опустыниванием. Приоритетными вопросами субрегионального сотрудничества в области опустынивания, деградации земель для стран Центрально-азиатского региона являются мониторинг и оценка процессов опустынивания; создание системы раннего предупреждения

и смягчения последствий засухи, улучшение водопользования в сельском хозяйстве; борьба с эрозией, засолением и заболачиванием; агролесоводство, управление лесными ресурсами и зонами водосбора; управление пастбищами и сохранение биоразнообразия и охрана природы, развитие этнотуризма.

По причине географических и природно-климатических особенностей Республика Узбекистан в высокой степени уязвима к ущербу окружающей среде, в особенности, в отношении ущерба неустойчивым аридным экосистемам. Наиболее серьезными экологическими проблемами на ступательно угрожающими природным ресурсам страны являются возрастающее засоление почв и воды, ветровая и водная эрозия, стравливание пастбищ и вырубка лесов, потеря биоразнообразия и снижение продуктивности пахотных и пастбищных угодий. Экологические проблемы существуют во всех областях Узбекистана, но наиболее серьезные характерны для районов с наивысшей концентрацией населения [3, с. 112].

Повышение продуктивности использования земельных ресурсов непосредственно связано с развитием фермерских и дехканских хозяйств. В результате оптимизации земель-

ных участков дополнительно создано свыше 17,5 тысячи фермерских хозяйств и более 250 тысяч новых рабочих мест. Наибольшее количество фермерских хозяйств образовано в Ташкентской, Джизакской, Наманганской, Самаркандской, Кашкадарьинской, Ферганской, Андижанской областях и Республике Каракалпакстан [1, с. 3].

Избыточно засоленные земли всегда дают сниженный урожай по сравнению с незаселенными. Вместе с тем они требуют более значительных затрат труда и средств со стороны государства и непосредственно от земледельцев. Поэтому рациональное и эффективное использование, всемерное сохранение и повышение плодородия земель следует рассматривать как обязательный раздел государственной политики зональных, региональных и локальных систем земледелия и планов развития экономики страны и каждого хозяйства.

Таким образом, можно сделать вывод, что в настоящее время как никогда высок уровень экологического бедствия. Поэтому необходимо направить все усилия на решение проблем эффективного использования природных, земельно-водных и минерально-сырьевых ресурсов, как у нас в стране, так и в соседних среднеазиатских странах.

Литература:

1. Каримов И. А. Создание в 2015 году широких возможностей для развития частной собственности и частного предпринимательства путем осуществления коренных структурных преобразований в экономике страны, последовательного продолжения процессов модернизации и диверсификации - наша приоритетная задача. // Народное слово, № 11. 17.01.2015.
2. Абдуллаев А. М. Хакимов Н. Х. Экономика природопользования. Учебное пособие. Ташкент. 2006. — 263 с.
3. Чертовичкий А. С., Базаров А. К. Система землепользования Узбекистана. — Т.: «ФАН», 2007. — 412 с.

Рынок инноваций и его структура

Сатторкулов Обидкул Турдикулович, кандидат экономических наук, доцент;

Рахматов Камолиддин Уралович, преподаватель

Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Коммерческий обмен различными объектами инновационного продукта осуществляется на рынке инноваций. Рынок инноваций представляет собой совокупность организационно-экономических отношений, возникающих в процессе обмена результатами инновационной деятельности и согласования интересов его участников по ценам, срокам и масштабам такого обмена.

Главным ориентиром для нас должно быть непрерывное технологическое и техническое обновление производства, а также постоянный поиск внутренних резервов, осуществление глубоких структурных преобразований в экономике, модернизации и диверсификации промышленности. Важнейшим направлением реализации наших внутренних резервов и возможностей должно стать поэтапное увели-

чение глубины переработки отечественных сырьевых ресурсов минерального и растительного происхождения, которыми богата наша земля, а также расширение объемов и номенклатуры производства продукции с высокой добавленной стоимостью. [1, с. 2].

Рынок инноваций может быть классифицирован по характеру инноваций (рынок контрактных НИОКР, рынок лицензий, рынок технологий), типам покупателей (предприятия и организации), формам собственности, месту реализации инноваций. На рынке контрактных НИОКР осуществляется купля-продажа результатов НИОКР, выполненных по заказу заинтересованных субъектов с целью их практического внедрения или проведения дальнейших исследований и разработок. На рынке лицензий предме-

том обмена становятся права на применение интеллектуальных продуктов, а также апробированных технологий. Через этот рынок покупаются и продаются уже подтвердившие свою эффективность на практике технологические процессы и производимые продукты.

Речь идет не только о показателях роста объемов экспорта продукции. На повестке дня стоят и гораздо более серьезные вопросы. Это — конкурентоспособность отечественных технологий, разработка ноу-хау, внедрение современных информационно-коммуникационных технологий, то есть реализация системных мер по обеспечению производства высококачественной продукции [2, с. 2]. Обмен научно-техническими достижениями и технологическими новшествами в некоммерческой форме происходит посредством научно-технических публикаций (книги, обзоры, рефераты, статьи, патентные фонды и др.), проведения выставок, ярмарок, конференций, симпозиумов, семинаров; деятельности центров научно-технической информации; организации технического обучения в системе образования и переподготовки кадров; взаимных визитов и деловых контактов ученых и специалистов, применяющихся для наблюдения, сбора и обмена информацией и т. п. Применение коммерческих методов обмена в тех областях, где в настоящее время используются некоммерческие, могло бы тормозить технический прогресс и образование в обществе, усложнить процессы накопления и передачи знаний.

Структура рынка инноваций по формам собственности, отражающая потоки нововведений между субъектами различных форм собственности, предопределяет многие направления государственной инновационной политики такие, как меры государственной поддержки малых инновационных предприятий и организаций венчурного капитала, условия технологического трансферта из государственного сектора в частный, нормативно-правовое регулирование и др [3, с. 76].

Различаются внутренние и внешние рынки инноваций. Устаревшие в определенной стране технологии могут передаваться в страны-реципиенты, для которых они могут оставаться достаточно новыми, то есть остаются инновациями.

Экономическая сущность и специфика рынка инноваций заключаются в следующем:

— Формирование коммерческого обмена продуктами инновационной деятельности стало закономерным итогом исторического развития производственных отношений, распространением всеобщего характера товарного производства при рыночной экономике на инновационную сферу. Данный процесс органически связан с углублением общественного разделения труда, специализацией и коопери-

рованием в областях научно-технической, инновационной и производственной деятельности.

— Поступающие в сферу обмена инновационные продукты отвечают всем признакам товара, а их коммерческий обмен осуществляется путем заключения сделок, отражающих специфику этих объектов как товара.

— В сфере торговли объектами инновационного продукта сложился и действуют рыночный механизм, основными элементами которого являются спрос, предложение и цены. Так же как и национальные рынки традиционных товаров, рынки объектов инновационного продукта имеют количественные характеристики, отраслевую и географическую структуру, свои формы рекламы, методику расчета цен, правовые нормы.

На национальный рынок инноваций продукта оказывают постоянное воздействие конъюнктурные факторы. К общим факторам относятся циклические колебания. К специфическим конъюнктурообразующим факторам относятся состояние научно-технического потенциала и производственной сферы, торгово-политические условия реализации конкретных объектов инновационной деятельности на рынке.

Рынок инноваций включает совокупность рынков производителей научно-технической продукции, производителей инновационного продукта и их потребителей. Специфика инновационной деятельности определяет двойственную роль ее субъектов, которые выступают потребителями (покупателями) научно-технической продукции на рынке производителей научно-технической продукции и производителями (продавцами) инновационного продукта, вступая в сделки с его потребителями. Таким образом, возможности деятельности инновационных фирм, а, следовательно, и объемы приобретаемой ими научно-технической продукции, ограничены объемом платежеспособного спроса потребителей инновационного продукта, ведущих конкурентную борьбу на доступных им сегментах рынка.

Сложность формирования цен на инновационный продукт связана с тем, что его объектами являются не только материальные, но и невещественные субстанции, не находящие полного материального воплощения и не обнаруживающие стоимости в рамках трудовой теории стоимости, ограниченной материальным производством.

В то же время особенностью объектов инновационного продукта является то, что они создаются, как правило, в единственном числе и не воспроизводятся другими предпринимателями, что не позволяет измерить рабочим временем общественно необходимый труд конкретного субъекта инновационной деятельности, поскольку созданная им уникальная потребительная стоимость не повторяется в общественном труде других субъектов.

Литература:

1. Каримов И. А. Создание в 2015 году широких возможностей для развития частной собственности и частного предпринимательства путем осуществления коренных структурных преобразований в экономике страны, последо-

вательного продолжения процессов модернизации и диверсификации-наша приоритетная задача. // Народное слово, № 11. 17.01.2015.

2. Мирзиёев Ш.М. Критический анализ, жесткая дисциплина и персональная ответственность должны стать повседневной нормой в деятельности каждого руководителя. // Народное слово, № 11. 16.01.2017.
3. Турсунходжаев М. Развитие национальной инновационной системы как инструмент повышения конкурентоспособности и диверсификации экономики Узбекистана. // материалы VII Форума экономистов. Ташк.: ИПМИ, 2015.

Основные направления государственной инновационной политики и механизм ее реализации

Сатторкулов Обидкул Турдикулович, кандидат экономических наук, доцент;
Тошбоев Бекзод Бахтиёрович, преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Государственная инновационная политика представляет собой совокупность мероприятий, направленных на активизацию инновационной деятельности, повышение ее эффективности и широкое использование результатов в целях ускоренного социально-экономического развития страны и наиболее полного удовлетворения общественных потребностей. Она включает три этапа, т. е. разработку научно обоснованных концепций развития инновационной деятельности — осуществляется на основе анализа состояния инновационного потенциала; определение основных направлений государственной поддержки инноваций; осуществление практических действий по реализации поставленных целей, направленных на повышение инновационной активности.

В первую очередь, необходимо обеспечить опережающее развитие и адресную поддержку тех отраслей и производств, которые имеют и могут иметь высокую конкурентоспособность на мировом рынке и в предстоящий период могут стать локомотивами экономического роста, дальнейшей модернизации и диверсификации экономики. [1, с. 2].

В инновационной политике необходимо выделить две стороны — стратегическую и тактическую. Стратегия государственной инновационной политики формируется на основе долгосрочных концепций социально-экономического и общественно-политического развития страны. Выбор стратегии инновационной политики предполагает определение основных направлений государственного регулирования инновационной деятельности и принятие методов развития и использования научного потенциала, установление главных целей инновационного развития в соответствии с социально-экономическими целями. Тактика предполагает определение текущих целей и конкретных мероприятий, обеспечивающих достижение этих целей с наибольшей эффективностью. Тактические средства — это финансирование исследований и проектно-конструкторских разработок, материально-техническое и информационное обеспечение, подбор кадров, создание правовых

и организационных условий для реализации мероприятий инновационного развития.

Эффективность государственной инновационной политики, методов ее формирования и основных направлений поддержки инноваций в известной мере находит отражение в научно-техническом лидерстве. Оно проявляется в международном масштабе: расширении экспорта научно-технических информационных результатов (лицензий, патентов и др.), увеличении экспорта готовых новшеств, широком оказании безвозмездной научно-технической инновационной помощи другим странам. Научно-техническое лидерство — это доказательство правильности выбранного стратегического курса и тактических действий по формированию и проведению государственной инновационной политики. Научно-техническое лидерство является следствием правильного выбора направлений исследований. Правильный выбор должен привести к лидерству по тем направлениям, по которым имеется приоритет в развитии [2, с. 146].

Государственная инновационная политика в основном направлена на создание благоприятных экономических, организационных, правовых, информационных и социально-психологических условий для осуществления инновационных процессов. Эти условия и многообразие методов формирования инновационной политики определяют основные направления государственной поддержки инноваций. Основные направления государственной поддержки инноваций включают:

- 1) содействие развитию научных исследований, прежде всего в перспективных направлениях;
- 2) кадровое обеспечение инновационной деятельности;
- 3) содействие разработке (в рамках правительственных ведомств) разнообразных программ, направленных на повышение инновационной активности;
- 4) формирование государственных заказов в виде контрактов на проведение инновационных разработок, обеспечивающих начальный спрос на многие новше-

ства, которые затем находят широкое распространение на рынке (внутреннем и внешнем);

- 5) применение фискальных и прочих инструментов государственного регулирования;
- 6) участие государства в роли посредника в организации эффективного взаимодействия различных секторов науки и стимулировании кооперации в области инновационных разработок между промышленными фирмами и высшими учебными заведениями;
- 7) координацию инновационной деятельности в регионах;
- 8) создание правовой базы инновационной деятельности;
- 9) регулирование международных связей в области инновационных процессов.

Последние два направления важны с точки зрения степени участия государства в поддержке инновационной деятельности. Ведь правовое регулирование инновационных процессов является исключительной прерогативой государства, а регулирование международных связей в области инновационных процессов в основном также осуществляется государством.

Рыночная экономика и конкурентная среда требуют от субъектов предпринимательства постоянного внедрения новых инновационных элементов в свою производственную деятельность. В национальной экономике потребность в инновациях неуклонно растёт, однако субъекты предпринимательства участвуют в финансовом обеспечении инновационной деятельности с различной степенью активности. В переходной экономике Узбекистана основным поставщиком инвестиций для финансирования инновационной деятельности всё ещё является государство. Современный этап модернизации экономики требует качественно

нового механизма мобилизации инвестиций для нужд создателей инновационной продукции и пересмотра методологии финансового обеспечения субъектов национальной инновационной системы. Средства государственного бюджета в Узбекистане направляются на финансовое обеспечение государственных и международных научно-технических программ, на содержание уникальных научных объектов, отдельных научно-исследовательских институтов, архивов, оплату труда экспертов и заработную плату старших научных сотрудников-соискателей.

Сравнительный анализ структуры распределения государственных инвестиций по направлениям государственных научно-технических программ в 2004 и 2014 гг. показал, что основная их доля приходится на прикладные исследования: они составили 68 % от общего объёма финансового обеспечения в 2004 г. и 58 % в 2014 г. Это объясняется тем, что прикладные исследования, основываясь на результатах фундаментальных наук, имеют практический результат и направлены на создание новых видов техники и технологий, позволяющих осуществить прорыв в той или иной области, что очень важно на нынешнем этапе модернизации национальной экономики.

Таким образом, на пути к инновационному развитию экономики одного лишь наличия институтов, занимающихся НИОКР, недостаточно для достижения поставленной цели-построения экономики инновационного типа. Необходима достаточно прочная финансовая основа инновационной деятельности, которая, помимо государственного финансирования, должна пополняться финансовым обеспечением со стороны корпоративных и частных инвесторов, деятельность которых напрямую зависит от своевременного введения инновационных элементов в производство.

Литература:

1. Каримов И. А. Создание в 2015 году широких возможностей для развития частной собственности и частного предпринимательства путем осуществления коренных структурных преобразований в экономике страны, последовательного продолжения процессов модернизации и диверсификации — наша приоритетная задача. // Народное слово, № 11. 17.01.2015.
2. Султанова Г. Факторы инновационной активности предприятий в Узбекистане. // Основные направления дальнейшей модернизации и повышения конкурентоспособности национальной экономики: материалы VII Форума экономистов. Ташкент: ИПМИ, 2015.

Стратегические и нестратегические барьеры взаимодействия малого и среднего предпринимательства с крупным бизнесом в нефтегазовой отрасли

Сафуанова Лейсан Фуатовна, кандидат экономических наук, доцент;
Тасмуханова Альфия Ерсановна, кандидат экономических наук, доцент
Уфимский государственный нефтяной технический университет

В статье рассматриваются барьеры, возникающие на пути входа малого предприятия на рынок нефтепродуктов. Детально рассматриваются стратегические и нестратегические барьеры входа на рынок нефтепродуктов.

Ключевые слова: стратегические барьеры, нестратегические барьеры, малое и среднее предпринимательство, крупный бизнес, нефтегазовая отрасль

Барьеры входа на рынок — это факторы объективного или субъективного характера, которые мешают новым фирмам создавать прибыльное производство в отрасли.

На рисунке 1 проиллюстрированы существующие барьеры входа на рынок нефтепродуктов.

Стратегические барьеры определяются действиями компаний-конкурентов. К ним относятся ценовые ограничения входа на рынок, необходимость дополнительных инвестиций во внеоборотные активы, дифференциация и диверсификация товаров и степень долгосрочности и прочности отношений с организациями-партнерами; сохранение незагруженных мощностей и все способы увеличения минимально эффективного объема выпуска для отрасли (увеличение издержек на рекламу и НИОКР, маркетинговые

исследования, издержки по созданию имиджа компании). Стратегические барьеры также могут выражаться в ценовой и сбытовой политике, особенностях деятельности производителей в качестве держателей патентов, лицензий, товарных знаков [3].

Барьеры, которые связаны с ценовой стратегией поведения компании, представляют собой установление определенного уровня цен, который может предотвратить появление на данном рынке новых конкурентов. Например, активная компания, которая боится входа на рынок потенциальных конкурентов, специально снижает цену до уровня, ниже цены, которая приносит максимальную прибыль в краткосрочном периоде. Такой уровень цен называют запретительным.

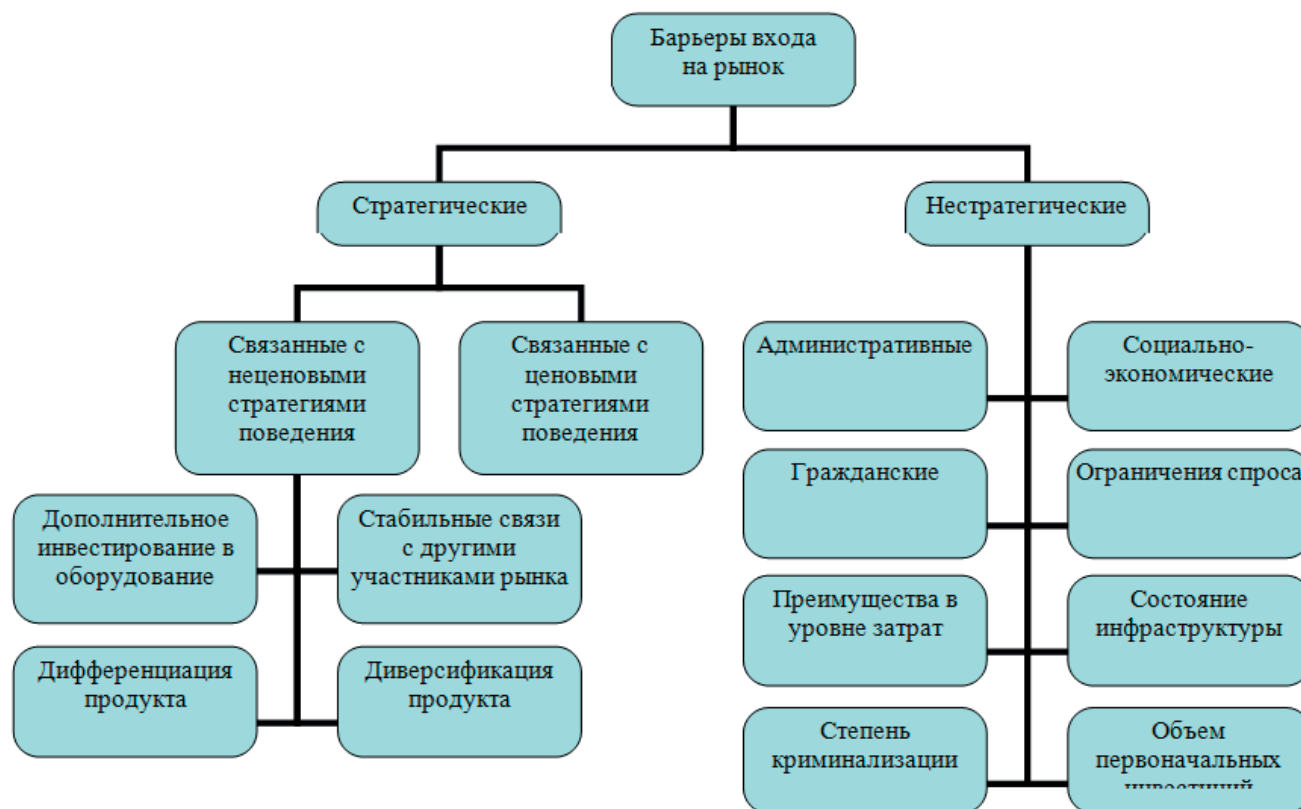


Рис. 1. Существующие барьеры входа на нефтегазовый рынок

При образовании стратегических барьеров, которые основаны на ценообразовании, действующие компании в пер-

вую очередь оценивают последствия, к которым может привести введение таких запретительных мер, как для развития

самого отраслевого рынка, так и для его участников, причем и действующих и потенциальных.

Дополнительные инвестиции в оборудование можно толковать как необратимые издержки для компании, т. е. компания вынуждена их оплачивать, даже в случае если продукт не выпускается. Если зрелая компания имеет избыточные производственные мощности по сравнению с величиной спроса, то в этом случае потенциальному конкуренту будет трудно проникнуть на рынок, так как «старичок» при первой же угрозе входа может увеличить выпуск до уровня недостижимого «новичку». Необратимые издержки выступают барьером для выхода компании из отрасли: покидая рынок, компания теряет эти средства.

Каждая компания, которая действует на рынке долгое время, имеет устоявшиеся связи со всеми рыночными агентами, а новой компании для установления таких связей понадобится определенное время. Долгосрочные контракты с поставщиками сырья и с покупателями товаров и услуг предотвращают вход новых конкурентов в данную отрасль. Вертикально интегрированная компания имеет дополнительные конкурентные преимущества: она может понижать цену товара или получать большую прибыль при этой же цене, благодаря более низким издержкам, либо по закупке сырья, либо по продаже конечного продукта.

Действующая компания-игрок на рынке для того, чтобы предотвратить вход новых компаний может заполнить рынок большим количеством товаров-субститутов. В данной ситуации новичку трудно найти свою нишу среди многообразия товарных марок. Основой стратегии для зрелой компании является положительная отдача от ассортимента, при этом издержки по сбыту и маркетингу продукции при увеличении числа товарных марок растут медленнее, чем при выпуске одного вида товара. В условиях диверсификации товара имеет место положительный внешний эффект товарных марок: реклама одного вида товара данной фирмы способствует сбыту и других видов товаров.

Под диверсификацией компании понимается распределение выпуска компании между различными целевыми рынками, одновременное развитие видов производства, которые не связаны друг с другом, также расширение номенклатуры и ассортимента изготовленной продукции в рамках одного предприятия. Процесс диверсификации показывает расширение активности компаний, использующие собственные накопления для поддержания и развития основного бизнеса и для освоения новых видов продукции, создания новых производств и оказания различных услуг. В результате диверсификации производства, предприятия превращаются в сложные многоцелевые комплексы, которые включают в себя производства, выпускающие продукцию совершенно разного назначения.

Нестратегические барьеры являются внешней данностью для всех видов хозяйствующих объектов. Практика показывает, что по мере развития предпринимательства, на ее пути возникает большое количество административ-

ных барьеров, которые в действительности можно объяснить двумя причинами:

- 1) отсутствие должного правового регулирования деятельности малого и среднего бизнеса в виду множества противоречий между законодательством на федеральном, региональном и местном уровнях;
- 2) высокая степень отчетности и контроля без предварительного извещения субъектов малого предпринимательства.

По мнению П. Крючковой, административные барьеры — это формальные обязательные правила ведения хозяйственной деятельности на рынках товаров и услуг. Эти правила устанавливаются органами государственной власти и местного самоуправления. Наличие административных барьеров ведет к злоупотреблению чиновниками своего служебного положения с целью извлечения частных рент. Но не только извлечение ренты, но и сам факт угрозы изъятия ренты ведет к потерям для общества. Административные барьеры остаются коммуникационной темой, а, следовательно, и полномочия административного сообщества не исчезают, а наоборот, управление средой преобразуется в управление директивное, а, следовательно, переходит к конкретному чиновнику [5].

На определенных этапах предпринимательской деятельности на рынке нефтегазовой отрасли административные барьеры делятся на следующие, связанные:

- с входом предпринимателей на рынок нефтепродуктов (лицензирование, регистрация, согласование проектной документации, заключение контрактов на государственные или муниципальные закупки);
- допуском товаров и услуг на рынки (разрешения, сертификация, маркирование, паспортизация);
- проведением государственного контроля (делопроизводство, обязательная отчетность);
- перерегистрацией или окончанием предпринимательской деятельности при изменении корпоративной структуры или вида деятельности юридического лица, реорганизации, ликвидации и исключения недействующего юридического лица из ЕГРЮЛ [4].

Для решения проблемы уменьшения административных барьеров немаловажным является вопрос о составе и «сравнительной переговорной силе» всех сторон, которые являются заинтересованными в их снижении [1].

К нестратегическим барьерам социально-экономического характера относятся:

- ёмкость отраслевого рынка (насыщенности рынка, уровень платежеспособного спроса, степень активности иностранных конкурентов);
- состояние рыночной инфраструктуры;
- капитальные затраты, а точнее минимальный уровень первоначальных инвестиций;
- преимущества в уровне затрат. Средние издержки компании, которая уже действует на рынке, ниже средних издержек компаний, которые только пытаются войти на рынок нефтепродуктов. [2].

К основным социально-экономическим барьерам в развитии малого бизнеса относятся: более высокий уровень риска, по сравнению с крупным бизнесом; недостатки в управлении; слабая компетентность руководителей; зависимость от крупных компаний; более высокая чувствительность к изменениям условий хозяйствования; неуверенность и осторожность хозяйствующих партнеров при заключении договоров; трудности привлечения дополнительных финансовых средств; имущественная ответственность бизнесмена.

Социально-экономические барьеры в работе сотрудников малого бизнеса обуславливаются внешними и внутренними причинами, условиями функционирования малых предприятий. Неудачи малого предпринимательства появляются из-за низкой квалификации предпринимателей. Шансы на выживание у предприятия выше, если им управляет несколько человек.

Гражданские барьеры связаны с деятельностью гражданских институтов. Практика показывает, что наблюдается увеличение интереса власти и бизнеса к сотрудничеству с гражданскими объединениями. Сотрудничество обеспечивает согласование возможностей и интересов государства и бизнеса с большим количеством потребностей и интересов отдельных граждан и их объединений [2].

Рассмотрим более подробно барьеры, возникающие на пути малого и среднего предпринимательства в нефтегазовой сфере.

В основном, компании, которые занимаются транспортом и сбытом нефтепродуктов, являются вертикально интегрированными, они контролируют весь процесс работы (начиная с добычи и заканчивая доведением нефтепродуктов до потребителей) [7].

Обычно расходы предприятий на добычу нефти невысоки, но к ним добавляются еще и транспортные тарифы, налоги, экспортные пошлины и т. д. Участие в конкуренции на разведку и добычу нефти тоже является проблематичным, так как создать мощный нефтяной вертикально интегрированный агрегат и претендовать на самостоятельную доставку нефти до потребителей, только входящее на рынок предприятие, не сможет.

Литература:

1. Аудан, А. Административные барьеры в экономике: задачи деблокирования / А. Аудан, П. Крючкова // Вопросы экономики. — 2001. — № 5. — С. 55.
2. Волков, В. В. Силовое предпринимательство: экономико-социологический анализ / В. В. Волков. — М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2005. — 350 с.
3. Ильяс А. А., Тасмуханова А. Е. Обзор существующих подходов к оценке корпоративных стратегий нефтегазовых компаний. В сборнике: Вопросы современной экономики и менеджмента: свежий взгляд и новые решения. // Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. 2015. С. 106—111.
4. Казаченко, Г. Б. Некоторые административные барьеры в сфере предпринимательской деятельности: анализ законодательства и судебной практики / Г. Б. Казаченко, Е. В. Самойленко // Законодательство и экономика. — 2007.
5. Крючкова, П. Снятие административных барьеров в экономике (условия и возможности глобальной институциональной трансформации) / П. Крючкова // Вопросы экономики. — 2003. — № 11.

Почти все магистральные нефтепроводы в нашей стране являются собственностью государственных акционерных компаний. Данная ситуация означает, что перевозка нефтепродуктов должна быть согласована и стоит больших денег. Малая компания не может предложить государству выгодный проект экспорта нефтепродуктов. При этом выбор будет отдан государственным или крупным нефтяным компаниям.

Барьеров, которые создаются органами власти на всех уровнях, очень много. Перед тем, как приступить к разработке месторождения, нужно получить право и заключить договор между РФ и компанией.

На данный момент хорошо освоенные месторождения поделены между крупными нефтяными компаниями. Открытыми для конкуренции остались только толком не освоенные территории с трудноизвлекаемыми запасами и плохо развитой инфраструктурой. Для разработки таких месторождений требуются большие затраты, эти затраты связаны с высокими финансовыми рисками [9].

Криминализация — это барьер, который обязывает нелегально платить лицам или организациям за возможность функционирования компании на рынке. Такие барьеры возникают на начальных этапах: во время получения лицензии, выдачи разрешения от экологической службы и получения доступа к сети трубопроводов и нефтеперерабатывающим заводам.

Также имеет место и недобросовестная конкуренция. При такой конкуренции уже функционирующие компании могут сопротивляться появлению нового игрока на рынке, пользуясь при этом нерыночными способами борьбы [8].

Рассмотренные нестратегические барьеры входа малых компаний в нефтегазовую отрасль дают приблизительные оценки капиталовложений и трудностей, которые стоят на пути развития предпринимательства, а также показывают состояние данной отрасли и перспективы ее развития в будущем [6].

Следовательно, малое предприятие, которое планирует вход на нефтегазовый рынок, должно более детально проанализировать издержки, связанные с входом, а также оценить возможные действия уже существующих на данном рынке компаний в связи с ее появлением на рынке.

6. Силкин, В. Ю. Формирование конкурентной среды в российском нефтяном секторе: нерешенные проблемы и основные тенденции / В. Ю. Силкин // Сектор экономических проблем ЗСНГК, ИЭиОПП. — 2012.
7. Тасмуханова А. Е., Бирюкова В. В. Джобберская программа как инструмент развития операционного маркетинга в нефтегазовых компаниях // Наука Красноярья. 2016. № 3–3 (26). С. 236–245.
8. Тасмуханова А. Е., Мазитова А. Р. Формирование методологии комплексной оценки эффективности реструктуризации нефтегазовых компаний // В сборнике: Проблемы и перспективы экономики и управления Материалы III Международной научной конференции. 2014. С. 216–221.
9. Тасмуханова А. Е., Кулембетова А. Р. Стратегическое управление нефтегазовыми компаниями с помощью системы сбалансированных показателей // Молодой ученый. 2015. № 22 (102). С. 489–494.

Санкции как стимулирующий механизм предпринимательской деятельности

Сидельникова Ирина Игоревна, магистрант
Российский государственный социальный университет (г. Москва)

Данная статья посвящена одной из основной проблемы: формирование российской экономики, нынешнее положение и трудности отечественного малого предпринимательства. Обосновывается вероятность и потребность применения антироссийских санкций равно как катализатора с целью решения многолетних трудностей формирования российской экономики (модернизации, перехода в современный подход развития, диверсификации структуры экономики, обеспечение финансовой и продовольственной защищенности, поиска внутренних источников вложений, осуществления возможности малого и среднего предпринимательства в нашем государстве.

Ключевые слова: трудности формирования экономики Российской Федерации, малый бизнес, санкции, импортозамещение, реальный сектор экономики, национальное регулирование экономики, государственное регулирование предпринимательства

Обнаружение отличительных черт нынешней стадии формирования отечественного малого бизнеса требует, в первую очередь рассмотрения проблем которые появились задолго до внедрения антироссийских санкций. Это необходимо, как для представления специфики российского малого предпринимательства, так и для формирования предложений, которые содействовали бы осуществлению возможностей малого бизнеса в нашем государстве в нынешних обстоятельствах.

Прежде всего, до внедрения антироссийских наказаний стало явным расхождением между ресурсным потенциалом Российской Федерации и её местом в международной экономике. Первый оценивается приблизительно в 60% от общемирового, при этом размер минерально-сырьевых резервов в четверть общемирового резерва соответствующего вида ресурсов, приблизительно такова же доля запасов леса и питьевой воды от общемировых резервов, 8,5% от мировой пашни, существенные рекреационные способности, современный и транзитный потенциалы. Совместно с этим, в часть нашего государства доводится только лишь 3% мирового производства товаров и услуг, 5% от общемирового пользования материалов [3].

В составе экспорта преобладают сырьевые продукты: минеральные ресурсы гарантируют более 50% прибыльной доли бюджета, больше 70% экспорта и валютной выручки, практически $\frac{1}{4}$ часть ВВП, примерно 30% объема промышленного производства.

Состав импорта также в течении многих лет никак не испытывал значительных перемен: Российская Федерация импортирует приблизительно 50% потребляемого продовольствия, от 30% до 70% промышленных потребительских товаров.

На рынке высокотехнологичной продукции доля Российской Федерации незначительна — чуть больше 1%, причем экспортирует наше государство технологическое «сырье», является поставщиком высококвалифицированных кадров, а приобретает наиболее дорогостоящие технологии, готовые к незамедлительному фактическому применению.

Помимо этого, следует выделить, то что сырьевая форма экономики, сформировавшаяся в нашем государстве, не способствует:

- обеспечиванию значительных и стабильных темпов финансового увеличения. Таким образом ранее в 2013 году случилось внезапное затормаживание финансового подъёма России (по сравнению с периодом финансового роста 1999 г., 2008 г., и с подкризисным этапом 2010–2012 гг.);
- сокращению связи экономики нашего государства с конъюнктурой всемирных товарных рынков. В особенности отчетливо это выразилось в процессе падения мировых цен на энергоносители;
- сокращению уровня монополизации экономики Российской Федерации;

- увеличению инвестиционной активности. В 2013 году размер вложений в экономику Российского государства, согласно официальным сведениям, уменьшился на 0,3%;
- росту объёмов индустриального производства. В 2013 году увеличение размеров промышленного производства закончилось.

Данное означает принятие прецедента неосуществимости «перехода к инновационной модификации формирования только на основе рыночных механизмов для России с учётом её нынешнего экономического состояния и отсутствия заинтересованности в инновациях частного национального капитала и сегодняшней конкурентоспособности индустрии [5].

Невзирая на усовершенствование позиций Российского государства в рейтинге Doing Business за прошедшие года наше государство на сегодня занимает только лишь 178-е место в соответствии показателю получения разрешений на строительство, 117-е в соответствии показателю подключения к ресурсам электроснабжения, 109-е место в соответствии доступности кредитов, 115-е место согласно показателям защиты инвесторов. Не удивительно, что российский малый бизнес, который развился в рамках такого рода экономических изменений, предполагает собою своеобразный феномен [4].

На сегодняшний день в Российской Федерации наиболее 4-х миллиона субъектов малого и среднего бизнеса. Вложения этого сектора в экономику Российской Федерации в 3–4 раза ниже, чем в наиболее цивилизованных государствах. При этом, не смотря на усилия в помощи малого бизнеса, часть данного сектора Российского государства в прошедшие года уменьшается (особенно это видно на примере индивидуального предпринимательства и фермерских хозяйств).

Отраслевой состав отечественного малого бизнеса остается практически постоянным в течении многих лет: практически 50% субъектов малого предпринимательства занимается оптовой и розничной продажей товаров, произведённых за пределами нашего государства. Часть субъектов малого бизнеса в промышленности менее 10%, в аграрном хозяйстве около 3%, в инновационной сфере, по разным данным, от 1% до 1,5%. Немаловажно выделить то обстоятельство, что уменьшается количество желающих стать предпринимателями. Так, только за период с 1 сентября 2012 года по 1 сентября 2013 г. количество людей, которые бы желали начать свой бизнес в России уменьшилось более чем на 30%.

Подчеркнём ещё одно характерное свойство отечественного малого бизнеса. Как свидетельствует мировой опыт, объединение малого и крупного предпринимательства способствует росту качества и уменьшению стоимости на товары и услуги, росту эластичности и оперативности, значительному уменьшению затрат, включая транзакционные, объединению инновационных возможностей малого и крупного бизнеса, достижению синергетического эффекта и. т. д.

В данное время развитие малого и крупного предпринимательства, в особенности в свёртывающей области, обуславливается непосредственно интеграционными объединениями малых и больших фирм.

Из числа отрицательных направлений формирования российской экономики, во многом обусловленных введением санкций, можно выделить:

- увеличение цен на внутреннем рынке;
- повышение масштабов убывания денежных средств;
- растущие ограничения доступа отечественных фирм к внешним рынкам капитала;
- значительное падение курса рубля;
- усугубление проблемы внешнего корпоративного долга;
- снижение стоимости на чёрное золото;
- повышение ставок по кредитам;
- снижение доходов государственного бюджета;
- сокращение реальных доходов значительной части населения;
- усиление негативных финансовых ожиданий;
- замена запрещённых к ввозу иностранных товаров не товарами отечественного изготовления, а нелегальной продукцией;
- увеличение недобросовестной конкуренции и. т. д.

В данном контексте санкции смогут и обязаны быть катализатором для перехода государства на рельсы независимого социально-экономического развития, с целью формирования экономически и политически самостоятельной России, развивающей собственное производство.

Ранее в первоначальные месяцы даже после введения санкций была отмечена позитивная динамика объёмом производства стали, электрооборудования, вагонов, увеличение количества новых проектов в создании беспилотных средств, робототехники, в аграрном хозяйстве, фармацевтике и. т. д. Особенно значительные результаты в сфере импортозамещения достигнуты в промышленном комплексе (ОПК).

В условиях финансовых наказаний Министерство экономического развития Российской Федерации создало комплекс мероприятий по поддержке отдельных отраслей российской экономики (в том числе, создание и реализация федеральных целевых проектов развития отдельных отраслей производства, в первую очередь, перерабатывающих и свёртывающих производств, льготы компаниям, осуществляющим модернизацию, государственные капиталовложения в формирование транспортной инфраструктуры, налоговые льготы для инвесторов и. т. д.

На практике ранее реализуются такие мероприятия, как увеличение кредитования малого предпринимательства (сформированы и функционируют соответствующие федеральные и региональные фонды), создание Агентства кредитных гарантий и национальной системы кредитных гарантий, принятие федеральных законов о федеральной контрактной системе (в соответствии с которым малому и среднему бизнесу должна быть выделена квота не меньше 15% при осуществлении государственных закупок).

Не менее важно:

- гарантировать доступ российских производителей аграрной продукции в торговые сети. В настоящее время существует правило, в соответствии с которым торговые сети должны не менее 10% продукции принимать от отечественных товаропроизводителей, но, на практике, доступ в торговую сеть обходится российскому производителю в 100 тысяч евро, что считается препятствием для агентов малого и среднего предпринимательства;
- осуществить надзор за установлением наценок на товары;
- с учётом опыта осуществлением антикризисной программы 2009–2010 гг. рационально установить эффективный контроль за банками-получателями бюджетных средств с целью дальнейшего представления кредитов компаниям реального сектора экономики или применять другие способы: адресное выделение бюджетных средств на поддержку определенных отраслей или секьюритизацию кредитов, когда коммерческий банк получает средства Центрального банка под пакет кредитов (в первую очередь, реальному сектору экономики), и Центральный банк осуществляет контроль, куда идут выделенные средства;
- для стимулирования малого бизнеса в нефтегазовой сфере рационально осуществить передачу на уровень регионов ряда полномочий в сфере недропользования, гарантировать доступ малых и средних компаний к неиспользуемым большим компаниям активам и инфраструктуре;
- сосредоточить усилия в развитии региональных рынков кредитования малого и среднего предпринимательства.

Российской Федерации необходима новая промышленная стратегия, денежно-кредитная, тарифная, налого-

вая политика страны должны служить интересам увеличения экономики, а система государственного регулирования малого бизнеса нуждается в упрощении и унификации, так как «административная волокита и коррупционное влияние на предпринимательство становятся условиями, непосредственно влияющими на защищенность страны».

Представители предпринимательского сообщества настаивают на необходимости представления комплекса налоговых льгот инвесторам (как юридическим, так и физическим лицам), индексации тарифов естественных монополий и иных государственных компаний по принципу «инфляция минус», упрощения процедур регулирования для малых предприятий, трудящихся законно, снижения ключевой процентной ставки до уровня «инфляция минус», улучшения антиинфляционной политики, элементов валютного регулирования и валютного контроля.

В отсутствии различных точек зрения согласно стратегии развития российской экономики и предпринимательства в обстоятельствах финансовых наказаний имеется настоящая опасность того, что, как и в предыдущие года, произойдёт подмена в государственной экономической политике баланса заинтересованности всех общественных групп узким интересом, монополизация научно-экспертного обеспечения федеральной государственной власти и др., а трудности импортзамещения, диверсификации структуры экономики, модернизации, формирования инновационного бизнеса, осуществление потенциала российского малого и среднего бизнеса так и не будут решены.

Невзирая на значительные препятствия, у малого предпринимательства (при поддержке государства) имеются все шансы для увеличения своей доли в решении задач повышения эффективности, инновационности, конкурентоспособности продукции промышленного и аграрного производства, экономической независимости Российской Федерации.

Литература:

1. Азрилян А. Н. Большой экономический словарь / А. Н. Азрилян. — М.: Институт новой экономики, 2015. — 1472 с.
2. Кешнер М. В. Экономические санкции в современном международном праве. — М.: проспект, 2015. — 192 с.
3. Милосердов В. В. Санкции, эмбарго продовольствия, импортзамещение // Экономика сельского хозяйства России. — 2014. — № 11. — С. 13–20.
4. Дмитриева Н. И. Экономические санкции как инструмент политического давления // Государственное управление. Электронный вестник. — 2015. — № 52. — С. 125–129.
5. Экономические санкций // ЭкономикПортал. URL: <http://economicportal.ru/facts/sanctions.html>.

Руководство инновационным предприятием в условиях современной экономики

Слюсаренко Виктор Константинович, студент;
Дмитриевская Влада Александровна, студент
Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

При рассмотрении данного вопроса первостепенно необходимо понять саму сущность инновационного предприятия, и как его выделить от «серой массы» других предприятий? Согласно «Модельному закону об инновационной деятельности»: Инновационное предприятие — это хозяйствующий субъект, осуществляющий предпринимательскую деятельность, связанную с разработкой, производством и поставкой инновационной продукции (товаров, услуг), для которой указанная продукция составляет основную часть (не менее 70 %) общего объема производства товаров (или услуг). Таким образом, отличительной чертой инновационного предприятия от не инновационного является постоянное обновление своей продукции, товаров или услуг, другими словами «постоянное движение вперед», пытаюсь посредством постоянного обновления удовлетворять существующие, возникающие потребности потребителя и даже те потребности, о которых сам клиент пока не догадывается. Отсюда встают вопросы: «Каким же должен быть руководитель того самого инновационного предприятия? Какие черты должны быть присущи данному человеку, чтобы организация постоянно обновляла свой ассортимент, тем самым пытаюсь удовлетворить все больше и больше потребителей?».

Во-первых, данный человек должен, как минимум, понимать, что из себя представляет «менеджмент», ведь благодаря базовым знаниям в этой области он будет компетентен во многих вопросах, таких как: Как мотивировать персонал, и материально и не материально? Как выбирать людей при найме на работу? Как наладить организационную «атмосферу» в коллективе, чтобы сотрудникам было приятно работать?

Во-вторых, данный руководитель должен быть «креативным», т. е. генерировать новые идеи как в области продукции или услуг, которые компания производит и предоставляет соответственно, так и в области «управленческих решений», находить нестандартные подходы к управлению организацией для наибольшей эффективности. Стандартный пример: компания хочет обновить дизайн выпускаемой ими продукции, над которым трудится группа дизайнеров. В любом случае после выхода обновленной продукции на рынок, данный продукт будет «инновационным», однако в данном случае вопрос стоит не в «инновационности» продукта, а в том, чтобы он в тоже время был принят потребителями, т. е. был популярен и продаваем. Это значит, что руководитель должен таким образом замотивировать дизайнеров (возможно некий процент от продаж), и придумать такой подход к ним, к дизайне-

рам (а как известно, дизайнеры — это люди с причудами), чтобы они потрудились качественно и сделали действительно выдающийся продукт. Поэтому нестандартный подход к управлению очень важен руководителю инновационного предприятия.

В-третьих, так руководитель инновационного предприятия, как известно является лидером (на то он и руководитель), но для достижения максимального эффекта, в случае, если руководитель еще и является неформальным лидером, это огромный плюс для предприятия, люди будут тянуться за ним не только, потому что он «начальник», но и потому что подчиненные будут искренне хотеть тянуться к данному человеку, а значит беспрекословно и качественно выполнять все поручения руководителя.

В-четвертых, руководитель инновационного предприятия должен быть образован, т. е. иметь законченное высшее образование, поскольку благодаря этому он будет компетентен во всех вопросах, касающихся предприятия. Он не должен обладать «глубокими» знаниями в каждом организационном процессе организации, всего лишь нужно знать самое необходимое, и именно такие базовые знания преподносят заведения высшего образования студентам. Например, известно, что в начале 2000-х годов обучение специальности «Менеджмент» было мало распространено в России, в следствие чего в России за 2003—2005 годы было всего 99 предприятий, которые официально имели завершенные инновации в своей организации (рисунок 1). Данные 2 факта (количество обучающихся на менеджменте и количество предприятий, имеющих завершенные инновации в России за 2003—2005 года) напрямую взаимосвязаны, поскольку после популяризации направления «Менеджмент» к 2015 году количество предприятий, имеющих законченные инновации, существенно повысилось (рисунок 2).

Как видно по диаграмме, к настоящему времени количество подобных предприятий растет, что связано в первую очередь с высоким количеством поступивших, желающих обучаться «искусству» управления.

В завершение необходимо внести ясность, что хоть и Россия входит в 10-ку первым место по количеству функционирующих инновационных предприятий, но в то время их крайне мало, приблизительно в 4 раза меньше, чем у лидера (США), 28000 в США против около 7000 в России (Рисунок 3). Это связано в первую очередь с тем, что США очень трепетно относятся к обучению менеджмента, и занимаются они этим очень долгий промежуток времени, вследствие и опыта гораздо больше.

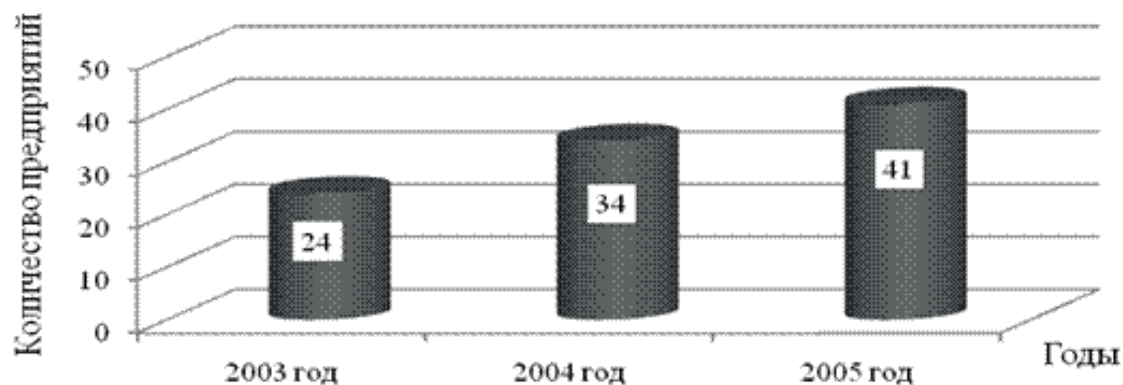


Рис. 1. Количество предприятий, имеющих завершённые инновации в России за 2003–2005 годы

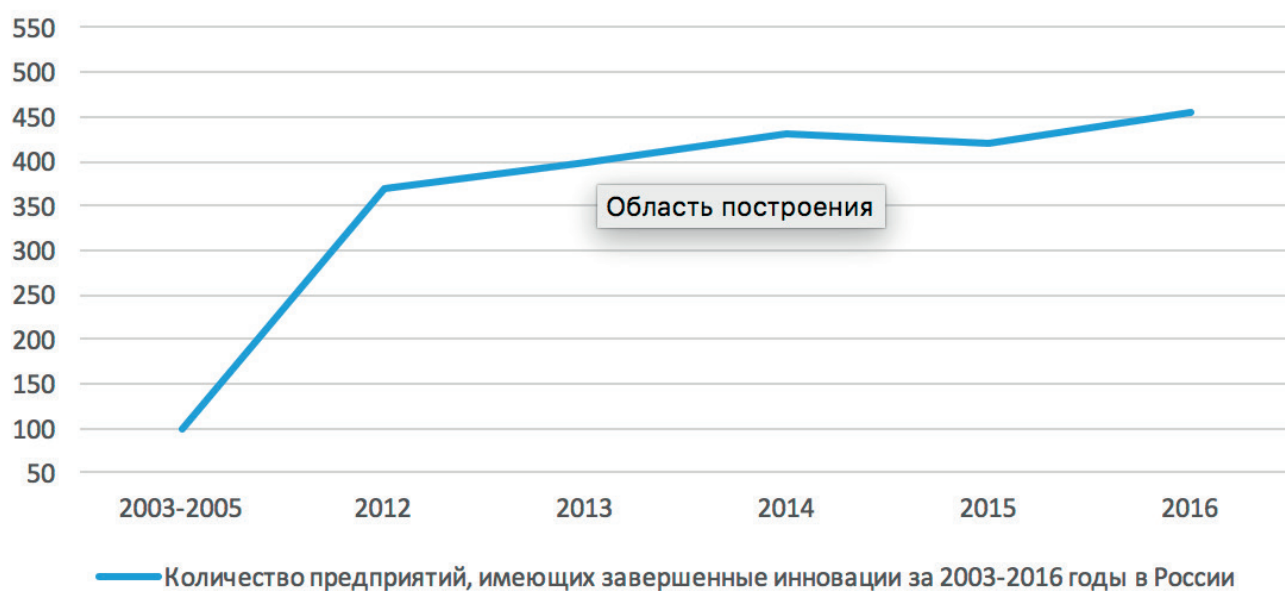


Рис. 2. Количество предприятий, имеющих завершённые инновации к 2016 году в России

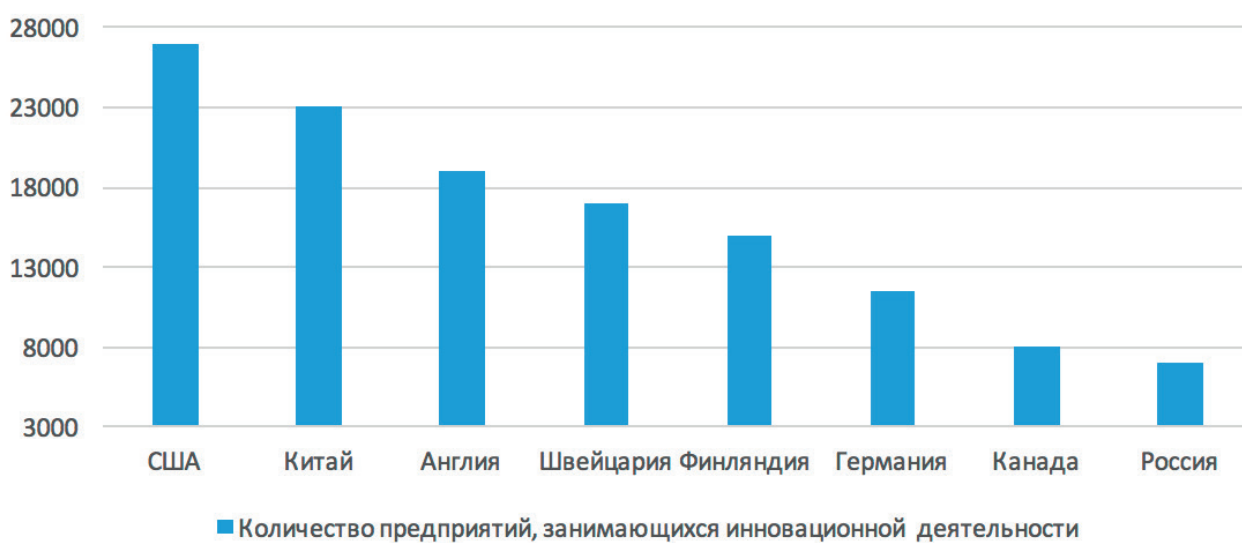


Рис. 3. Количество предприятий, занимающихся инновационной деятельностью

Таким образом, подытожив все вышесказанное, можно сделать вывод, что при обладании руководителем всеми вышеуказанными признаками, инновационное предприятие просто обречено на успех. Более того, Россия начиная с 2014 года вкладывает большие средства в развития си-

стемы образования, и более были внесены небольшие изменения (например аттестация посредством бально-рейтинговой системы в большинстве ВУЗах страны), что дает России перспективу на лидерские позиции в инновационной деятельности в перспективе на 10 лет.

Литература:

1. Бауман С. Н. Малые инновационные предприятия России: взгляд изнутри (результаты анкетного исследования малых инновационных предприятий РФ) / Научные труды: Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. 2005. Т. 3. С. 170–175.
2. Тюкаев Д. А., Салина М. В., Головинская М. В. Стратегии участия малых инновационных предприятий в инновационной деятельности энергетических предприятий / Журнал правовых и экономических исследований. 2013. № 1. С. 121–123.
3. Пыркова И. А. Инновационным предприятиям — зеленый свет / Инновационный Вестник Регион. 2009. № 1. С. 2–3.
4. Коробкова О. М., Курмангалиева А. Р. Стратегия эффективного управления малыми научно-инновационными предприятиями / Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2010. № 2. С. 63–67.

Исследование динамики производства добавленной стоимости в международной экономике

Соболь Михаил Сергеевич, магистрант;
Быкова Анастасия Викторовна, магистрант
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Добавленная стоимость в секторе услуг — обобщающий показатель результатов функционирования сферы услуг, отражающий ее вклад в производство валового общественного продукта. Она рассчитывается как разность между валовым выпуском и промежуточным потреблением. Валовой выпуск определяется по всем экономическим единицам, производящим услуги, независимо от форм собственности и подчиненности; включает общую стоимость услуг в основных ценах.

Несмотря на кажущуюся простоту приведенного алгоритма, его практическое применение может натолкнуться на ряд сложностей. В первую очередь это касается определения стоимости капитала. В условиях развитых рынков здесь обычно рекомендуют использование модели CAPM.

Различают валовую и чистую добавленную стоимость. Валовая добавленная стоимость — это разница между стоимостью произведенных товаров и промежуточным потреблением. Валовая добавленная стоимость определяется, как правило, по ценам производителей. Чистая добавленная стоимость рассчитывается как разница между валовой добавленной стоимостью и стоимостью потребленного основного капитала (то есть величиной начисленной амортизации по объектам основных фондов).

Динамика добавленной стоимости в секторе услуг позволяет определить уровень развития государств за определенный промежуток времени. Этап и развитие хозяйствен-

ного сектора, и основную ориентированность государства на рубеже 20–21 веков. Оно характеризует прирост капитала, инфляционных показателей и стоимостного количества бизнес-услуг в государствах мира. Что в свою очередь демонстрирует степень развития различных стран и уровень их благосостояния.

Актуальность данной работы состоит в том, что динамика и рост добавленной стоимости в секторе услуг даст возможность оценить и преобразовать статистические данные хозяйственной структуры государства в стороны улучшения или ухудшения показателя. Этот показатель играет роль в системе национальных счетов и позволяет определить долевое участие (развитие) государства по уровню жизни населения и секторам бизнеса. Изменения показателя зависят от внутренних причин, связанных с покупательной способностью населения и от внешних факторов, таких как стоимость услуг и вспомогательных ресурсов для производства данных услуг.

В соответствии с заданием работы было проведено следующее исследование и классификацию: произведено распределение всех стран по показателю распределения и динамики добавленной стоимости в секторе услуг на типы стран:

1. Аграрно-туристические-мелкие промышленные (развивающиеся) страны — это государства с хозяйственной деятельностью, которая приносит скромный достаток,

и уровень добавленной стоимости в секторе услуг формируется при помощи мелких торговых операций, которые связаны с базой туризма, обслуживания экономических отношений между населением и мелким бизнесом.

2. Слабые промышленные страны — это государства, чья добавленная стоимость формируется на среднем уровне, но находится в зависимости от производства товаров в большей степени, чем услуг. Обработка и сопровождение данной экономической деятельности не позволяет выйти на высокий уровень. Здесь также присутствуют страны, чьи экономики ориентируются на производстве сырья для индустриальных стран и полуфабрикатов с низкой добавленной стоимостью как товаров, так и услуг.

3. Информационно-индустриальные страны — это государства, чья добавленная стоимость в секторе услуг форми-

руется на высоком уровне. Благодаря цифровой экономике большая часть операционной прибыли за продвижение тех или иных услуг базируется на развитом образовательном уровне и уровне жизни населения. Взаимодействия обслуживающего бизнеса с населением находится на высоком уровне и предлагает больший спектр спроса и предложения для данного рынка стран. Также в данный сектор входят страны с высоким потенциалом развития — новые индустриальные страны, в чьи экономики вливаются огромные капиталовложения.

Теперь сравним на рисунках 1 и 2 по изменению данного количества стран за 20 лет с 1990 по 2010 год. По результатам динамики мы сможем сделать вывод о причинах перехода за двадцатилетний срок и переливу капитала в различные страны по тем или иным причинам.



Рис. 1. Количество стран на 1990 год

Источник: Расчеты авторов в программе MS Office Excel 2016

Перед основной экономической революцией, которая была спровоцирована технологическим распространением и внедрением цифровых обработок данных. В результате поднятие уровня роста национальных хозяйств спровоци-

ровало изменение и переход большего количества стран на новый уровень благодаря капиталовложению из концентрированных капиталоемких стран ЕС и Америки в развивающиеся страны.

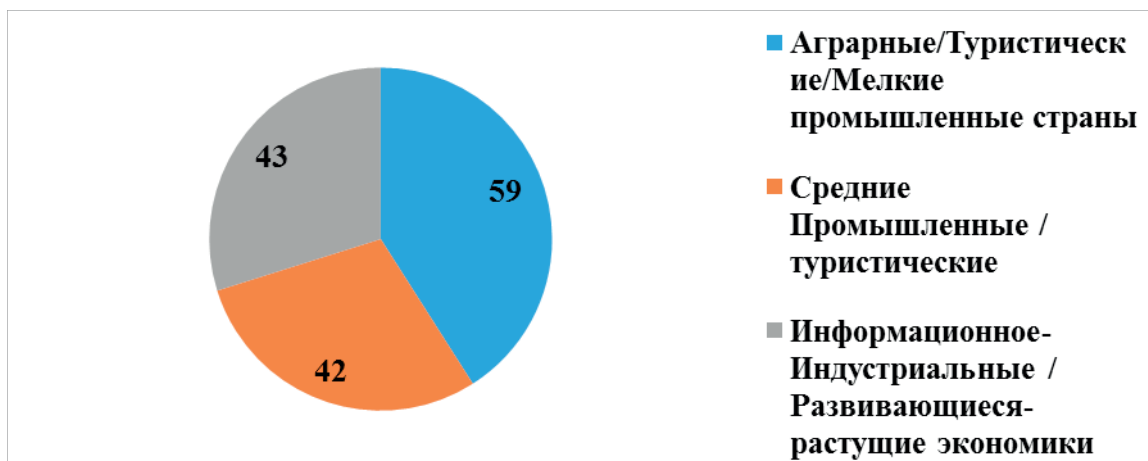


Рис. 2. Количество стран на 2010 год

Источник: Расчеты авторов в программе MS Office Excel 2016

Как можно увидеть по результатам на рис. 2. Изменение результатов произошло в сторону смещения количества стран в категорию средних промышленных-туристических и новых индустриальных стран с развивающейся экономикой. Это произошло по причине развития обслуживающих и сопутствующих основным мощным производствам секторов услуг, формированию цифрового

интернет сектора, мелкого мобильного и среднего розничного бизнеса.

Теперь авторы предлагают провести анализ общего развития мировой экономики с точки зрения сектора услуг и добавленной стоимости. Для этого нам понадобится провести анализ средних показателей добавленной стоимости за период с 1990 до 2010. Это будет отображено на рис. 3.

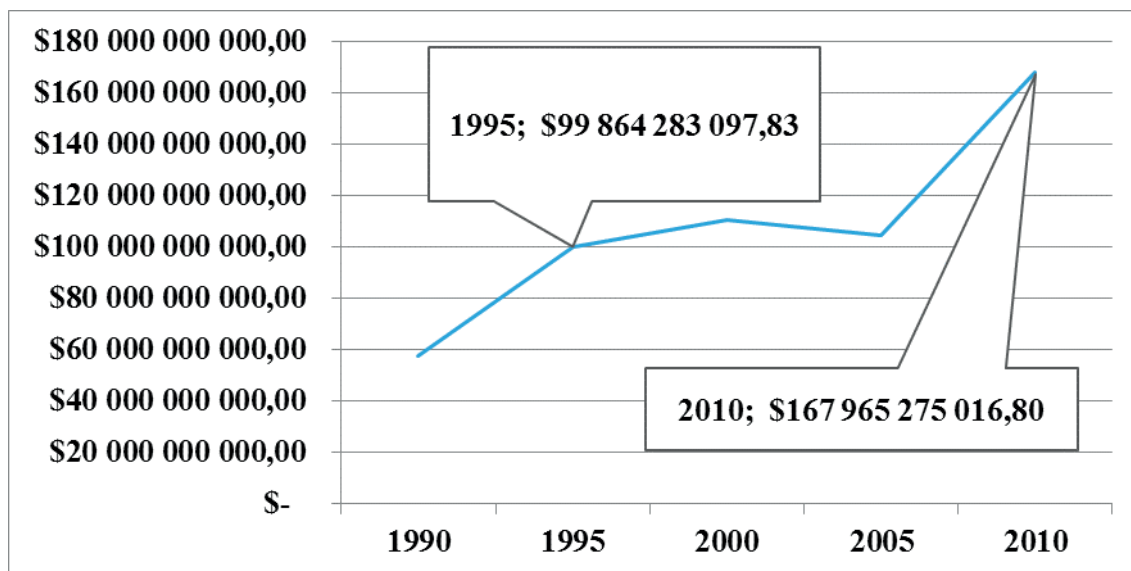


Рис. 3. Динамика средней величины EVA по всему миру, USD, 1990–2010 гг.

Источник: Расчеты авторов в программе MS Office Excel 2016

Показатель добавленная стоимость используется при расчете ВВП. Он определяется как стоимость продаж по отрасли за вычетом стоимости потребленных товаров. Увеличение добавленной стоимости, как правило, свидетельствует о росте ВВП.

Как видно на графике 3 рост средних значений добавленной стоимости в сфере услуг за последние двадцать лет составил около 270% с 57 млрд долларов до 168 млрд. В соответствии с прочими статистическими показателями роста мировой экономики можно сделать вывод, что инвестиции в сектор услуг благодаря новым драйверам роста и внедрению цифровых технологий, усиленной индустриализацией новых растущих стран и эффективному использованию рабочей силы произошло максимальной формирование мелких и средних обслуживающих бизнесов. Эти экономические взаимосвязи заключаются в производстве тех или иных предпочтений для миграции услуг и капитала — туризм, перевозки, мелкие внутренние услуги для населения, розничная торговля в интернете, производство цифровой продукции и платформ для инвестирования.

Аграрно-туристические-мелкие промышленные (развивающиеся) страны — это государства с хозяйственной деятельностью, которая приносит скромный достаток, и уровень добавленной стоимости в секторе услуг формируется при помощи мелких торговых операций, которые связаны с базой туризма, обслуживания экономических отношений между населением и мелким бизнесом.

Слабые промышленные страны — это государства, чья добавленная стоимость формируется на среднем уровне, но находится в зависимости от производства товаров в большей степени, чем услуг. Обработка и сопровождение данной экономической деятельности не позволяет выйти на высокий уровень. Здесь также присутствуют страны, чьи экономики ориентируются на производстве сырья для индустриальных стран и полуфабрикатов с низкой добавленной стоимостью как товаров, так и услуг.

Информационно-индустриальные страны — это государства, чья добавленная стоимость в секторе услуг формируется на высоком уровне. Благодаря цифровой экономике большая часть операционной прибыли за продвижение тех или иных услуг базируется на развитом образовательном уровне и уровне жизни населения. Взаимодействия обслуживающего бизнеса с населением находится на высоком уровне и предлагает больший спектр спроса и предложения для данного рынка стран. Также в данный сектор входят страны с высоким потенциалом развития — новые индустриальные страны, в чьи экономики вливаются огромные капиталовложения.

Таким образом, изменение добавленной стоимости в сфере услуг за 20 лет с 1990 до 2010 произошло по причине создания новых рабочих мест, индустриализации и развитию новых государств. Эффективному применению экономических реалий и капиталовложений в развивающиеся

страны Латинской Америки, Юго-Восточного Азиатского региона. Стимулы для вложений и развития сектора услуг можно связать с ростом уровня жизни населения, повы-

шением качества образования и производству нематериальных активов внутри каждого государства для обслуживания производства.

Литература:

1. Добавленная стоимость [URL] <http://www.grandars.ru> Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/mirovaya-ekonomika>
2. Indicators & Data [URL] <http://data.worldbank.org> Режим доступа: <http://data.worldbank.org/indicator#topic-21>
3. Value Added [URL] <http://data.worldbank.org> Режим доступа: <http://data.worldbank.org/indicator/NV.SRV.TETC.CD>

Перспективы развития АО «Национальная система платёжных карт» в России

Батаев Алексей Владимирович, кандидат технических наук, доцент;
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Развитие Российской Федерации происходит в довольно непростых условиях. Разразившийся в 2008 году финансово-экономический кризис плавно перерос в затяжную экономическую рецессию, обусловившую резкое падение цен на все сырьевые ресурсы, особенно цены на нефть, что привело к резкой девальвации национальной валюты и росту инфляции.

С другой стороны, экономика России с 2014 года находится под давлением западных санкций, которые были наложены на целые отрасли Российской Федерации, в первую очередь на финансовую систему и нефтегазовый сектор. Большинство российских банков с государственным участием были отрезаны от мировых рынков капитала.

В начале 2014 года, когда были введены западные санкции в работе систем Visa и Mastercard прошли серьезные сбои в обработке транзакций по картам нескольких банков. Это и послужило причиной создания 27 марта 2014 года АО «Национальной Системы Платёжных Карт» (НСПК) в Российской Федерации.

Основные задачи созданной НСПК заключались в следующем:

1. Обработка операций по картам зарубежных платёжных систем внутри нашей страны в бесперебойном режиме.
2. Создание и распространение национального платёжного инструмента — пластиковой карты «Мир». [1], [2], [3], [4], [5], [6]

Предусматривалось три этапа развития АО «НСПК».

В рамках первого этапа (до 31 марта 2015 года) была создана национальная операционно-независимая платформа для обработки внутрироссийских транзакций с использованием национальных и международных платёжных карт. Организовано взаимодействие между участниками рынка платёжных услуг через операционный платёжный и клиринговый центр (ОПКЦ) НСПК по картам международных платёжных систем.

На втором этапе (апрель — декабрь 2015 года) был проведен комплекс мероприятий, направленных на запуск и развитие национальных платёжных инструментов.

Третий этап (2016—2018 годы) предусматривает мероприятия по насыщению продуктовой линейки НСПК актуальными платёжными продуктами и сервисами, их продвижению и развитию на территории России, а также по продвижению национальных платёжных карт и иных электронных средств платежа, а также сервисов НСПК за пределами России. [1], [2]

Реально НСПК заработала в декабре 2015 года. В этом году первые банки (Газпромбанк, МДМ Банк, Московский Индустриальный банк, РНКБ Банк, Банк «РОССИЯ», Связь-Банк и СМП Банк), выпустили национальные платёжные карты, а Сбербанк России присоединился к правилам платёжной системы «Мир».

К 2017 году количество банков, входящих в систему НСПК достигло 187 участников, но при этом количество банков занимающихся выпуском карт «Мир» составило всего 53 участника, что составляет всего 28,3% от всех участников НСПК (рис.1). [1], [3], [4]

Если рассматривать общее число российских банков, то число участников системы НСПК составляет всего 32,6%, а число банков, выпускающих пластиковую карту «Мир» около 8,8%.

В 2016 году количество карт «Мир» составило свыше 1,76 миллиона штук, а по прогнозам Центрального Банка количество национальных платёжных карт должно составить около 20 миллионов штук в 2017 году, но по оценкам выпускающих банков оно составит чуть более 3,5 миллионов штук (рис. 2). Самый массовый выпуск ожидается у ВТБ24, который намерен эмитировать 1,28 миллиона карт, еще свыше 500 тысяч карт, рассчитывает выпустить до конца 2017 года банк ВТБ, банк «Открытие» обещает выпустить примерно до 200 тысяч. карт. У остальных банков планы достаточно скромнее. [6], [7], [8], [9]

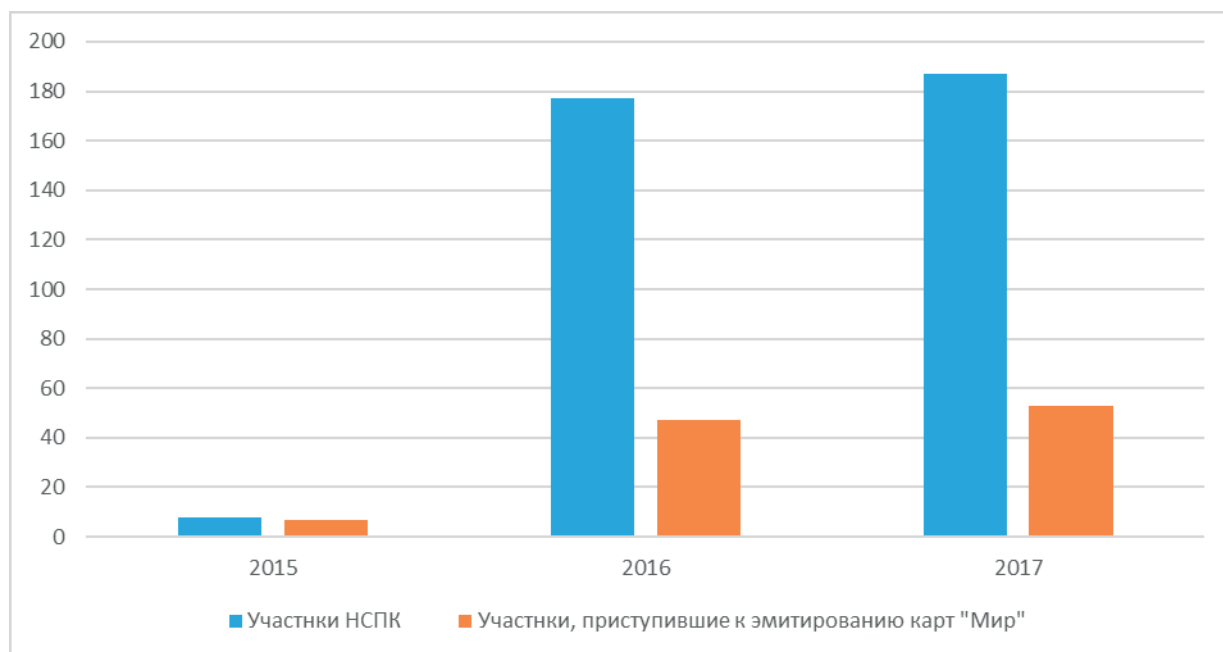


Рис. 1. Количество участников НСПК

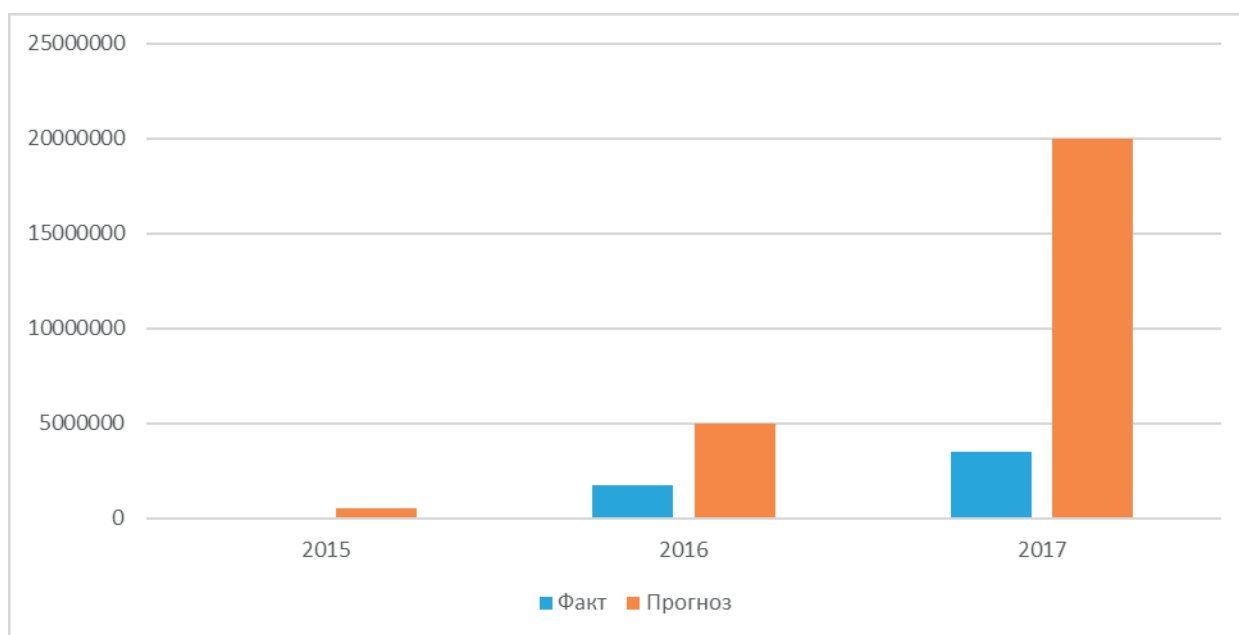


Рис. 2. Количество пластиковых карт «Мир»

Если сравнивать общее число банковских карт, выпущенных в России, то следует отметить, что карты системы НСПК «Мир» в 2017 году составят всего 1,38% (рис. 3).

В заключении можно сделать следующие выводы:

- создание «Национальной Системы Платёжных Карт» в Российской Федерации идет достаточно медленными темпами, на сегодняшний день менее одной трети всех российских финансовых институтов присоединилось к НСПК, а количество российских банков, выпускающих пластиковую карту «Мир» составляет всего 28,3% от всех участников «Национальной Системы Платёжных Карт» или около 8,8% от всех банковских учреждений;

- динамика прироста количества участников с 2016 года по 2017 год составила всего 5,6%, а динамика российских финансовых институтов, занимающихся выпуском пластиковых карт «Мир» составила около 12,7%;
- выпуск пластиковых карт «Мир» идет еще более медленными темпами, в 2016 году было выпущено почти в 3 раза меньше карт, чем планировалось, а в 2017 году это разрыв составит величину более чем в 6 раз;
- количество выпущенных банковских карт «Мир» составляет всего 1,38% от общего количества всех банковских карт в России;

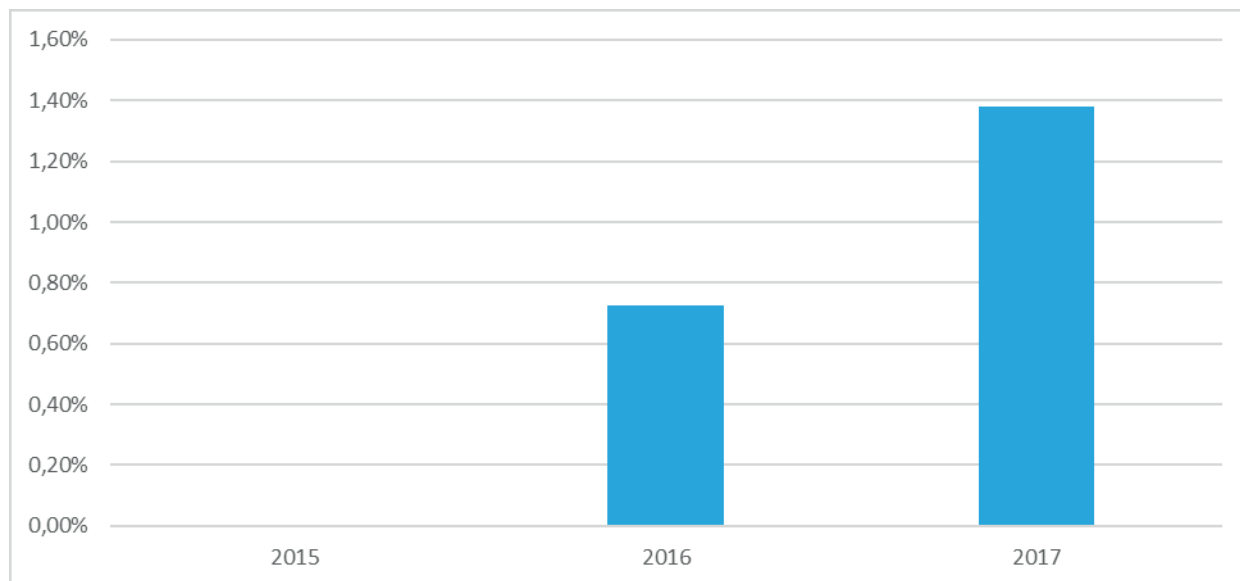


Рис. 3. Доля пластиковых карт «Мир» по отношению к общему числу банковских карт, выпущенных в России

- такие негативные тенденции по развитию «Национальной Системы Платёжных Карт» объясняются прежде всего тем, что российские банки не хотят вкладывать дополнительные средства в развитие национальной платежной системы, тем более сейчас, когда страна находится под действием западных санкций и влиянием последствий мирового финансово-экономического кризиса, также следует отметить, что системы Visa и Mastercard работают на российском рынке без сбоев и как в ближайшей, так и отдаленной перспективе их не предполагается;
- с точки зрения возможностей НСПК проигрывает системам Visa и Mastercard, потому что пластиковой картой «Мир» невозможно расплатиться вне границ Российской Федерации, все это приводит к заключению, что «Национальная Система Платёжных Карт» может получить свое развитие только за счет использования административных ресурсов и преференций со стороны государства, как раз одним из таких решений является обсуждаемая возможность перехода всех получателей государственных средств на пластиковые карты «Мир».

Литература:

1. Пластиковая карта «МИР». [Электронный ресурс]. <https://www.sravni.ru/enciklopediya/banki/karty/plastikovaja-karta-mir/> (Дата обращения: 29.03.2017).
2. Буньковский Д. В. Теневая экономика: анализ развития. Вестник Восточно — Сибирского института Министерства внутренних дел России. 2015. № 4 (75). С. 107 — 116.
3. Выпущен миллион карт «Мир». [Электронный ресурс]. http://www.nspk.ru/about/press/press_releases/vupushcheno-million-kart-mir/ (Дата обращения: 29.03.2017).
4. Карта «Мир» — особенности и плюсы. [Электронный ресурс]. http://www.nspk.ru/about/press/about_us/karta-mir-osobennosti-i-plyusy/ (Дата обращения: 30.03.2017).
5. В России заработали первые платежные карты «Мир». [Электронный ресурс]. <http://www.ntv.ru/novosti/1583966/> (Дата обращения: 30.03.2017).
6. Национальная система платежных карт. [Электронный ресурс]. <http://www.nspk.ru> (Дата обращения: 30.03.2017).
7. ЦБ дал банкам месяц на подготовку банкоматов к приему карт «Мир». [Электронный ресурс]. <http://www.rbc.ru/finances/31/01/2017/588f30559a79473709b25ff3?from=main> (Дата обращения: 30.03.2017).
8. Батаев А. В. Анализ тенденций в банковском секторе России и мире // В сборнике: ФИНАНСОВЫЕ РЕШЕНИЯ XXI ВЕКА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА Сборник научных трудов 16-й Международной научно-практической конференции. Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого; Ответственные за выпуск Д. Г. Родионов, Т. Ю. Кудрявцева, Ю. Ю. Купоров. 2015. С. 327 — 336.
9. Пластиковая карта «Мир» намерена потеснить привычные для россиян Visa, MasterCard. [Электронный ресурс]. http://www.zrpress.ru/business/primorje_27.01.2017_81931_plastikovaja-karta-mir-namerena-potesnit-privychnye-dlja-rossijan-visa-mastercard.html (Дата обращения: 31.03.2017).

МСФО и РСБУ: основные отличия и пути сближения

Стедьмах Инна Александровна, магистрант;

Сверчкова Ольга Федоровна, доктор экономических наук, профессор

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) Донского государственного технического университета в г. Шахты (Ростовская обл.)

Тема сближения МСФО и РСБУ носит актуальный характер, и широко освещается в средствах массовой информации, в журналах по экономике, учету и финансовой отчетности. Необходимость единства МСФО и РСБУ определена тем, что процесс трансформации российской системы бухгалтерского учёта ещё не завершён. Все изменения, необходимые при реализации принципов МСФО и влияющие на финансовую информацию, лежащую в основе данных финансового учёта и финансовой отчётности.

Ключевые слова: МСФО, международные стандарты финансовой отчетности, РСБУ, российские стандарты бухгалтерского учета, трансформация, принципы

The theme of convergence of IFRS and RAS is relevant, and widely covered in the media, in journals in Economics, accounting and financial reporting. The need for unity and IFRS, the company determined that the process of transformation of the Russian accounting system is not yet complete. All changes required upon implementation of IFRS principles affecting the financial information underlying the financial accounting and financial reporting

К числу ключевых проблем финансовой отчетности при переходе на МСФО относится развитие его методического аппарата, связанное с изменением информационной базы.

Методика трансформации включает основные этапы, отражающие суть перевода отчетности российских предприятий в соответствии с МСФО. Основные различия между МСФО и российской системой учета связаны с исторически обусловленными различными конечными целями использования финансовой информации, содержащейся в отчетах [6, 312].

Так, финансовая отчетность, подготовленная в соответствии с МСФО, готовится главным образом для действительных и потенциальных инвесторов и финансовых институтов. Финансовой отчетностью, составленной в соответствии с РСБУ, пользуются фискальные органы, органы государственного управления и статистики. В соответствии с МСФО для правильного отражения операций или событий в отчетности следует рассмотреть вопрос, соответствует ли содержание операции или события тому, каким оно представляется на основании их юридической формы [1, с. 317].

В соответствии с РСБУ операции, как правило, учитываются строго в соответствии с их юридической формой. Некоторые отличия между МСФО и РСБУ есть и на уровне состава отчетности и содержания форм отчетности. В МСФО состав отчетности регламентируется правилами МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности». Отчетность, подготовленная в формате МСФО, включает в себя обязательную и необязательную части. Информация, входящая в обязательную часть, включает: формы отчетности, примечания к формам, элементы учетной политики. Для того чтобы трансформировать финансовую отчетность, составленную по российским стандартам, в соответствии с МСФО, одних лишь стандартных отчетов, отчет о финансовых результатах, движении денежных средств и баланса будет недостаточно. Компании придется: определить

статьи отчетности, подлежащие уточнению. При проведении трансформации финансовой отчетности с Российской Системы Бухгалтерского Учета (РСБУ) на МСФО возникают технические проблемы в адаптации действующего Плана счетов к системе бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (МСФО). [3]

В действующем Плане счетов, приведенном в соответствии с РСБУ невозможно передать принципы МСФО. И большинство новых требований не могут быть легко удовлетворены на уровне синтетических счетов, изменения вводятся на уровне аналитических счетов. Это требует множества разъяснений и инструкций по дальнейшему ведению учета. [2]

Представление бухгалтерского баланса в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности регламентируется МСФО 1 «Представление финансовой отчетности». Стандарт достаточно гибок и, таким образом, применим к различным видам компаний вне зависимости от рода деятельности и размера. В соответствии с МСФО капитал является балансирующей статьёй, наличие которой и делает баланс автоматически сходящимся. [4]

Существенные статьи должны представляться в финансовой отчетности отдельно. Несущественные суммы должны объединяться с суммами аналогичного характера или назначения. Информация является существенной, если её раскрытие может повлиять на экономические решения пользователей. IAS 1 требует отображать на балансе отдельно оборотные активы/краткосрочные обязательства и внеоборотные активы/долгосрочные обязательства.

К статьям, подлежащим обязательному отражению в балансе, относятся:

- основные средства,
- инвестиционная недвижимость,
- нематериальные активы,
- финансовые активы,
- инвестиции,

- биологические активы,
- запасы,
- торговая и прочая дебиторская (и кредиторская) задолженность,
- денежные средства и их эквиваленты,
- активы и обязательства, предназначенные для продажи,
- оценочные и финансовые обязательства,
- обязательства и активы по налоговым платежам (текущие и отложенные),
- капитал и резервы, доля меньшинства. [3]

Дополнительные линейные статьи, должны представляться в балансе тогда, когда такое представление необходимо для достоверного представления финансового положения компании. Решение в отношении того, должны ли дополнительные статьи быть представлены отдельно, должно основываться на оценке:

- содержания и ликвидности активов,
- функции активов внутри компании,
- размера, содержания и сроков обязательств.

В России коммерческие, бюджетные и страховые организации, кредитные организации и банки, негосударственные пенсионные фонды имеют различные формы отчёта, их формы и порядок заполнения утверждаются Министерством финансов Российской Федерации (Центральным банком для кредитных организаций и банков) [5, с. 19].

Форма бухгалтерского баланса коммерческих организаций регламентируется Приказом Министерства финансов Российской Федерации «О формах бухгалтерской отчётности организаций». С 2011 года форма российского бухгалтерского баланса коммерческих организаций была изменена и теперь включает в себя данные на конец трёх лет, также были изменены и сами статьи баланса. А начиная с отчётности за 2012 год субъекты малого предпринимательства могут использовать упрощенную форму бухгалтерского баланса [5, с. 25].

Все виды финансовых результатов: валовая прибыль (убыток), прибыль (убыток) от продаж, прибыль (убыток) до налогообложения, чистая прибыль (убыток), совокупный финансовый результат определяются расчетным путем исходя из показателей самого отчета о финансовых результатах [4, с. 73].

Российское законодательство по бухгалтерскому учету не содержит определения совокупного дохода (или совокупного финансового результата периода). В соответствии с Приказом Минфина № 66н совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк «Чистая прибыль (убыток)», «Результат от переоценки внеоборот-

ных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода» и «Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода». [2]

Общий совокупный доход включает все компоненты прибыли или убытка и прочего совокупного дохода.

Прочий совокупный доход включает статьи дохода и расхода (в том числе корректировки в отношении реклассификации), которые не признаны в составе прибыли или убытка, как того требуют или допускают другие МСФО.

Некоторые МСФО предусматривают обстоятельства, при которых предприятие признает определенные статьи не в составе прибыли или убытка за текущий период. МСФО (IAS) 8 предусматривает два таких обстоятельства:

- исправление ошибок;
- эффект изменения в учетной политике.

Прочие МСФО требуют или разрешают исключение компонентов прочего совокупного дохода, которые удовлетворяют определению Концепции, из состава прибыли или убытка. Элементы прочего совокупного дохода содержат корректировки по реклассификации. Корректировки при реклассификации - суммы, реклассифицируемые в состав прибыли или убытка в текущем периоде, которые были признаны в составе прочего совокупного дохода в текущем или предыдущем периодах. Предприятие должно раскрыть информацию о корректировках при реклассификации в отношении компонентов прочего совокупного дохода. Признание и классификация прибыли или убытка, полученного в результате отражения в учете корректировки производного инструмента по справедливой стоимости, зависит от цели его выпуска или приобретения. Прибыли и убытки по производным инструментам, не предназначенным для операций хеджирования, в соответствии с МСФО (International Accounting Standard («IAS») № 39 «Финансовые инструменты — признание и оценка» признаются в момент возникновения в консолидированном отчете о совокупном доходе.

Справедливая стоимость — та сумма, на которую можно обменять актив при совершении сделки между хорошо осведомленными, желающими совершить такую сделку и независимыми друг от друга сторонами.

Таким образом в пункте 5 ПБУ 23/2011 дано определение денежных эквивалентов, информация о движении которых вместе с денежными средствами представляется в отчете о движении денежных средств. В итоге российский отчет, составленный по новым правилам, расширился, он охватывает движение не только денежных средств, но и денежных эквивалентов.

Литература:

1. Бабаев Ю. А., Петров А. М., Макарова Л. Г. Бухгалтерский финансовый учет: Учебник для вузов / Под ред. Проф. Ю. А. Бабаева. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. — 587 с.
2. Гетьман В. Г. Финансовый учет. — М.: Финансы и статистика, 2012. — 816 с.

3. Кондраков Н. П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет: учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Проспект, 2014. — 504 с.
4. Лисенкова С. И., Шихунова Л. Н. статья «Структура отчета о финансовых результатах и его аналитических возможностях». — сборник статей международной научно-практической конференции «Перспективы модернизации современной науки». — Москва РИО ЕФИР 2015. — С.73
5. Рожнова О. В. статья «Трансформация финансовой отчетности российских предприятий в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности»: — журнал Вестник профессиональных бухгалтеров, № 2, 2013 г.
6. Сиднева В. П. Международные стандарты финансовой отчетности. — КноРус, 2009. — 216 с.

Управление мотивацией и стимулирование труда и его влияние на эффективность финансовой деятельности организации

Стукова Юлия Евгеньевна, кандидат экономических наук;

Дудник Татьяна Александровна, кандидат экономических наук;

Зайцева Татьяна Олеговна, студент

Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина (г. Краснодар)

В статье рассматриваются такие категории управления персоналом в организации, как «стимулирование» и «мотивация» трудовой деятельности. Также раскрываются основные понятия и концепции, различные механизмы построения мотивации и стимулирования и их значимость в достижении эффективной финансовой и трудовой деятельности.

Ключевые слова: стимулирование, мотивация, финансовая деятельность, работники, трудовая деятельность, руководитель, экономическая эффективность, методы стимулирования

В настоящее время в Российской Федерации достаточно ярко стали проявляться признаки деградации работников в сфере труда. Большинство людей стали трудиться лишь для своего дальнейшего выживания. Такая тенденция в нашей стране продолжает набирать обороты, что негативно сказывается на социальной, экономической, трудовой и других сферах деятельности. Соответственно, нельзя говорить об эффективной и производительной работе организации, повышении квалификации и мотивации у работников.

Именно поэтому, на данный момент, организации в первую очередь думают об управлении мотивацией и стимулировании труда, что является сложнейшей стороной в управлении людьми. В наше время понятие «мотивация» до сих пор имеет множество значений, которые схожи между собой. Но одного обобщенного определения не выявили как теоретики менеджмента, так и менеджеры — практики, несмотря на то, что мотивация как одно из важнейших направлений в теории управления развивалась с давних времён и была подкреплена большим количеством исследований в России и за рубежом.

Для того чтобы организация смогла рационально и эффективно использовать все имеющиеся ресурсы, а также разумно применить имеющиеся у неё кадры, необходимо всеми возможными способами мотивировать работников. Ведь основной целью использования мотивации является максимальная отдача от трудовой и квалифицированной деятельности работников. Это позволит улучшить

работу на предприятии, а также увеличить её прибыльность, что благоприятно повлияет на общую деятельность организации.

Итак, понятие «мотивация» с точки зрения менеджмента представляет собой процесс побуждения людей к трудовой деятельности, которая использует мотивы поведения людей для достижения личных целей и целей организации [1]. Также под мотивацией понимается совокупность каких-либо мотивов, определяющихся индивидуальным характером личности, его интересов и ценностей в деятельности [2]. Если говорить о деятельности, то она представляет собой стремление работников удовлетворить свои важнейшие потребности в необходимых благах с помощью труда, который направлен на достижение поставленных целей предприятия. Следовательно, можно сделать вывод о том, что работники являются неотъемлемым элементом в работе организации.

В данной статье мотивация труда будет рассмотрена как процесс удовлетворения каждым из работников его личных потребностей в выбранной работе, осуществляемой при реализации целей, которые согласуются с целями и задачами предприятия. Также необходимо принятие различных видов мер со стороны менеджеров и руководителей организации для того, чтобы улучшить эффективность работы сотрудников и конечные результаты деятельности.

Опираясь на вышеизложенные рассуждения, можно выделить такие тождественные понятия, как мотивация и стимулирование.

Стимул представляет собой побудительную причину в поведении человека, а также интерес к чему — либо. В организации под стимулированием труда понимают комплекс мер, которые в основном являются способом удовлетворения материальных потребностей работников. То есть можно сказать о том, что мотив — это некий толчок, побуждающий к деятельности для достижения целей, а стимул — это некий объект желания работника.

Особенно высоко в управленческой деятельности персоналом ценятся знания, которые помогают мотивировать и стимулировать работников, то есть, как руководители могут оптимально управлять этими процессами в зависимости от выбора цели.

В настоящее время используются такие основные концепции мотивации, как содержательная и процессуальная.

Содержательные теории изучают потребности, которые являются мотивацией человека к какой — либо деятельности, рассматривают их структуру, а также определяют какие из них являются первичными, а какие вторичными. Они занимаются изучением целей, к которым стремятся люди. Также важно отметить, что данные теории уделяют большое внимание именно самому процессу по достижению целей и удовлетворению потребностей. Заслугой данных теорий можно считать роль потребностей, как фактора мотивации [3].

Основными содержательными теориями мотивации являются:

- 1) теория иерархии потребностей Абрахама Маслоу;
- 2) теория Альдерфера;
- 3) теория приобретённых потребностей МакКлелланда;
- 4) теория двух факторов Герцберга.

Процессуальные теории мотивации занимаются анализом того, как люди распределяют свои усилия в достижении поставленной цели и какой вид поведения ими выбирается. Следовательно, можно сказать, что они в большей степени направлены на процесс достижения целей, а не на её содержания, как в содержательных теориях мотивации [4].

К основным процессуальным теориям мотивации относятся:

- 1) теория справедливости Дж. Адамса;
- 2) теория ожиданий В. Врума;
- 3) теория X и теория Y МакГрегора;
- 4) комплексная теория мотивации Портера — Лоулера.

Рассмотрев содержательные и процессуальные теории мотиваций можно сделать вывод, что в организациях необходимо использовать их в полной мере, так как они помогут изучить потребности работников и понять процесс достижения поставленных целей.

Для правильного построения мотивации и стимулирования руководству необходимо соблюдать ряд правил:

- выдвинуть цель, для осуществления которой необходим конкретный работник;
- сформулировать краткосрочные и долгосрочные планы стимулирования и мотивации, учитывая как внешние, так и внутренние факторы;

— руководитель не должен допускать ошибок в управлении персоналом, а также вести себя достойно и уважительно по отношению к сотрудникам.

Чтобы понять систему мотивации, необходимо знать из каких элементов она состоит. Ведь не зная таких деталей, невозможно понять всего механизма управления персоналом. Итак, к основным элементам относят: мотивы, стимулы и потребности [5].

Теперь рассмотрим основные методы мотивации. К ним относятся: экономические, организационные и морально-психологические.

Экономические методы мотивации ориентированы на то, что человек в результате их использования получает некие выгоды, которые улучшают их уровень жизни.

К организационным методам мотивации относят: мотивацию целями, обогащением содержания работ, а также участием в делах фирмы.

Морально-психологические методы стимулирования представляют собой совокупность условий, при которых работники могли бы испытать именно профессиональную гордость за причастность к работе и личную ответственность за результат.

Для того чтобы промотивировать каждого из работников к достижению, как индивидуальных целей, так и целей организации необходимо вводить не только материальные, но и нематериальные поощрения сотрудников, которые отличались в трудовой деятельности и улучшили состояние организации. К таким поощрениям относятся почетные грамоты, а также фотографии лучших сотрудников для Доски Почета.

Создав правильную организацию управления работников, организация может достичь больших высот на внутреннем и внешнем рынке. Необходимо правильно продумать способы стимулирования и поощрения сотрудников. Помимо материальных и нематериальных вознаграждений в каждой организации должны быть предусмотрены и льготы для работников.

К таким льготам относятся: возможность получения кредитов по низким или беспроцентным ставкам; добровольное медицинское страхование работников; оплата путевок на лечение, отдых, экскурсии; оплаты проезда к месту работы на общественно транспорте и другие [6].

Также за индивидуальные достижения в трудовой деятельности организации могут использовать такую меру персонального поощрения, как бонусы. Например, в некоторых компаниях бонусами считается так называемая тринадцатая заработная плата, которая также стимулирует и мотивирует работников к дальнейшей эффективной деятельности в организации.

Таким образом, можно сделать вывод, что мотивация представляет собой побуждение к действию, которое вызвано внешними и внутренними факторами, а также связано с удовлетворением потребностей человека, которые ему жизненно необходимы. Чем активнее будет проявлять себя человек в трудовой деятельности, тем больше вероятность удовлетворить свои потребности, которые влияют

на его благосостояние. Но организациям не следует забывать о поощрениях, премиях и льготах, которые стимулируют работу сотрудников. Ведь сумев выбрать пра-

вильные методы мотивации и стимулирования рабочих, организация сможет достичь эффективной финансовой и трудовой деятельности организации.

Литература:

1. Базаров Т. Ю., Еремина Б. Л. Управление персоналом / Т. Ю. Базаров, Б. Л. Еремина. — М.: ЮНИТИ, 2012. — 554 с.
2. Веснин В. Р. Менеджмент: учебник / В. Р. Веснин. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: Проспект, 2012. — 613 с.
3. Власова Е. Система мотивации: как привлечь и удержать / Е. Власова, Т. Копачевская // Управление персоналом. — 2011. — № 8. — С. 19–25.
4. Герчиков В. И. Мотивация и стимулирование труда в современных условиях / В. И. Герчиков // ЭКО. — 2013. — № 6. — С. 103–112.
5. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы: учеб. Пособие / Е. П. Ильин. — СПб.: Питер, 2014. 508 с.
6. Трофимов А. Г. Работа с персоналом на предприятии / А. Г. Трофимов // Управление персоналом. — 2012. — № 3. — С. 15–19.

Значение статистики и её использование на транспортных предприятиях

Телелюева Лилия Николаевна, магистрант;
 Державцев Максим Алексеевич, магистрант
 Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта (г. Калининград)

В статье раскрывается роль статистики в стране и её понятие. Дается характеристика основных стадий статистического исследования. Также в статье рассматривается система статистических показателей, которые применяются на транспортных предприятиях и раскрывается значение каждого из них.

Ключевые слова: транспорт, статистика, статистическое исследование, данные, система, трудовые и материальные ресурсы, финансовые показатели

В настоящее время статистика играет огромную роль в развитии нашего общества и страны в целом. Данный факт связан с различными процессами, которые происходят в современном обществе, так например, развиваются экономические знания в сфере информационно-телекоммуникационных технологиях.

Государственная статистика должна уделять внимание всем социально-экономическим процессам для достоверной их оценки. Ведь именно на основании данных официальной статистики разрабатывается транспортная стратегия Российской Федерации.

Существуют различные определения статистики, в экономике статистика является единственным мето-

дом для практического анализа доступного для каждого потребителя.

Важным фактором использования статистической информации является доверия её пользователей, которое зависит от качества данных — это точность рассчитываемых значений показателей, степень адекватности применяемых статистических моделей, их доступность и оперативность возникновения.

В статье также представлены основополагающие принципы официальной статистики, которыми руководствуются при распространении официальной статистической информации. Краткая расшифровка этих принципов представлены в таблице 1.

Таблица 1. Принципы официальной статистики

Принцип	Расшифровка
Принцип № 1	Официальная статистика — это незаменимый компонент в информационной системе, предоставляющий органам управления.
Принцип № 2	Сохранение доверия при помощи научных принципов и норм профессиональной этики.
Принцип № 3	Правильная интерпретация данных при помощи предоставлении информации в соответствии с научными стандартами.
Принцип № 4	Право предоставления комментария на счет ошибочного использования данных.
Принцип № 5	Данные берутся из различных типов источников.

Принцип	Расшифровка
Принцип № 6	Индивидуальные данные носят конфиденциальный характер.
Принцип № 7	Законы и положения предаются гласности.
Принцип № 8	Необходимость в координации между статистическими учреждениями.
Принцип № 9	Использование международных методов способствует эффективной работе статистической системы.
Принцип № 10	Сотрудничество предполагает совершенствованию систем официальной статистики.

Данные принципы были одобрены Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций 29 января 2014 года.

В статистике автомобильного транспорта используются три стадии статистического исследования:

1. Статистическое наблюдение — это массовое научно-организованное наблюдение за явлениями экономической жизни, которое заключается в регистрации отобранных признаков у отдельных единиц.

При его использовании в силу действия закона больших чисел случайные колебания в уровне признаков уравниваются, тем самым появляется возможность установки основных закономерностей и базовых характеристик изучаемого объекта.

2. Метод группировок — это стадия статистического исследования, которая используется для исследования зависимости в сложных явлениях, характеристика которых отражается однородными показателями и разными значениями.

Группировка собранного материала представляет собой разделение общей совокупности на однородные группы, подсчет итогов и оформление итогов каждой группы

в форме статистической таблицы. В результате чего можно увидеть показатели, характеризующие объемы явлений.

3. Сводка и анализ результатов — это стадия статистического исследования, которая необходима для получения выводов о закономерностях развития и состоянии изучаемого явления. Данная информация представляется в текстовой форме плюс графики и таблицы. Обработка показателей отражает особенности однородных групп и взаимосвязь между ними.

Методы статистических исследований непосредственно связаны с такой наукой как математика. Это связано с тем, что применяются математические приемы для анализа количественных показателей. Интегрирование математики в статистике автомобильного транспорта дает возможность упорядочить систему статистической информации и обеспечить создание программ для перевода данных на формализованные алгоритмы для проведения массовых расчетов. Тем самым, ускоряется обработка и передача данных, облегчается их хранение и поиск.

Для характеристики развития транспортного предприятия существует система статистических показателей, разделенные на четыре блока и представленные на рисунке 1.

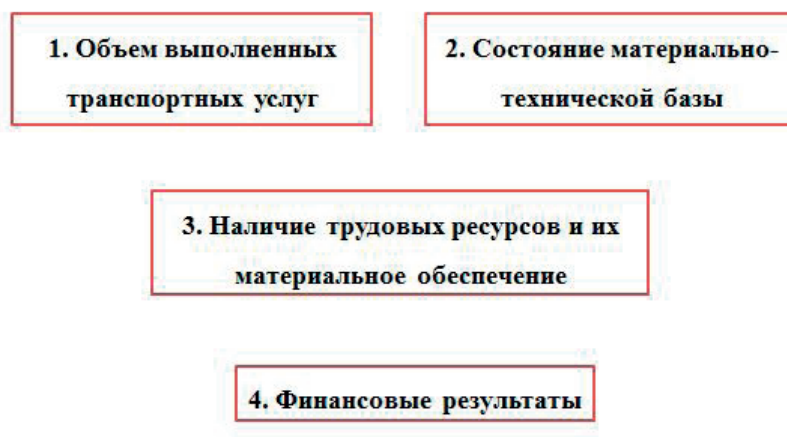


Рис. 1. Статистические показатели транспортного предприятия

Результат работы любого транспортного предприятия — это объем выполненных перевозок. На грузоперевозках данное явление характеризуется грузооборотом, структурой перевозкам по видам грузов. На пассажирских перевозках это число перевезенных пассажиров и пассажирооборот.

Особое внимание необходимо уделять анализу материально-технической базе на предприятии. Для этого проис-

ходит изучение численности и использование подвижного состава, его возрастная структура, размер инвестиций в основной капитал.

Что касается трудовых ресурсов транспортной компании, то существуют данные о средней численности сотрудников, внешних совместителях, работающих по договору, фонде заработной платы и социальные выплаты.

Также предприятие должно предоставлять финансовые показатели, к ним относятся: размер и структура затрат на перевозки, себестоимость перевозки, структура дохода, тарифы на перевозку, размер прибыли, показатели платежеспособности и другие.

Для ведения статистики на транспортных предприятиях создаются специальные отделы, если крупная компания, на небольших предприятиях этим может заниматься один сотрудник.

Значение ведомственной статистики очень велико, так как эффективная работа транспортного предприятия требует постоянного анализа социально-экономических явлений. Следовательно, главной задачей ведомственной статистики является обеспечение информацией о выполнении планов предприятия и наличия резервов увеличения транспортных услуг. Для этого необходимо определение объемных и качественных показателей для мониторинга и оперативным планированием.

Также при перевозке грузов учитывается выполнение плана, цель которого является своевременное обнаружение возможных дефектов в работе, тем самым выявить неиспользованные возможности для перевыполнения плана и улучшить качество обслуживания перевозки.

Главная задача статистики — контроль хода выполнения плана по всем финансовым показателям: доходами, прибыли, себестоимости перевозок.

Литература:

1. Технология технического обслуживания и ремонта автомобильного транспорта машиностроительных предприятий: учеб. пособие для вузов / Е. В. Агеев, И. П. Емельянов. — Старый Оскол: ТНТ, 2016. — 238 с.
2. Экономика автотранспортного предприятия: учеб. для вузов / В. П. Бычков. — М.: ИНФРА-М, 2013, 2014. — 382 с.
3. Статистика: [учеб. для вузов: практикум] / под ред. И. И. Елисевой. — М.; СПб.; Нижний Новгород: Питер, 2012. — 270 с.
4. Микроэкономическая статистика / под ред. С. Д. Ильенковой. — М.: Финансы и статистика, 2014. — 541 с.

Особенности процесса организации и управления личными финансами в России на современном этапе

Уткин Дмитрий Юрьевич, студент
Тольяттинский государственный университет

Появление и развитие совершенно другого аппарата финансовых взаимоотношений во время реформаторских движений и возникновение нового типа экономики было возможно только благодаря смене ее ориентированности на всестороннее образование и развитие людей, их культурных ценностей, созидательных способностей и умений, развития мотивации. Все это наводит нас на мысль о том, что ресурсы, которые вкладываются в усовершенствование и развитие капитала человека, являются самыми эффек-

Конечная цель — выявление влияния факторов, которые вызывают отклонение от уровня плановых показателей и уровня показателей предшествующих отчетных периодов.

План по перевозкам является определяющим документом, поэтому имеет большое значение обоснованное предвидение темпов роста и пропорций объемов перевозок. Всегда требуется дополнительная статическая информация, так как экономические отношения развиваются и тем самым меняется подход к планированию объема перевозок.

Первым делом статистика обеспечивает информацией о состоянии транспортного рынка: данные о реальном состоянии развития отраслей экономики, пользующиеся транспортными услугами, численность населения, развитие видом транспорта, расположение транспортных предприятий, качество предлагаемых ими услуг, размер тарифов. Также очень важная информация о специфике спроса на грузовые перевозки по временам года и дням недели.

Для составления планов необходима статистическая информация о наличии трудовых и материальных ресурсов на предприятии и достигнутом уровне их использования.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что статистика на транспортных предприятиях необходима для исчисления и анализа статистических показателей, которые отражают его производственную деятельность с целью всесторонней характеристики управляемого объекта.

тивными, но лишь с таким отличием, что их экономическая эффективность проявляется с небольшим запозданием.

Непростая ситуация в экономике.

Любое производство на любом уровне, будь то отдельный человек или целое общество, преследует главную цель, которая характеризуется удовлетворением человеческих потребностей, реализацией желаний в экономической сфере управляющих субъектов с разнообразными формами собственности. Но в наше время в России сло-

жилось достаточно неоднозначная, даже сложная экономическая ситуация. Ведь производство все меньше и меньше способно удовлетворить самые простые жизненные потребности граждан. Основное направление в решение этой проблемы и адаптации населения к такой обстановке в экономической сфере жизни — это повышение качества ведения и управления домашним хозяйством. Например, в более экономически развитых странах, экономика домохозяйств уже на протяжении большого количества лет рассматривается как неотъемлемая часть национальных финансов всей страны. Стоит отметить, что в таких странах государство защищает интересы всех граждан, а также учитывает макрорегулирование и статистическую отчетность.

Данная тема актуальна еще и потому, что в конце XX в. в российской экономике произошли большие нововведения, коснувшиеся по большей части изменения приоритетов в сторону сектора потребителей.

Это стало основой для неоклассической теории финансов, которая делает основной упор на денежные средства и финансы всех домашних хозяйств.

Финансовая структура.

В связи с тем, что роль личного бюджета индивида в экономике государства была признана очень значимой и ей стало уделяться гораздо больше внимания, ведется очень много теоретических работ, опирающихся на концепции, которые были разработаны во многих областях, например, область финансовых отношений, денежных сбережений как отдельного индивида, так и населения в целом и прочие. Вот некоторые из разработанных теорий:

1. Теория противоречий, которые можно применить к сфере финансово-экономических взаимоотношений.

2. Теория взаимодействий разных факторов экономики, оказывающих непосредственное влияние на как на структуру, так и на организацию бюджета домашних хозяйств.

3. Теория, основанная на «человеческом капитале».

Личные финансы, их природа и основная задача.

Образование в финансовой сфере у населения России не на самом высоком уровне. Обусловлено это тем, что традиции экономического просвещения и финансовые науки, которые, к слову, получили такое определение, как «буржуазная» наука в двадцатом веке, были истреблены за время практики ведения общественных хозяйств.

Очень много времени перевешивали отрицательные настроения по отношению к теориям финансовых наук. Финансы делились обычно на две категории:

1. Финансы, принадлежащие капиталистическим странам.

2. Финансы, которыми владели страны-приверженцы социализма.

Но на современном этапе развития экономических наук и общества в целом, финансы, принадлежащие людям, считаются важным инструментом экономики. Данные инструменты — это неотъемлемая часть современной экономики. Они способствуют осуществлению методов государствен-

ного регулирования, которые заключаются в формировании разных финансовых фондов.

Считается, что основная задача личных финансов — преумножение потенциала в финансовой сфере жизни любого человека, а также потенциала бюджета домохозяйств или производителей тех или иных товаров на рынке.

Финансы выражают действующие в нашем обществе взаимоотношения, которые имеют объективный характер, обособленное назначение и являются экономической категорией.

Давайте рассмотрим личный бюджет, как финансы, которые формируются каждым субъектом индивидуально для себя, для удовлетворения собственных потребностей. Пожалуй, решение о том, что нам нужен капитал, какой-то запас денежных средств, приходит к нам после того, когда мы покидаем родительский дом и отвечаем за свое благополучие целиком и полностью самостоятельно.

Финансы индивида формируются, в первую очередь, из его доходов. Доход человека можно охарактеризовать как количество денег, их поток или общая сумма, которая поступает ему в виде, например, заработной платы, жалования или же ренты.

Начиная вести собственный бюджет, люди сталкиваются с проблемой правильного управления своими денежными средствами, ведь это не так уж и просто, а также этому никто не научит.

Стоит заметить, что, когда человек сталкивается со сложностью в управлении и контроле собственных финансов, ему, обычно, трудно следить и за другими сферами повседневной жизни. Ведь на все это имеет прямое воздействие такое качество человеческой жизни, как дисциплина.

В современных книгах, будь то бизнес-книги или художественная литература, можно найти много различных приемов правильного и эффективного управления и контроля личных финансов, вот некоторые из них:

1. Если у человека есть семья, то запас денежных средств на «черный день» должен быть общим.

2. Если человек руководит собственным бизнесом, то у него должен быть финансовый резерв не только для себя и семьи, но и для его бизнеса.

3. Лучше всего иметь запас средств, равный годовому доходу. Хранить его лучше на депозите в надежном банке. Это касается людей в возрасте до тридцати лет.

4. Если человеку тридцать — сорок лет, то его финансовый резерв должен быть равен трехлетнему доходу.

На вопрос о том, как наиболее эффективно распоряжаться своими деньгами, откладывать сбережения ответ очень прост. Найти его можно в книге «Самый богатый человек в Вавилоне», написанной Джорджем Клейсоном. Автор советует каждому из людей откладывать 1/10 от всех доходов. Данная сумма никак не ударит по кошельку, но через некоторое время вы сможете накопить приличную сумму. Давайте разберем эту стратегию на примере среднего статистического человека, заработок которого в месяц равен 25.000 рублей. Если он начнет откладывать всего лишь

10% от заработанного, то к концу первого года он накопит сумму, равную 30.000 рублей, к концу второго года она возрастет до 60.000 рублей.

В заключение хочу сказать, что универсального принципа управления и контроля личными финансами не су-

ществует. Но, если придерживаться некоторым советам, то можно очень эффективно распоряжаться собственным бюджетом. Стоит помнить, что вложения должны быть продуманными и желательными диверсифицированными.

Литература:

1. «Самый богатый человек в Вавилоне», Джордж Клейсон.
2. «Управление личными финансами», под редакцией А. В. Кочеткова.

Проведение маркетингового анализа рынка гостиничной недвижимости на прединвестиционной стадии реализации девелоперского проекта

Учинина Татьяна Владимировна, кандидат экономических наук, доцент;
Медведева Анастасия Павловна, студент
Пензенский государственный университет архитектуры и строительства

В статье рассматривается современное состояние рынка гостиничной недвижимости, а также факторы, которые оказывают на него наибольшее влияние. Представлены результаты маркетингового анализа при реализации проекта по строительству гостиницы в г. Нижний Ломов Пензенской области.

Ключевые слова: рынок гостиничной недвижимости, маркетинговый анализ, девелоперский проект, инвестиции

Сегодня рынок гостиничной недвижимости России находится в самом начале своего формирования. Так, например, в 2015 году Пензенскую область посетило около 500 тыс. человек, а в 2016 году — уже более 650 тыс. С каждым годом поток туристов в Пензенский край неуклонно растет. Специалисты считают, что при условии создания развитой инфраструктуры область способна принимать до миллиона туристов в год. При этом следует отметить, что большинство посещающих Пензенскую область граждан нуждаются в услугах гостиниц, объем предложения которых сейчас явно недостаточен для удовлетво-

рения спроса в условиях уже существующих туристических потоков.

В настоящее время в г. Нижний Ломов функционирует не так много гостиничных комплексов. Рассмотрим типы гостиниц г. Нижнего Ломова, а также средние цены на номера трех основных категорий: «стандарт», «полулюкс», «люкс». Номера на рисунке 1 указаны в соответствии с таблицей 1. В основном гостиницы расположены вблизи автодороги М-5 «Москва — Челябинск» федерального значения. В черте города подобных объектов не так много.

Таблица 1. Существующие гостиницы г. Нижний Ломов

№ п/п	Название	Адрес	Тип гостиницы по комфортности	Номерной фонд	Количество мест	Средняя цена номера (одноместного), руб.		
						«стандарт»	«полулюкс»	«люкс»
1	«Нижний Ломов»	Г. Нижний Ломов, ул. Московская, 85	эконом-класс	50	100	1 300	1 700	2 300
2	Торгов-гостиничный комплекс «Астра»	ФАД Москва — Челябинск, 528 км,	бизнес-класс	15	35	1 700	1 800	2 500
3	Мотель «Пилигрим»	Г. Нижний Ломов, ул. Дорожная, 30	эконом-класс	8	20	1 000	1 500	-
4	Гостинично-ресторанный комплекс Эдельвейс	ФАД Москва — Челябинск, 528 км, ул. Дачная, д. 1	бизнес-класс	10	23	1 700	1 800	2 500

В таблице 2 и показаны средние цены на номера класса «стандарт», «полулюкс», «люкс».

Таблица 2. Средняя цена номера «стандарт», «полулюкс», «люкс» в зависимости от типа гостиницы (для г. Нижний Ломов)

Тип гостиницы по комфортности	Средняя цена номера, руб.		
	«стандарт»	«полулюкс»	«люкс»
«эконом категория»	1 000	1200	2000
«бизнес-класс»	1700	2000	2500
«супер бизнес-класс»	3000	3500	5000

Несмотря на наличие гостиниц, их дефицит постоянно ощущается. Согласно градостроительным нормам на 6 жителей города должно приходиться 1 место в гостинице. Город Нижний Ломов на сегодня не удовлетворяет этому требованию, т. к. обеспеченность города гостиничными местами едва превышает 120 жителей на 1 место. Соответственно вопрос развития гостиничной индустрии города очень важен.

Причина не столь активного развития рынка гостиничной недвижимости по сравнению с торгово-офисной заключается в ряде особенностей при инвестировании проекта. Во-первых, срок окупаемости для гостиниц выше, чем для торгово-офисных центров. Во-вторых, при неграмотном управлении могут возникнуть риски некупаемости. Чтобы их избежать, необходимо учитывать все стороны функционирования гостиницы. Город Нижний Ломов не является профильным туристическим городом. Тем не менее, город богат культурно-историческим наследием.

При строительстве гостиницы мы предполагаем, что в первую очередь она будет ориентирована на посетителей города, приезжающих на длительный срок.

Рассмотрим характеристики основных гостиничных комплексов, расположенных в черте города Нижний Ломов.

1. Торгово-гостиничный комплекс «АСТРА». Корпус № 1

1.1. Гостиница
Гостиница рассчитана на проживание 35 человек (номерной фонд — 15 номеров). Все номера оборудованы: внутренней тел. связью (мини АТС), ЖК телевизорами с DVD, подключенными к сети кабельного телевидения, холодильниками, кондиционерами, душевыми кабинами (ваннами), беспроводным высокоскоростным доступом в «Интернет» WI-FI.

Номерной фонд: 4 номера люкс, 2 трехместных номера и 8 двухместных.

1.2. Автостоянка

На прилегающей территории расположена большая автостоянка для легкового автотранспорта с круглосуточной охраной и видеонаблюдением.

1.3. Кафе и ресторан

Кафе работает круглосуточно, завтраки, бизнес-ланч, разнообразное меню, быстрое обслуживание. Ресторан работает с 12.00 до 24.00.

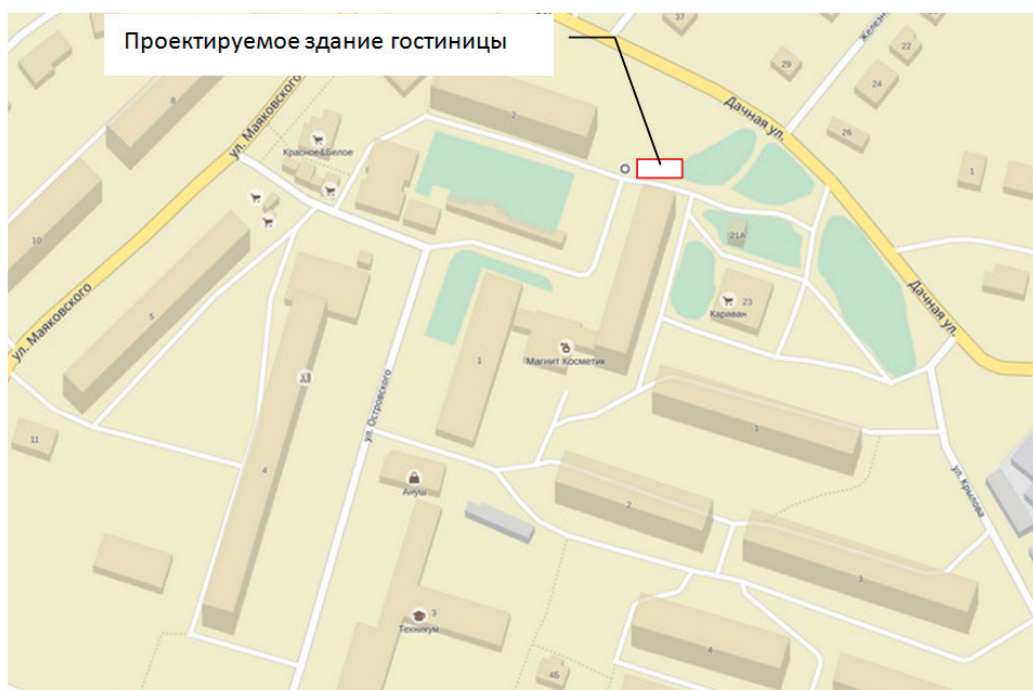


Рис. 1. Расположение проектируемого объекта

1.4. Мини-маркет

1.5. Боулинг-центр. Центр рассчитан на 2 дорожки, сочетает в себе легендарный итальянский дизайн и передовые технологии. Аэрохоккей, футбольный симулятор, бильярд и другие игры — неотъемлемые элементы игрового комплекса и объекта семейного досуга.

Дата ввода в эксплуатацию: декабрь 2010 г.

2. Мотель «Пилигрим», Пензенская обл., Нижний Ломов г., ул. Дорожная, 30, стоянка, гостиница, магазин автозапчастей.

Дата ввода в эксплуатацию: 2006 г.

3. Гостиничный комплекс «Эдельвейс», автодорога М-5 «Урал»: гостиница и ресторан. Дата ввода в эксплуатацию: 2012 г.

Отведенный под застройку гостиницы земельный участок располагается по адресу: г. Нижний Ломов, улица Крылова 21а., в юго-западной части города. С южной стороны земельного участка располагается здание магазина «Караван», с востока — пустой земельный участок, с северной стороны — дорога, с западной стороны — пятиэтажный жилой дом. Местоположение проектируемого объекта на карте города Нижний Ломов обозначено ниже (рисунок 1):

Таблица 3. Расположение объекта исследования на плане города

Субъект Федерации	Пензенская область
Город	Нижний Ломов
Адрес	Ул. улица Крылова 21а
Удаленность от географического центра города Нижнего Ломова	≈ 2,62 км (по воздушным линиям); ≈ 3,3 км (по существующим транспортным магистралям)
Транспортная доступность	В районе расположения объекта транспортная оживленность средняя
Удаленность от крупных магистралей и объектов транспортной инфраструктуры:	Расстояние по воздушным линиям: <ul style="list-style-type: none"> • до ж/д узла ≈ 2,4 км (ж/д станция Кузнецк); • до автовокзала ≈ 2,3 км; • до трассы М-5 Москва — Челябинск ≈ 4,34
Обеспеченность объекта коммуникациями	Имеются все коммуникации, обеспеченность хорошая

В данной работе был рассмотрен и изучен район города Нижний Ломов, ограничивающийся территориями улиц Дачная-Крылова-Маяковского-Толстого.

Рассматриваемый район является перспективным для строительства объектов гостиничного назначения, поскольку рядом находятся промышленные предприятия

и объекты производственного назначения, куда могут быть командированы работники. Размещение гостиницы в данном районе обусловлено вышеуказанными объектами, проектируемая гостиница нацелена на командировочных. Поэтому исследуемый район можно считать наиболее перспективным для строительства гостиницы.

Литература:

1. Акимова М. С., Улицкая Н. Ю., Копрянцева Е. С. Виды бизнеса на рынке недвижимости // Крымский экономический вестник. — 2014. № 6 (13). С. 5–7.
2. Глухова К. А., Учнина Т. В. Инвестиционная привлекательность строительства крупных торгово-развлекательных центров в регионах (на примере г. Пензы) // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 6. — С. 644.
3. Евсюкова А. И., Учнина Т. В. Влияние фактора местоположения на перспективу развития гостиничного бизнеса (на примере города Пенза) // В сборнике: Наука и образование в XXI веке сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 34 частях. — 2013. С. 50–51.
4. Кондрашова В. А., Учнина Т. В. Анализ привлекательности территории города Пензы для размещения социально значимых объектов (на примере строительства спортивно-развлекательного комплекса) // Современные проблемы науки и образования. — 2014. № 2. С. 473.
5. Медведева Е. Н., Глухова К. А., Учнина Т. В. Анализ тенденций и особенностей развития торговой недвижимости в г. Пензе // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 1–1. — С. 780.
6. Офицерова К. А., Учнина Т. В. Маркетинговые исследования при анализе инвестиционной привлекательности строительства торговых объектов (на примере торгового центра «Берлин» в г. Пензе) // Современные проблемы науки и образования. — 2014. № 3. С. 334.
7. Попова И. В., Толпегина С. О. Анализ развития теории девелопмента в инвестиционно-строительной сфере // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 5. — С. 366.
8. Толстова Т. В., Учнина Т. В., Ухабина Т. А. Исследование размещения гостиничной недвижимости в структуре городов России и мира с целью выбора наиболее эффективного варианта местоположения на территории г. Пензы // Современные проблемы науки и образования. — 2015. № 1–1. С. 574.

9. Учнина Т. В., Биксалиева Д. Р. Организация финансирования бизнес-проектов на рынке коммерческой недвижимости // Финансовый менеджмент. — 2012. № 3. С. 27–33.
10. Учнина Т. В. Моделирование вариантов местоположения гостиничной недвижимости в структуре города по критерию инвестиционной ценности территории. — Монография / Пенза, 2014.
11. Учнина Т. В., Ухабина Т. А. Анализ структуры гостиничных услуг на территории города Пензы и формирование предложений по развитию гостиничной недвижимости // Современные проблемы науки и образования. — 2015. № 1–1. С. 572.

Система внутреннего контроля: риск-ориентированный подход

Файзуллина Айгуль Альбертовна, магистрант

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

Каждая организация, независимо от правовой формы, ставит перед собой такие цели, которых она желает добиться благодаря своей деятельности. В процессе своей деятельности организация сталкивается с такими событиями, которые могут стать преградой на пути их достижения. Собственно, данные обстоятельства и влекут за собой риски, которые организация обязана, в первую очередь, выявить, затем проанализировать, оценить и составить план последующих действий. В российской практике риски часто рассматривают как вероятность нежелательных, негативных последствий, а расходы, с ними связанные, как неизбежные затраты или потери [5, С. 76]. Сама дефиниция «Риск» в классическом виде — это событие, которое может произойти с определенной вероятностью в пространстве разного времени (прошлого, настоящего, будущего) [4, С. 74]. Некоторые риски могут быть допустимы (полностью или частично), а некоторые могут быть частично или полностью минимизированы до уровня, допустимого для организации.

Значительным методом, предназначенным для минимизации выявленных и существующих для организации рисков, является разработка и применение рациональной системы внутреннего контроля. Данная система должна обеспечить эффективность хозяйственной деятельности, т. е. должна предотвращать:

- расходы, вызванные бесхозяйственностью и нераспорядительностью. Данная статья расходов является результатом недостаточно четкой работы.
- нерациональное использование ресурсов;
- соответствие учетным принципам.

Менеджмент компаний фактически оказывается в ситуации, когда необходимо обеспечить рост бизнеса, снижая операционные, финансовые и иные риски при достижении наименьшей стоимости финансирования бизнеса [6, С. 137]. Следовательно, внутренний контроль организации необходим для оценки рисков различных операций и объектов, внедрение, и дальнейшее повышение ее эффективности позволят предприятию снизить до минимального уровня различные существенные риски.

Также существует проблема конфликта двух моделей внутреннего контроля — традиционной и риск-ориентированной модели (риск-ориентированного подхода). Суть риск-ориентированного подхода состоит в том, чтобы понять, что в первую очередь мешает предприятию достичь цели, и найти наилучший способ снижения негативного воздействия. [6, С. 139]. Традиционная модель предусматривает наличие следующих обязательных компонентов (рисунок 1).

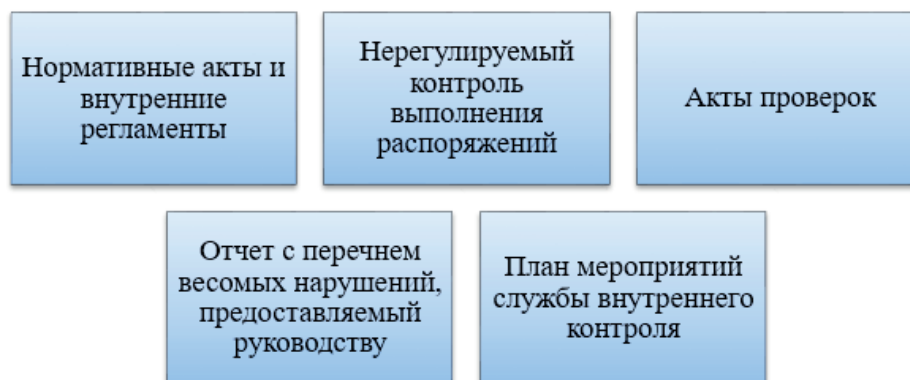


Рис. 1. Обязательные компоненты

Всемирно известная модель внутреннего контроля — модель COSO — рассматривает оценку рисков, как один из пяти базовых компонентов системы внутреннего контроля [2, С. 469]. Указанный комитет был основан с целью установления понятия «внутренний контроль» и обеспечения помощи руководству в определении, является ли действующий контроль эффективным. Для этого комитетом был разработан и выпущен ряд документов, один из которых — «Концептуальные основы внутреннего контроля», являющийся в настоящее время хорошей базой для применения во многих организациях, которые понимают, что достижение установленных целей невозможно без эффективного внутреннего контроля. Особенно система внутреннего аудита необходима компаниям с разветвленной филиальной сетью. С одной стороны, управляющая компания имеет возможность получать своевременную и объективную информацию о деятельности филиалов. С другой стороны, филиалы наиболее полно осведомлены о политике и процедурах головной компании [3, С. 351].

Другая модель, основанная на риск-ориентированном подходе, отличается от традиционной модели тем, что требует от системы внутреннего контроля присутствия таких пунктов как:

- сносность уровня риска;
- осуществление анализа работы внутреннего контроля по каждому существенному факту и информирование руководства;
- план действий, готовящийся подразделениями;
- подготовка итогового отчета, в котором раскрываются основные проблемы, оценка адекватности предложенных действий;
- ежемесячный мониторинг выполнения плана действий.

В докладе COSO «Внутренний контроль. Интегрированная модель», внутренний контроль интерпретирован как процесс, реализуемый советом директоров организации, управлением и иным персоналом с целью обеспечения максимального уровня достижения целей организации в категориях:

- эффективность и наличие результатов от проведения операций;
- достоверность и полнота финансовой отчетности;
- соблюдение надлежащих законов и правил.

Основой системы внутреннего контроля служат пять взаимосвязанных компонентов (рисунок 2).

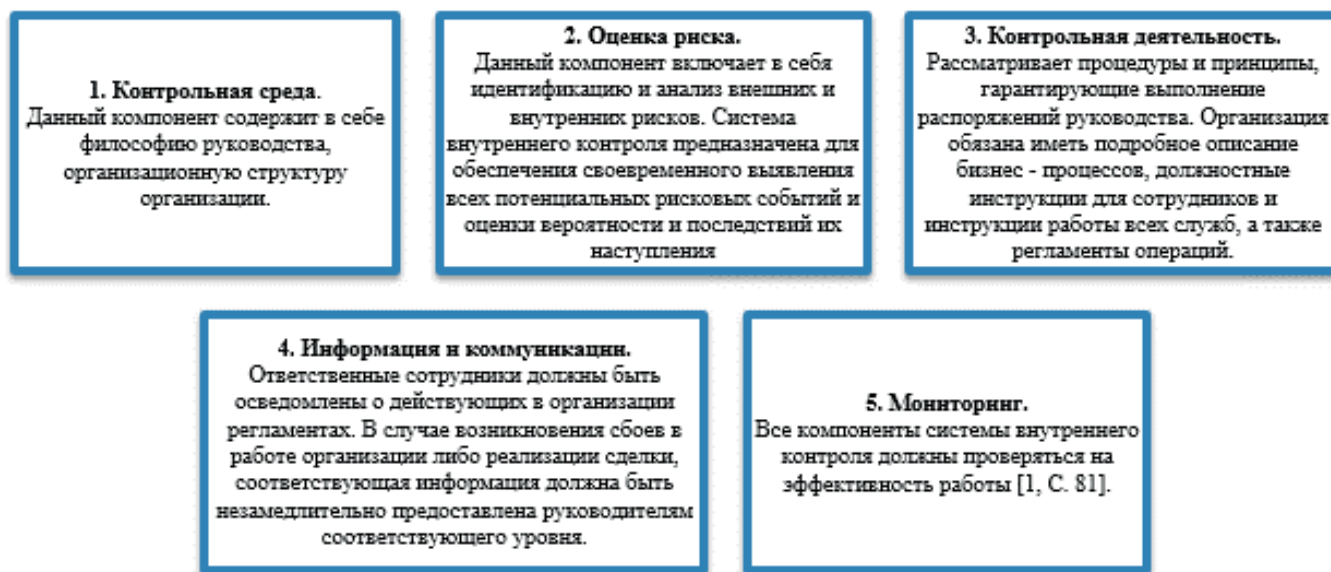


Рис. 2. Компоненты внутренней системы

Подводить итог о результативности системы внутреннего контроля можно только при наличии всех пяти рассмотренных компонентов и их эффективном функционировании относительно всех заявленных целей во всех подразделениях организации и на каждом ее бизнес-процессе.

Следовательно, риск-ориентированный подход к планированию работ по внутреннему контролю и аудиту позволяет определить виды рисков в деятельности компании, классифицировать их по группам, выявить ключевые бизнес-риски, увязать их с целями и бизнесом — процессами предприятия, и дать им оценку. Данный подход в деятель-

ности службы внутреннего контроля позволит организовать работу с учётом передового зарубежного опыта, который оказывает содействие правильному выбору объектов внутреннего контроля, и тем самым качественно повысить эффективность работы внутренних аудиторов при проведении проверок [7, 164].

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что ориентированный на риск внутренний контроль олицетворяет собой процесс, контролируемый вышестоящим органом компании, устанавливающий его политику, осуществляемый высшим руководством и иными сотрудниками, который в надлежащей и обоснованной мере обес-

печивает достижение субъектом хозяйствования операционных целей, целей подготовки отчетности и соблюдения законодательства.

Риски, которые имеют большой удельный вес к общей сумме рисков, представляют угрозу его целям, тогда как сутью внутреннего контроля является — смягчить эту угрозу. Внутренний контроль есть нечто иное как процесс достижения цели, а не самоцель, при этом внутренний контроль может гарантировать владельцам и руководству субъекта хозяйствования лишь обоснованный уровень достижения поставленных целей, но не гарантирует абсолютную безошибочную работу.

Модель COSO при полноценном использовании позволит организациям содействовать практической реализации риск-ориентированного подхода к системе внутреннего контроля на предприятиях, который является актуальной и перспективной концепцией для российских предприятий. Весьма очевидным является тот факт, что реализовать западную модель в российских организациях непросто, поскольку формирование эффективной работы риск — менеджмента находится на начальной стадии, но всё же существует перспектива развития данного направления, и благодаря данному развитию со временем будет расти его роль в управленческих решениях.

Литература:

1. Каковкина Т. В. Риск-ориентированный подход в практике внутреннего контроля и аудита // Аудит. — 2014. — № 3 (279). — С. 36–40.
2. Малкова Л. С. Методы и модели риск-ориентированного внутреннего аудита промышленного предприятия // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет, 2011.
3. Михайлов А. М. Риск-ориентированный внутренний контроль и аудит // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. VII междунар. науч. — практ. конф. № 7. Часть I. — Новосибирск: СибАК, 2011.
4. Растегаева Ф. С., Рахматуллин А. М. Современные подходы к проведению проектов внутреннего аудита // Международный научно-исследовательский журнал. — 2016. — № 1–1 (43). — С. 72–75.
5. Растегаева Ф. С., Рахматуллин А. М., Рахматуллин М. А. Сущность категории риск и его взаимосвязь с финансовой категорией-аудиторский риск // Международный научно-исследовательский журнал. — 2016. — № 1–1 (43). — С. 75–79.
6. Растегаева Ф. С., Сахирова И. П., Князева И. Н. Внутренний контроль как инструмент снижения риска несостоятельности (банкротства) // Вестник ВСГУТУ. — 2015. — № 5. — С. 137–143.
7. Растегаева Ф. С., Сахирова И. П., Князева И. Н. Создание риск-ориентированного внутреннего контроля: анализ законодательной базы // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. — 2015. — № 3 (41). — С. 163–169.
8. Риск-ориентированный подход: обмен лучшими практиками. Экспертный семинар // Аналитический центр при Правительстве РФ и Экспертный совет при Правительстве РФ. 17.03.2016.
9. Тедозашвили Л. Т., Шутова И. А. О проблемах реализации риск-ориентированного подхода в аудите // Экономика и предпринимательство. — 2015.
10. Толчинская М. Н. Риск-ориентированный подход в организации службы внутреннего аудита // Фундаментальные исследования. — 2015. — № 10–3. — С. 640–644; URL: <https://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=39272> (дата обращения: 05.04.2017)
11. Трохов М. Е. Риск-ориентированные подходы в отечественной практике банковского внутреннего контроля // Аудит и финансовый анализ. — 2007. — № 3. — С. 0–9.
12. Туркина А. Е. Риск-ориентированный внутренний контроль и его интеграция в систему управления рисками в коммерческом банке // автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. — Москва: Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, 2013.
13. Чулина К. Ю. Управление рисками в системе внутреннего государственного финансового контроля // Novainfo. — 2016. — № 54–1.
14. Хромов В. Е., Пашковский Д. А. Оценка эффективности деятельности службы внутреннего аудита в финансовых организациях // Управление в кредитной организации. <http://www.ipnou.ru/article.php?idarticle=009981>.

Проблема управления рентабельностью в ОАО «Красный Октябрь»

Фам Као Фонг, магистрант;

Научный руководитель: Лазарев Михаил Петрович, кандидат физико-математических наук, доцент
 Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В статье на основе анализа хозяйственной деятельности ОАО «Красный Октябрь» за последние несколько лет рассмотрены и выявлены основные закономерности динамики показателей рентабельности в работе предприятия. В контексте рассматриваемого вопроса выявлены основные проблемы развития кондитерской отрасли в РФ в условиях нестабильности экономики. Рассмотрена роль основных макроэкономических факторов, влияющих на деятельность ОАО «Красный Октябрь». Существенное влияние на работу предприятия оказало рост цен на многие сырьевые материалы (сырьевые группы) — сахар, какао-бобы, молочные продукты, орехи. В целях максимизации прибыли дан прогноз и рекомендации по достижению оптимальных уровней показателей рентабельности с учетом возможных финансовых рисков.

Ключевые слова: коэффициент рентабельности, ОАО Красный Октябрь, коэффициент общей рентабельности, коэффициент рентабельности продаж, коэффициент рентабельности активов, коэффициент рентабельности производства

Главная часть

Показатели рентабельности используются для оценки эффективности производственной деятельности.

Рентабельность — это показатель характеризующий эффективность использования ресурсов предприятия. Показатели рентабельности позволяют оценить эффективность деятельности предприятия, независимо от ее масштабов, отрасли. Показатели рентабельности характеризуют соотношением эффекта к затратам.

Основные показатели **рентабельности:**

— Коэффициент общей рентабельности

Коэффициент общей рентабельности определяется как отношение балансовой прибыли к выручке от реализации товаров. Общая рентабельность повышается, если снижаются расходы производства, улучшается качество продукции, а также когда цены на продукты и оказываемые услуги увеличиваются. Или когда предприятия начинают продать новые товары по более высоким ценам.

$K_{OP} = \text{прибыль (убыток) до налогообложения} / \text{выручка} \times 100\%$

— Коэффициент рентабельности продаж

Коэффициент рентабельности продаж — Это основной и ключевой показатель оценивающий прибыльность предприятия. Рентабельность показывает, сколько прибыли

предприятия заработает с каждого заработанного рубля от производства товаров и услуг.

Коэффициент рентабельности продаж определяется как отношение прибыли от реализации продуктов к выручке от реализации продуктов.

$K_{RP} = \text{прибыль (убыток) от продаж} / \text{выручка (нетто) от продаж} \times 100\%$

— Коэффициент рентабельности активов

Коэффициент рентабельности активов показывает способность деятельности предприятия эффективно использовать ее активы для получения прибыли.

Коэффициент рентабельности активов определяется как отношение чистой прибыли предприятия без процентов по кредитам к ее активам.

$K_{РК} = \text{чистая прибыль (убыток)} / \text{актив} \times 100\%$

— Коэффициент рентабельности производства

Коэффициент показывает, сколько прибыли компания заработает с каждого рубля, затраченного на производство товаров.

Рентабельность производства определяется как отношение валовой прибыли предприятия к сумме расходов на производство товаров.

$K_{PЗ} = \text{Валовая прибыль (убыток)} / \text{себестоимость} \times 100\%$

Таблица 1. Основные показатели деятельности ОАО «Красный Октябрь» (тыс. руб.)

	2013	2014	2015
Актив	9530541	12004505	13081370
Выручка	9078023	10012922	12239298
Себестоимость реализованной продукции	7252400	8330250	10636387
Валовая прибыль	1825623	1682672	1602911
Коммерческие расходы	(141 710)	(200 304)	(144 462)
Управленческие расходы	(436 025)	(432 531)	(426 627)
Прибыль (убыток) от продаж	1 247 888	1 049 837	1 031 822
Прибыль (убыток) до налогообложения	1 252 168	529 050	769 026
Чистая прибыль (убыток)	986 915	406 741	589 195

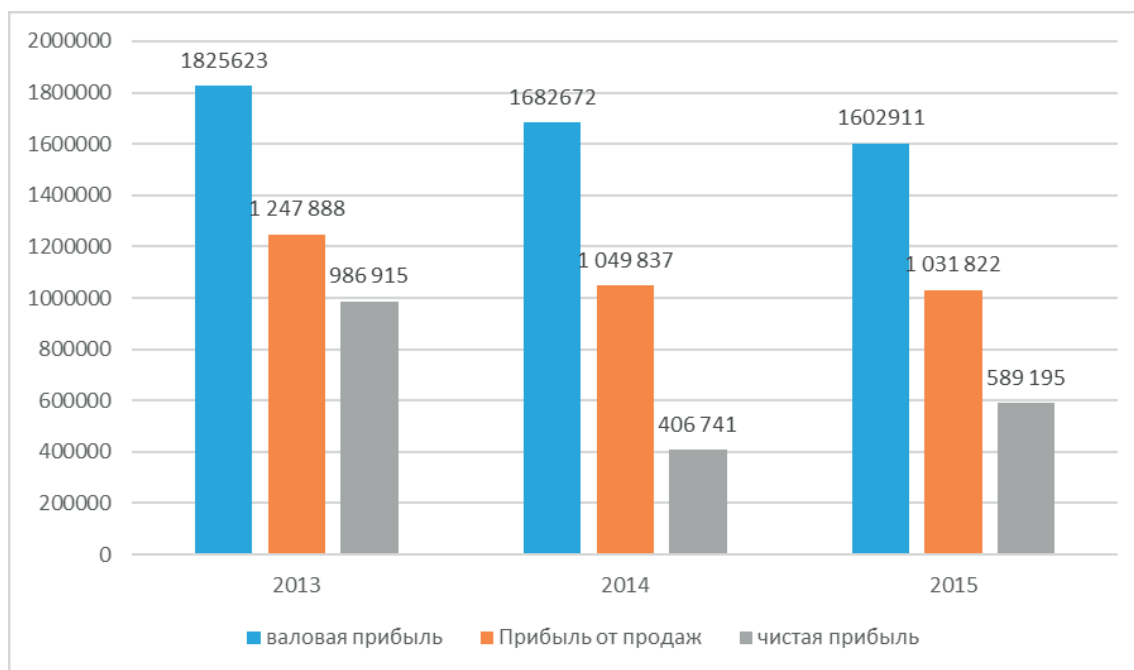


Рис. 1. Показатели прибыли ОАО «Красный Октябрь» в периоде 2013–2015 (тыс. руб.)

Таблица 2. Коэффициенты рентабельности деятельности ОАО «Красный Октябрь» (%)

	2013	2014	2015
Коэффициент общей рентабельности	0.137	0.053	0.048
Коэффициент рентабельности продаж	0.137	0.105	0.084
Коэффициент рентабельности активов	0.103	0.034	0.045
Коэффициент рентабельности производства	0.252	0.202	0.151

В 2014 году, снижалось все рентабельности предприятия (таблица 2). Самое значительное снижение показатели — коэффициент общей рентабельности, который только ставил 0,053%.

Главная причина — увеличение расходов на реализацию продукции из-за рост цен на многие сырьевые материалы (сырьевые группы) — сахар, какао-бобы, молочные продукты, орехи. В 2014 году возникновение дефицита ореха на внутреннем рынке по причине запрета на ввоз в РФ. Кроме того, рост курсов доллара США и Евро в 4 квартале 2014 года, что привело к росту цен на сырье.

В 2015 году, общие тенденции развития кондитерской отрасли ОАО «Красный Октябрь» оценивал, как еще умеренно пессимистичные. Хотя рост значения коэффициента рентабельности активов, наибольшие остальные показатели снизилось. В 2015 году высокий уровень курсов ос-

новных валют — доллара США и Евро, что привело к высокому уровню рублевых цен на основное импортируемое сырье, результатом действия вышеизложенных факторов стала необходимость неоднократного пересмотра цен на готовую продукцию в сторону увеличения, что в рублевом выражении позволило в 2015 году увеличить доходность общества по сравнению 2014 годом. Выручка предприятия увеличила 22% и ставил 12239298 тыс. рублей (таблица 1)

По моему мнению, тенденции развития ОАО «Красный Октябрь» в целом соответствуют общеотраслевым реалиям. Предприятию надо снизить объем производства, чтобы соответствовать с рыночным ограничением в виде снижения покупательского спроса в условиях экономического спада. Кроме того, ему надо инвестировать в другие, более прибыльные сферы.

Литература:

1. Федеральный закон от 29.07.1998 г. № 135-ФЗ «Об оценочной деятельности в Российской Федерации» (ред. от 13.07.2015).
2. Федеральные стандарты оценки, утвержденные Приказами Минэкономразвития России (ФСО N 1–11) // [Электронный ресурс]. — СПС «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru>
3. Антикризисное бизнес-регулирование: монография / под ред. проф. А. Н. Ряховской. М.: Магистр: ИНФРА-М, 2012. — 240 с.

4. Косорукова И. В. Оценка стоимости имущества [Электронный ресурс]: учеб. пособие для студ. вузов, обуч. по спец. «Антикризис управление» и др. экономич. спец. М.: МФПУ «Синергия», 2012. Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=451193>.
5. Финансовый менеджмент: Учебник / И. Я. Лукасевич — 2008
6. Годовой отчет ОАО Красный Октябрь // [Электронный ресурс] // URL: <https://www.e-disclosure.ru/portal/files.aspx?id=445&type=3>
7. Воротникова И. В., Лазарев М. П. Финансовое планирование и прогнозирование: Учебное пособие. — М.: АНО «Академия менеджмента и бизнес-администрирования», 2016. — 152с.

Влияние обучения персонала на рост производительности предприятия

Фоменко Анастасия Олесьевна, студент
Ташкентский химико-технологический институт (Узбекистан)

Рост производительности предприятия и его эффективность во многом зависят от трудовых ресурсов, имеющих в распоряжении у данного предприятия.

В процессе глобализации и акселерации экономики предприятиям необходимо следовать в ногу со временем и располагать высоко квалифицированным персоналом. Это означает непрерывное развитие и обучение сотрудников, следствием чего является достижение поставленных целей и получение необходимых результатов. При этом внимание акцентируется не только на знаниях, основанных посредством теоретических тренингов и семинаров, но и на умении применить эти знания в процессе трудовой деятельности, что должно в итоге привести к достижению поставленных задач.

Кроме того, способность трудовых ресурсов грамотно использовать полученные в ходе обучения знания является одним из основных моментов эффективности производства.

Не отстают и производственные технологии, требующие от технического персонала первоклассное знание нового оборудования и технологий; Системы продвижения товаров на рынок и продаж развиваются еще более стремительно. Все это не оставляет иного шанса работодателю для сохранения занимаемой доли рынка и в конечном итоге всего бизнеса, как постоянно повышение образовательного уровня своих подчиненных.

Каждая организация сама определяет, для чего она проводит обучение, но можно выделить основные цели, ради которых процесс обучения может проводиться:

- 1) повышение качества человеческих ресурсов;
- 2) повышение качества продукции или услуг, производимых организацией;
- 3) проведение организационных изменений, в том числе приспособления к изменяющимся условиям внешней среды;
- 4) развитие персонала;
- 5) улучшение системы коммуникации в организации;

- 6) формирование организационной культуры;
- 7) увеличение уровня лояльности организации.

В быстро меняющихся современных условиях многие организации сталкиваются с проблемой внедрения изменений. Это могут быть самые разные изменения: организационные, технологические, смена высшего руководства компании и многие другие. Для проведения этих изменений требуются и стратегический план развития, и оптимальная организационная структура управления, но, главное, необходим квалифицированный персонал, способный брать на себя ответственность и принимать решения. Особенно это относится к руководству.

Эффективность внедрения любой инновации в организации независимо от ее типа определяется степенью заинтересованности и участия среднего и низшего управленческого звена. Другими словами, процесс обучения должен помочь в первую очередь менеджерам преодолеть ряд качеств, мешающих внедрению изменений: это консерватизм, приверженность устоявшемуся порядку, склонность поддерживать иерархические отношения в неизменной форме.

Предприятия, практикующие обучение своих сотрудников, следуют старой поговорке: «Люди — наше главное достояние». В такой атмосфере сотрудники, как правило, относятся к обучению как к поощрению и благу, что, в свою очередь, демонстрирует стремление руководителей персонально оценивать каждого сотрудника, в том числе и как потенциальных лидеров компании. Когда сотрудник попадает в число лиц, отобранных для прохождения обучения, это придает ему уверенность в том, что предприятие стремится вкладывать средства в долгосрочную программу повышения их эффективности.

Кроме того подобный вклад в сотрудников способствует развитию у них чувства глубокой лояльности к своему месту работы и принятию на себя более долгосрочных обязательств.

Тщательно спланированная программа обучения и повышения квалификации имеет кардинальное значение

для повышения производительности труда, поскольку влияет на моральный настрой и уровень профессионализма сотрудников, а также сказывается на вашем личном успехе в качестве лидера для остальных.

Тщательный контроль результатов обучения и их применение в рабочей деятельности сотрудников в короткие сроки позволяет достигнуть высокого уровня производительности труда, при этом повышая степень удовлетворенности клиентов.

При повторном обучении по программе повышения квалификации обеспечиваются более высокие стандарты работы, укрепляется взаимодействие между сотрудниками, снижается напряженность в коллективе.

В результате хорошо организованного обучения и повышения квалификации сотрудников выигрывает не только руководитель, но и сотрудники, и само предприятие, в целом.

Повышение квалификации и обучение сотрудников — одна из самых важных обязанностей руководителя.

Постоянное повышение эффективности предприятия может быть достигнуто только в том случае, если в компании реализуется программа регулярного обучения и повышения квалификации сотрудников, что положительно отражается на работе всего коллектива.

Непрерывное обучение и повышение квалификации способствуют росту производительности труда, что помогает сотрудникам максимально полно реализовывать свой потенциал через повышение личной эффективности.

Успешное выполнение программы обучения и повышения квалификации начинается с готовности принять людей и уровень их профессионализма такими, какие они есть в данный момент и обеспечить надлежащий уровень их производительности завтра, что является одной из основных обязанностей каждого руководителя.

Обучение и повышение квалификации сотрудников позволяет повысить эффективность предприятия и увеличить прибыль компании гораздо больше, чем любая другая деятельность.

Данный принцип должен быть применим ко всем сотрудникам компании в отношении их обучения и повышения квалификации. Их ценность для предприятия возрастает с совершенствованием их навыков и умений.

Когда они начинают осознавать возросшую эффективность своей работы, у них повышается внутренняя мотивация и уверенность в собственных силах.

Повышение квалификации и обучение — это насущная необходимость, рабочая потребность, а также критический фактор для повышения эффективности деятельности всего предприятия.

Обучение существенно важно для обеспечения максимальной эффективности, производительности труда и чувства удовлетворения работой у сотрудников.

Неправильное отношение к обучению заставляет людей тратить гораздо больше собственного времени на деятельность с гораздо меньшей результативностью, по сравнению

с тем, на что они способны, а также приводит к невозможности максимально полно использовать свой потенциал. И, безусловно, такое недальновидное поведение лишает остальных сотрудников многого.

Обучение и повышение квалификации сотрудников позволяют добиваться преимуществ для организации и достигать больших результатов в следующих сферах повышения эффективности компании:

- 1) повышение производительности труда;
- 2) повышение качества продукции или услуг;
- 3) усиление моральных стимулов сотрудников и их более положительное отношение к работе;
- 4) создание эффективного коллектива сотрудников как результат повышения персональной эффективности каждого;
- 5) снижение текучести кадров;
- 6) сокращение количества жалоб от клиентов;
- 7) более рациональное использование ресурсов;
- 8) повышение удовлетворенности от работы;
- 9) повышение эффективности бизнеса;
- 10) увеличение прибыли;
- 11) снижение издержек;
- 12) повышение уровня лояльности сотрудников к компании;
- 13) формирование эффективной команды;
- 14) формирование правильной корпоративной культуры.

Непрерывное обучение и совершенствования навыков формирует более универсальную и жизнеспособную рабочую силу. Эффективное обучение способствует прогрессивной реализации потенциала сотрудников. Каждый получает большее удовлетворение от работы и в большей степени гордится выпускаемой продукцией или предоставляемыми услугами, либо и то, и другое, равно как и испытывает чувство гордости за компанию. Обучение и совершенствование незримо воплощаются в более высоком моральном духе сотрудников и осязаемо — в сокращении затрат и повышении производительности труда.

В зависимости от степени сложности и ответственности задач или обязанностей сотрудников необходимо применять на практике следующие принципы:

1. Сотрудники должны быть готовы усваивать информацию.

Чтобы обучать сотрудников, руководителю необходимо чувствовать заинтересованность и обратную связь со стороны обучаемых. В данном случае руководителем описываются преимущества, которые приобретет персонал, пройдя курс обучения по выполнению задач либо новых обязанностей; демонстрируется искренняя заинтересованность в успехе обучения персонала и готовность оказать необходимую помощь; развивается чувство уверенности у сотрудников в собственных силах. Также происходит убеждение работников в том, что они должны формировать новые навыки и совершенствовать уровень своего профессионализма для поддержания высокой эффективности всей компании.

2. Обучаемые должны чувствовать пользу от обучения.

Руководитель должен постоянно укреплять в сотрудниках осознание тех преимуществ, которые они получают в результате обучения и совершенствования навыков. Необходимо четко и ясно объяснить сотрудникам преимущества обучения, акцентируйте внимание на тех позитивных изменениях, которые произойдут после прохождения обучения.

3. Обратная связь способствует запоминанию.

Обучаемые должны четко представлять результаты своей деятельности в настоящий момент. Руководителем определяется система, по которой обучаемые будут получать информацию как об ошибках, так и о правильном применении учебного материала. Такой вид обратной связи ускоряет процесс запоминания, способствует исправлению ошибок и обеспечивает более эффективное усвоение материала. Обучение повторяется, если результаты были неудовлетворительны.

4. Регулярное повторение повышает степень запоминания учебной информации.

Поскольку навыки закрепляются повторением, очень важно, чтобы сотрудники регулярно повторяли верные действия. Запоминание происходит гораздо лучше, когда этот процесс разбит на определенные интервалы, а не осуществляется за один прием.

Конкретный способ или метод обучения либо повышения квалификации варьируется в зависимости от учебного материала, способностей людей к обучению и их жизненного опыта.

Перед началом обучения необходимо выработать подход, который в дальнейшем может быть использован в качестве руководства:

1. Руководитель должен четко объяснить, что необходимо сделать и почему.

Излагаются задачи, которые необходимо выполнить и объясняется степень их важности.

2. Даются пояснения к основным этапам.

Выполнение задачи подразделяется на несколько этапов, легко поддающихся пониманию.

3. Необходимо добиться того, чтобы сотрудники комментировали процесс обучения.

Для сотрудников создается атмосфера, при которой они стремились бы комментировать свои шаги в процессе обучения.

4. Процесс обучения необходимо наглядно иллюстрировать.

Один этап должен рассматриваться в ходе одного занятия. Почти все обучаемые лучше запоминают информацию, когда непосредственно наблюдают, как навыки, которым их обучают, на практике помогают успешно выполнять задачи. И только после этого сами применяют эти знания.

5. Необходимо оказывать помощь обучаемым в применении материалов занятий.

Когда руководитель разрешает обучаемым самостоятельно применять на практике материалы занятий, при необходимости он должен быть готов оказать помощь.

6. Достигнутый успех должен постоянно оцениваться.

7. Руководителем должны создаваться количественная и качественная система учета результатов и контроля за их выполнением. В максимально сжатые сроки сотрудникам предоставляется возможность самостоятельно выполнить обязанности.

Эффективность выполнения практически любой задачи в любой организации можно повысить путем предоставления письменных инструкций по ее реализации. Составление письменного руководства требует тщательного анализа задачи, описания максимально эффективного способа ее выполнения и системы контроля за результатами. Использование такой системы позволит сотрудникам определить степень их успеха для того, чтобы в дальнейшем они могли взять на себя ответственность за повышение эффективности своей работы.

Результат тщательно спланированной программы соответствующего обучения и повышения профессионализма во многом зависит от той атмосферы, в которую люди окунаются по возвращении к работе после прохождения курса обучения.

Поскольку успех обучения определяется изменениями в поведении, обучаемые должны верить в то, что нововведения в их стиле работы будут оценены по достоинству. Если новый стиль поведения останется незамеченным, то люди быстро вернуться к прежнему более удобному для них образу жизни.

В обязанности руководителя должно входить создание обстановки, благоприятствующей обучению.

Работникам необходимо подавать пример, которым является сам руководитель, которому нужно лично повышать использование своего потенциала для личностного роста и персональной эффективности, а также и для дальнейшего повышения профессионализма. Повышение личной эффективности руководителя станет первым шагом для остальных сотрудников на пути максимально полного раскрытия их собственного потенциала.

Не стоит забывать тот факт, что в 21 веке главным конкурентным преимуществом компаний, от которого будет зависеть развитие или банкротство, прибыль и издержки, выживаемость в кризисы, является её эффективные сотрудники, а также наличие команды и количество лидеров в компании на всех уровнях.

А создать это возможно только при наличии в компании системы постоянного обучения и повышения квалификации.

Начинать весь этот процесс обучения необходимо с менеджеров, так как именно они управляют остальными сотрудниками и этим определяют будущее организации.

Литература:

1. <http://www.logistics.ru>

2. «Обучение персонала — забота о будущем компании».
3. «Обучение персонала фирм в бизнес-школах: проблемы и реалии».
4. «Индустриально-организационная психология» / Джуэлл Л.
5. «Управление человеческими ресурсами» / Под. Ред. М. Пула, М. Уорнера.
6. «Организационно-экономическая психология: хрестоматия» / Сост. к. В. Сельченко.
7. «Управление персоналом организации». Учебник / Под ред. А. Я. Кибанова. М.
8. «Управление персоналом» / Десслер Г.
9. «Внешний или внутренний» / Пархоменко С.
10. «Система обучения как конкурентное преимущество компании» / Вирковская А. В.
11. «Управление персоналом» / Зайцева Т. В., Зуб А. Т.
12. «Экономическая эффективность аналитической деятельности и управления образовательным учреждением» / Коростелев А. А., Ярыгин А. Н.

Эффективность регулирования ценовой дискриминации в Российской Федерации

Царев Владислав Евгеньевич, студент;
Вершина Дарья Андреевна, студент;
Егоричев Владислав Андреевич, студент
Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

В центре внимания исследовательской работы лежит вопрос, затрагивающий довольно актуальную для экономики Российской Федерации проблему ценовой дискриминации. В статье будет раскрыта эффективность регулирования ценовой дискриминации на рынках в пределах Российской Федерации в период с 2006 по 2016 год с помощью следующих показателей: структура регионов, в которых были выявлены случаи ценовой дискриминации в зависимости от количества рассматриваемых дел, структура дел в зависимости от вида рынка, структура случаев ценовой дискриминации в зависимости от результата оспаривания в суде, результаты рассмотрения случаев ценовой дискриминации в арбитражных судах, структура решений по делам о ценовой дискриминации по годам принятия решений и структура решений по делам о ценовой дискриминации в зависимости от установленного срока констатации нарушения и вида товаров.

Ключевые слова: национальная экономика, антимонопольное законодательство, антимонопольное регулирование, ценовая дискриминация, структура рынка

Компании, характеризующиеся доминирующим положением на рынке, зачастую обладают монопольной властью и диктуют свои условия торговли в определенной отрасли народного хозяйства [2, с. 33]. Подобные фирмы могут использовать монопольную власть для осуществления особой ценовой политики, так называемой ценовой дискриминации.

Проведения подобного рода политики возможно только в случае возникновения на рынке несовершенной конкуренции, когда монополист имеет полную власть над ценой [1, с. 67]

Эффективность регулирования ценовой дискриминации на рынках в пределах Российской Федерации.

Согласно статье подпункту 6 пункту 1 статьи 10 Федерального закона № 135 — ФЗ «О защите конкуренции» антимонопольное законодательство запрещает действия организаций, занимающих доминирующее положение на рынке, результатом которых является дискриминация потребителей путем неосновательного установления различного спектра цен (тарифов) на один и тот же товар, если

иное не установлено федеральным законом. Аналогичная ситуация указана в «Договоре о Евразийском экономическом союзе» (ред от 08.05.2015), который был подписан в г. Астане. Подобные действия отслеживаются, регулируются и пресекаются российскими антимонопольными органами при рассмотрении дел о нарушении законодательства. [3, с. 272–273].

Стоит обозначить, что действующее антимонопольное законодательство обозначает тарифное регулирование — единственным возможным способом установления различной цены на один и тот же товар (услугу) [1, с. 97]

В целях определения эффективности регулирования ценовой дискриминации на рынках в пределах Российской Федерации была рассмотрена судебная практика 2006–2016 года арбитражного рассмотрения решений Федеральной антимонопольной службой Российской Федерации касательно прецедентов признания ценовой дискриминации. Полученные статистические данные в полной мере отражают долю случаев ценовой дискриминации. Следует отметить, что за данное нарушение следует два вида санкций:

- 1) внимание оборотного штрафа (как правило от 1 до 15 % от выручки за год, предшествующий нарушению);
- 2) распоряжение, согласно которому накладываются определенные поведенческие условия дальнейших рыночных действий организации.

В случае выявления повторного нарушения санкции ужесточаются. Сумма оборотного штрафа, к примеру, увеличивается [4, с. 113].

За период с 2006 по 2016 год был выявлен 221 случай ценовой дискриминации, из них на рынке, определенном границами Российской Федерации — лишь семь случаев, что составляет порядка 3,2 % от общего коли-

чества. Например, факт выявления ценовой дискриминации был зафиксирован в отношении ОАО «Газпром нефть», ОАО «Ростелеком», ОАО «РЖД», ООО «Распадский уголь», ООО «УГМК-Холдинг», ООО «Рексам БевериджКЭН Дмитров», ООО «РексамБеверидж Кэн Всеволожск». Интересен тот факт, что спустя некоторое время в отношении всех вышеперечисленных компаний, кроме ОАО «Газпром Нефть», выявленные случаи были отменены в суде.

Случаи возникновения ценовой дискриминации в период с 2006 по 2016 год были выявлены в 54 из 85 регионах страны, в порядка 37 регионах было выявлено менее 5 случаев подобной ситуации на рынке (таблица 1).

Таблица 1. Структура регионов, в которых были выявлены случаи ценовой дискриминации в зависимости от количества рассматриваемых дел в период с 2006 по 2016 год

№ п.п	Количество случаев выявления ценовой дискриминации	Количество регионов
1	менее 5	37
2	от 5 до 10	13
3	более 10	4

Источник: сайт Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации [1]

Также стоит рассмотреть ситуацию ценовой дискриминации относительно видов рынка. Так, например, в мировой практике в наибольшей степени ценовая дискри-

минация проявляется на рынках услуг (таблица 2) [5, с. 76]. На их долю в Российской Федерации приходится 83 % всех выявленных случаев ценовой дискриминации.

Таблица 2. Структура дел в зависимости от вида рынка в период с 2006 по 2016 год

Вид ценовой дискриминации	Вид рынка			Общий итог
	сырьевые товары	товары конечного потребления	услуги	
связные продажи	-	-	8	8
ценовая	24	13	176	213
Всего	24	13	184	221

Источник: сайт Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации [1]

Как известно, дела о рассмотрении нарушений антимонопольного законодательства в случаях ценовой дискриминации рассматриваются и оспариваются в арбитражном суде [5, с. 76]. И как показывается статистика Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации — в пе-

риод с 2006 по 2016 год более половины решений по злоупотреблению доминирующим положением и, как следствие, ведению политики ценовой дискриминации было отменено в арбитражных судах вне зависимости от типа рынка (таблица 3).

Таблица 3. Структура случаев ценовой дискриминации в зависимости от результата оспаривания в суде в период с 2006 по 2016 год

Вид рынка	Рассмотрение в арбитражных судах				
	мировое соглашение	на рассмотрении	оставлено в силе	отменено	итого
сырьевые товары	-	1	10	13	24
товары конечного потребления	-	-	5	8	13
услуги	1	1	93	89	184
Всего	1	2	108	110	221

Источник: сайт Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации [1]

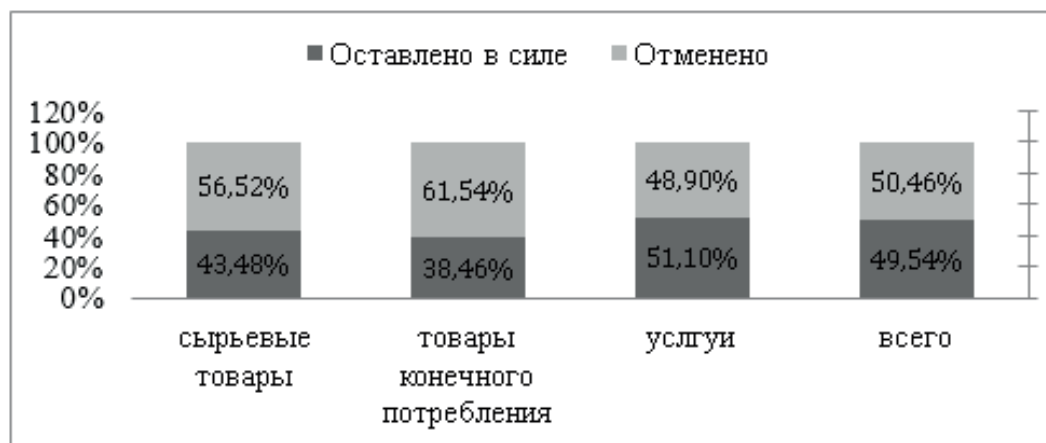


Рис. 1. Структура рассматриваемых случаев о нарушении антимонопольного законодательства касемо ценовой дискриминации в период с 2006 по 2016 год

Источник: составлено на основе данных Таблицы 3.

Согласно статистике случаи связанных продаж отменяются реже, чем случаи ценовой дискриминации (таблица 4).

Таблица 4. Результаты рассмотрения случаев ценовой дискриминации в арбитражных судах в период с 2006 по 2016 год

Вид ценовой дискриминации	Количество случаев выявления ценовой дискриминации				Итого
	заключено мировое соглашение	на рассмотрении	оставлено в силе	отменено	
связные продажи	— (0%)	— (0%)	6 (75%)	2 (25%)	8 (100%)
ценовая	1 (0,47%)	2 (0,94%)	102 (47,89%)	108 (50,7%)	213 (100%)
Итого	1 (0,45%)	2 (0,90%)	108 (48,87%)	110 (49,78%)	221 (100%)

Источник: сайт Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации [1]

Общая структура решений по делам о ценовой дискриминации в период с 2006 по 2016 год отображена в таблице 5.

Таблица 5. Структура решений по делам ценовой дискриминации по годам в период с 2006 по 2016 год

Год принятия решения	Количество решений по делам ценовой дискриминации по годам				
	заключено мировое соглашение	на рассмотрении	оставлено в силе	отменено	Итого
2006	-	-	-	1	1
2007	-	-	5	9	14
2008	-	-	11	15	26
2009	1	-	17	16	33
2010	-	1	29	22	51
2011	-	-	20	17	37
2012	-	-	6	11	17
2013	-	1	1	-	1
2014	-	-	9	7	16
2015	-	-	4	3	7
2016	-	-	6	9	15
Итого	1	2	108	110	221

Источник: сайт Федеральной антимонопольной службы Российской Федерации [1]

Из представленных данных таблицы 5 можно сделать вывод о том, что в период с 2008 по 2011 год наблюдалось вынесение наибольшего количества решений по делам ценовой дискриминации, причем преимущественная их часть (порядка 50%) подверглась отмене. В период с 2012 по 2016 год количество вынесенных решений по делам ценовой дискриминации значительно сократилось, но тем не менее присутствует тенденция преобладания количества отмененных решений к количеству оставленных в силе.

Литература:

1. Горина Г.А. Ценообразование: учебное пособие / Г.А. Горина — Издательство: «Юнити — Дана», 2012. — 127 с.
2. Карпов А.Л. Конкурентоспособность: тактика и стратегия промышленного предприятия / А.Л. Карпов — Издательство: Омский государственный университет, 2009. — 180 с.
3. Рой Л., Третьяк В. Анализ отраслевых рынков: учебник / В. Третьяк, Л. Рой — Издательство: «ИНФРА-М», 2008. — 441 с.
4. Сидорович А.В. Основы национальной экономики / А.В. Сидорович — Издательство: «Дело и Сервис», 2009. — 530 с.
5. Шимко П.Д. Мировая экономика и международные экономические отношения / П.Д. Шимко — Издательство: «Юрайт», 2015. — 387 с.
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики — Электронный ресурс. Режим доступа: <http://fas.gov.ru>.

Заключение.

В заключении хотелось бы отметить, что регулирование ценовой дискриминации на рынках в пределах Российской Федерации является крайне неэффективным, а на уровне отдельных региональных рынков лишь в 50% случаев при судебном рассмотрении в арбитражном суде решения антимонопольных органов остаются в силе, остальные 50% отменяются.

Показатели оценки и диагностики финансовой устойчивости

Чинахова Светлана Едвартовна, кандидат экономических наук, доцент;
 Манаева Илюза Иьдаровна, магистрант
 Тольяттинский государственный университет

В условиях рыночной экономики возникает потребность в получении полной, достоверной и объективной экономической информации о хозяйственной деятельности предприятий. Заинтересованы в получении такого вида информации прежде всего собственники бизнеса, страховые компании, инвесторы, кредитные организации, контрагенты и другие субъекты экономического пространства.

Показателем, наиболее полно отражающим степень финансовых, коммерческих и торговых рисков, является финансовая устойчивость субъекта хозяйствования. Анализ финансовой устойчивости позволяет определить состояние и перспективы развития предприятия.

Вопросам анализа финансовой устойчивости предприятий посвящены труды многих отечественных и зарубежных экономистов. Проблемы оценки и диагностики финансовой устойчивости предприятий являются объектом исследования таких современных ученых, как: В.И. Бариленко, Г.В. Савицкая, С.В. Бочкова, Л.Т. Гиляровская, А.В. Ендовицкая, Т.У. Турманидзе, Н.Д. Эриашвили, В.В. Ковалев, О.Н. Волкова, и других экономистов.

Существует множество взглядов относительно содержания понятия финансовой устойчивости предприятий.

Для дальнейшего исследования показателей оценки и диагностики финансовой устойчивости предприятий, необходимо исследовать подходы к определению термина «финансовая устойчивость» различных ученых.

Доктор экономических наук, профессор Бариленко В.И. в монографии «Информационно-аналитическое обеспечение устойчивого развития экономических субъектов» отмечает следующее: «Применительно к финансовой устойчивости и устойчивому функционированию коммерческих организаций речь должна идти о их способности в условиях существенного ухудшения параметров рыночной конъюнктуры:

- поддерживать финансовое равновесие, что означает обеспечивать такое соотношение между собственными и заемными источниками финансирования деятельности, при котором предприятие сохраняет возможность своевременно и в полном объеме погашать свои обязательства перед кредиторами, т.е. поддерживать необходимый уровень платёжеспособности;
- рефинансировать кредиты и займы с приемлемой для предприятия их стоимостью;

— поддерживать финансовые риски на адекватном уровне» [4, с. 69].

Авторы учебника «Финансовый менеджмент» Турманидзе Т. У. и Эриашвили Н. Д. дают следующее определение: «Финансовая устойчивость компании — способность наращивания достигнутого уровня ее деловой активности и эффективности бизнеса, гарантирующая постоянную платежеспособность и повышающая инвестиционную привлекательность» [6, с. 242].

Бочкова С. В. в учебном пособии «Анализ финансовой отчетности» отмечает, что «Финансовая устойчивость является отражением стабильного превышения доходов над расходами, обеспечивает свободное маневрирование денежными средствами предприятия и путем эффективного их использования способствует бесперебойному процессу производства и реализации продукции. Поэтому финансовая устойчивость формируется в процессе всей производственно-хозяйственной деятельности и является главным компонентом общей устойчивости предприятия» [2, с. 185].

По мнению авторов учебного пособия «Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций» Гиляровской Л. Т. и Ендовицкой А. В.: «Финансовая устойчивость любого хозяйствующего субъекта — это способность осуществлять основные и прочие виды деятельности в условиях предпринимательского риска и изменяющейся среды с целью максимизации благосостояния собственников, укрепления конкурентных преимуществ организации с учетом интересов общества и государства» [3, с. 14].

Наиболее емкое определение, в полной мере отражающее сущность исследуемого понятия, на наш взгляд, дает Савицкая Г. В. в учебнике «Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК»: «Финансовая устойчивость предприятия — это способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его постоянную платежеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска» [1, с. 407].

Обзор точек зрения современных экономистов относительно понятия «финансовая устойчивость» позволяет сделать вывод о том, что в настоящее время не определено место «финансовой устойчивости» в системе различных показателей устойчивости предприятий, а следовательно, нет единого мнения о сущности данной категории у различных авторов.

Исследование сущности данной категории и определений финансовой устойчивости предприятий различными экономистами позволило сделать вывод о том, что в теории и практике по финансовой устойчивостью предприятия, как правило, понимают способность предприятия функционировать и расширяться в условиях изменяющейся внешней и внутренней среды и предпринимательского риска, при сохранении платежеспособности и инвестиционной привлекательности.

Для осуществления анализа финансового состояния предприятия используют как абсолютные, так и относительные показатели финансовой устойчивости. Анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости проводится на основании соотношения запасов и затрат (ЗЗ) предприятия с источниками их финансирования, а именно используются показатели:

- собственные оборотные средства (СОС), величина которого определяется как разность между реальным собственным капиталом и величинами внеоборотных активов и долгосрочной дебиторской задолженности;
- функционирующий капитал (ФК), то есть собственные и привлеченные источники формирования запасов;
- общая величина основных источников формирования запасов и затрат (ОИ), которая определяется как сумма собственных и долгосрочных заемных источников и краткосрочных кредитов и займов за вычетом внеоборотных активов.

Большинство авторов при описании методики анализа абсолютных показателей выделяют четыре возможные ситуации, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1

Показатели	Состояние финансовой устойчивости			
	Абсолютная финансовая устойчивость	Нормальная финансовая устойчивость	Неустойчивое финансовое состояние	Кризисное финансовое состояние
$\Phi_{\text{СОС}} = \text{СОС} — \text{ЗЗ}$	$\Phi_{\text{СОС}} \geq 0$	$\Phi_{\text{СОС}} < 0$	$\Phi_{\text{СОС}} < 0$	$\Phi_{\text{СОС}} < 0$
$\Phi_{\text{ФК}} = \text{ФК} — \text{ЗЗ}$	$\Phi_{\text{ФК}} \geq 0$	$\Phi_{\text{ФК}} \geq 0$	$\Phi_{\text{ФК}} < 0$	$\Phi_{\text{ФК}} < 0$
$\Phi_{\text{ОИ}} = \text{ОИ} — \text{ЗЗ}$	$\Phi_{\text{ОИ}} \geq 0$	$\Phi_{\text{ОИ}} \geq 0$	$\Phi_{\text{ОИ}} \geq 0$	$\Phi_{\text{ОИ}} < 0$

Основным преимуществом данной методики является простота ее использования, однако стоит отметить, что финансовые коэффициенты наиболее универсальны, поскольку позволяют провести анализ и сравнение данных за разные периоды или по различным организациям.

Для того, чтобы обеспечить своевременную и достоверную диагностику степени финансовой устойчивости пред-

приятия, для целей принятия эффективных, экономически обоснованных управленческих решений, необходима система показателей финансовой устойчивости предприятия. Формирование экономически обоснованной системы аналитических показателей является важным этапом анализа, оценки и диагностики финансовой устойчивости предприятия. Единой универсальной системы показателей финансо-

вой устойчивости не существует, так как состав аналитических показателей зависит от множества факторов: цель и задачи анализа, отраслевые особенности исследуемого предприятия, потребности конечных пользователей аналитической информации, доступность источников информации, и другие факторы.

В экономической литературе предлагаются различные показатели и их группы для оценки и диагностики финансовой устойчивости предприятия. В таблице 2 представлены обобщенные данные относительно состава показателей финансовой устойчивости, с точек зрения различных авторов.

Таблица 2

Авторы	Группы показателей	Показатели оценки финансовой устойчивости
Савицкая Г. В. [1]	Коэффициенты финансовой структуры капитала	Коэффициент концентрации собственного капитала; коэффициент концентрации заемного капитала; коэффициент финансовой зависимости; коэффициент текущей задолженности; коэффициент устойчивого финансирования; коэффициент платежеспособности; коэффициент финансового риска и др.
	Уровень операционного рычага	Производственный рычаг; безубыточный объем продаж; запас финансовой устойчивости
	Оценка финансовой устойчивости по функциональному признаку	Собственный оборотный капитал; коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами; коэффициент маневренности собственного капитала
Гиляровская Л. Т., Ендовицкая А. В. [3]	Коэффициенты структуры капитала	Коэффициент автономии; коэффициент финансовой устойчивости; коэффициент финансовой зависимости; коэффициент финансирования; коэффициент инвестирования; коэффициент постоянного актива; коэффициент маневренности; коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами; коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств; финансовый рычаг; коэффициент соотношения кредиторской и дебиторской задолженности
Ковалев В. В., Волкова О. Н. [5]	Коэффициенты капитализации	Коэффициент концентрации собственного капитала; коэффициент концентрации привлеченных средств; коэффициент маневренности собственного капитала; коэффициент структуры покрытия долгосрочных вложений; коэффициент структуры долгосрочных источников финансирования коэффициент привлечения собственных и заемных средств и др.
	Коэффициенты покрытия	Коэффициент обеспеченности процентов к уплате (ТІЕ); коэффициент покрытия постоянных финансовых расходов (FCC)
Бочкова С. В. [2]	Коэффициенты структуры капитала	Коэффициент автономии или концентрации собственного капитала; коэффициент финансовой значимости; коэффициент соотношения собственных и привлеченных средств; коэффициент маневренности собственного капитала; коэффициент структуры долгосрочных вложений; коэффициент долгосрочного привлечения заемных средств

Анализ содержания таблицы 2 позволяет сделать вывод о том, что, как правило, финансовая устойчивость выражается прежде всего через коэффициенты структуры капитала. Отдельные ученые при анализе финансовой устойчивости так же предлагают использовать дополнительные показатели. Например, Савицкая Г. В. при проведении анализа финансовой устойчивости предприятия, помимо коэффициентов финансовой структуры капитала, предлагает использовать дополнительно группы показателей характеризующих уровень операционного рычага и финансовой устойчивости по функциональному признаку. Авторы учебника «Анализ хозяйственной деятельности предприятия» В. В. Ковалев и О. Н. Волкова считают целесообразным так же включить в анализ коэффициенты покрытия.

В целом, суть анализа относительных показателей заключается в сравнении:

- текущих показателей с показателями прошлых периодов;
- фактических и плановых показателей;
- соответствующих показателей двух и более различных предприятий;
- фактических коэффициентов предприятия с отраслевыми показателями.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что не существует единой системы показателей, которая смогла бы быть универсально применима на любом предприятии

и которая бы обеспечила при этом пользователей достоверной информацией относительно положения дел на предприятии и его финансовой устойчивости. Необходим индивидуальный подход при выборе системы показателей, которая будет способствовать получению качественной, достоверной и полной информации, которая сможет стать основой эффективных, экономически обоснованных решений.

Изучение теоретических аспектов системы показателей оценки и диагностики финансовой устойчивости позволит в дальнейшем выработать оптимальную систему показателей, с учетом таких факторов как: цель и задачи анализа, отраслевые особенности исследуемого предприятия, потребности конечных пользователей аналитической информации, доступность источников информации, и других факторов.

Научная новизна проведенного исследования состоит в исследовании подходов к оценке и диагностике финансовой устойчивости.

Практическая значимость исследования состоит в том, что сформулированные в работе теоретические положения направлены на совершенствование анализа, оценки и диагностики финансовой устойчивости предприятий.

Результаты, полученные в ходе исследования, способствуют развитию теории и практики формирования системы показателей для оценки и диагностики финансовой устойчивости.

Литература:

1. Анализ хозяйственной деятельности предприятий АПК: Учебник / Г. В. Савицкая. — 8-е изд., испр. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. — 519 с.;
2. Бочкова С. В. Анализ финансовой отчетности / Бочкова С. В. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 292 с.;
3. Гиляровская Л. Т. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческих организаций: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 080109 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», 080105 «Финансы и кредит» / Гиляровская Л. Т., Ендовицкая А. В. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 159 с.;
4. Информационно-аналитическое обеспечение устойчивого развития экономических субъектов: монография / В. И. Бариленко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М.: Русайнс, 2015. — 159 с.;
5. Ковалев, В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебник / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. — М.: Проспект, 2014. — 239 с.;
6. Турманидзе Т. У. Финансовый менеджмент [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Турманидзе Т. У., Эриашвили Н. Д. — Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 247 с.

Управление организационной культурой современных компаний в Китае

Ши Сяовэй, магистрант

Российский университет дружбы народов (г. Москва)

В статье проводится анализ специфики организационной культуры китайских компаний, факторов, влияющих на организационную культуру. Выделяются характерные черты китайской организационной культуры: клановость, неприятие западных ценностей, почитание руководителя, огромная роль традиций в формировании внутренних культур национальных компаний.

Ключевые слова: организационная культура, Китай, китайские компании, конфуцианство

Controlling the organizational culture of contemporary companies in China

Shi Syowey, Undergraduate

The Russian University of friendship of peoples (RUDN), Moscow

The article analyzes the specifics of the organizational culture of Chinese companies, factors, influencing organizational culture. Identifies typical features of the Chinese institutional culture: clan, the rejection of Western values, the worship leader, a great role of tradition in shaping the internal culture of national companies.

Key words: organizational culture, China, chinese companies, confucianism

Организационная культура как нечто существующее в организации, как некий корпоративный феномен, появилась с развитием первых компаний. А. Файоль называл этот феномен «корпоративным духом» — неким отличием одной компании от другой. Сам термин «организационная культура» появился в XIX веке благодаря фельдмаршалу Мольтке. Позже данный термин был введен в менеджмент и подразумевал правила, традиции, ценности, по которым живут и придерживаются которых сотрудники компании [1].

Исследователи организационной культуры Х. Шварц и С. Дэвис рассматривают данный термин следующим образом: «Культура организации представляет собой комплекс убеждений и ожиданий, который разделяется членами организации. Данные убеждения и ожидания формируют нормы, в значительной степени определяющие поведение в компании отдельных личностей и групп». [2]

Нужно сказать, что внутренняя культура каждой компании уникальна, однако на саму культуру воздействует ряд факторов: сфера деятельности компании, место расположения компании (страна, регион мира и пр.), социокультурный, политический, экономический и прочие факторы. [3] К примеру, можно проследить сходства в организационных культурах торговых компаний или компаний промышленных, либо фирм, находящихся в одном и том же географическом регионе.

Так, типичными элементами организационной культуры китайских компаний являются: клановость культуры, высокая степень уважения и подчинения как к непосредственному руководителю, так и к руководителю всей компании, почитание вековых китайских традиций, недостаточность инициативы среди сотрудников, огромное значение символики в компании: обрядов, строгих внешних

правил и норм поведения, высокое значение корпоративных мероприятий.

Можно отметить так же и тот факт, что организационная культура китайских компаний отличается и низкой степенью принятия зарубежных методов и традиций, а также управленческих технологий. Хотя в крупных городах страны, в компаниях с иностранным капиталом, где трудятся представители десятки различных культур, внутренняя культура таких компаний отличается от традиционных китайских фирм. Здесь культура более открыта, гибка, лояльна к изменениям. В таких компаниях поощряется инициативность, готовность идти на риск, а также принимаются новейшие зарубежные технологии.

Особое значение в китайских компаниях придается традиционному и религиозному (конфуцианство) факторам. Именно данные факторы влияют на узнаваемость культуры китайских компаний: уважение к национальным традициям и верованиям. Это и почитание старших, и негативное отношение к конфликтам, и терпеливость в ожиданиях, и безусловное уважение руководителя компании. Однако, стоит отметить, что в последние годы, особенно в крупных городах Китая, все чаще можно наблюдать в компаниях многонациональные коллективы, которые предполагают различие в религиях, несущих с собой иные ценности, традиции, порядки. Управлять сотрудниками разных верований — сложная задача для любого руководителя, однако внимательное отношение и лояльность к подчиненным иных религиозных течений среди современных бизнесменов уже стало признаком хорошего тона. [4]

Многонациональность вносит свой отпечаток в организационную культуру китайских компаний и делает ее все более неоднородной, зависящей от различных факторов: настроенности (прозападной или прокитайской) руковод-

ства компании, наличие в штате большого количества иностранных работников, задач компании, ориентации компании на молодые кадры, места размещения компании и т. д. Повторим, что в крупнейших городах страны в компаниях преобладает более динамичная организационная культура, впитывающая зарубежные новшества, тогда как в фирмах из небольших китайских городков или отдаленных регионов страны внутренняя культура компаний остается

все еще сугубо традиционной и плохо приспособляемой к новшествам.

Среди примеров с гибкой организационной культурой можно привести такие китайские компании, как: Asus, Lenovo, Huawei, Sinopex, Haier и пр. Внутренние культуры этих компаний являются примером сочетания традиционных китайских ценностей и новейших управленческих технологий, принятия самых лучших примеров из других мировых культур.

Литература:

1. Иванычева Т. А. Ценности организации как элемент формирования организационной культуры // Современные наукоемкие технологии. — 2015. — № 4 — С. 62.
2. Сотникова С. И. Управление карьерой: учебное пособие / С. И. Сотникова. — М.: ИНФРА-М, 2001. — С. 47.
3. Бурчакова М. А., Сардарян А. Р. Организационная культура: учеб. — метод. пособие: для студентов эконом. вузов. / М. А. Бурчакова, А. Р. Сардарян. Москва, 2003.
4. Сардарян А. Управление среди религий. Управление персоналом. 2009. № 5. С. 12–14.
5. Петроченко А. А. Формирование системы мотивации труда в кросскультурной среде (на примере филиала Кока-Кола Эйчбиси Евразия). В сборнике: Социально-ориентированное управление в условиях глобализации. Материалы V Всероссийской заочной научно-практической конференции. Российский университет дружбы народов. 2016. С. 191–197.

Маркетинговое управление социально-психологическим и экономическим поведением владельцев личных подсобных хозяйств

Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук, профессор;

Гончаров Виталий Сергеевич, студент

Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского

В бизнесе, общественной жизни и межличностных связях понимание, динамичное развитие, построение отношений и повышение конкурентоспособности невозможны без применения маркетинга каждым человеком, потребителем, производителем, специалистом, профессионалом. Целенаправленно, осознанно или опосредованно маркетингом занимаются все граждане и организационно-структурные формирования, вступающие в социально-экономические отношения, участвующие в коммуникациях: бизнесмены, фирмы, государства и общественные системы, регионы, отрасли, работодатели и соискатели, руководители и подчиненные, производители и потребители, продавцы и покупатели. Там, где образуется пара, всегда есть место маркетингу.

Экономическая и социальная, профессиональная, карьерная и личная жизнь базируется на коммерческом, социальном (некоммерческом) или персонализированном маркетинге, который в общем виде представляет философию бизнеса, этику деловых отношений, доктрину взаимодействия и контактов, идеологию развития, методологию и инструмент управления поведением на рынке. Определяя маркетинг емко и широко, подчеркнем рыночное, комплексное, многофункциональное значение, особую

деятельность по поиску и удовлетворению потребностей покупателей или клиентов [3].

Современное значение маркетинга связано не только с коммерцией, с продажами, а, прежде всего, с клиентами, с контактами, связями, с поведением на рынке, взаимодействием с живыми людьми, их нуждами, потребностями, комфортом и лояльностью. Использование маркетинга как инструмента управления рыночным поведением позволяет бизнесу определить стратегии, установить связи с поставщиками, искать своих клиентов, повышать конкурентоспособность и финансовую независимость.

В период инновационного развития и структурных рыночных преобразований в сельском хозяйстве настоятельным требованием на макроэкономическом и микроэкономическом уровнях является поиск таких путей, форм и механизмов, которые обеспечат позитивное изменение социально-экономического, научно-технологического, правового и инновационного статуса аграрной сферы и экономического поведения сельского населения России. В этой связи личные подсобные хозяйства (ЛПХ) являются особенной семейно-производственной категорией хозяйств, проявивших себя полно и позитивно в кризисных, рискованных, нестабильных условиях, использование возможно-

стей и резервов которых пока не исчерпано и не вытеснено другими формами. ЛПХ по-прежнему обеспечивают стабильность в аграрной среде, существенно пополняют продуктовые запасы страны и оказывают влияние на продовольственный рынок. [2]

Внутрисемейные связи, трудовой опыт, традиции и воспитание детей, преломляясь сквозь производственно-хозяйственную «призму», создают личность с особым миропониманием и формируют уровень жизни сельской семьи, обуславливают степень устойчивости к кризисным явлениям, адаптацию к изменяющимся социально-экономическим и политическим условиям. Личные подсобные хозяйства сельского населения участвуют в создании ресурсного потенциала аграрной сферы вместе с другими сельскохозяйственными объектами и субъектами, обеспечивают функционирование отраслей сельского хозяйства с целью оптимального решения проблемы продовольственной безопасности, создания качественно нового статуса и гармоничного поведения сельскохозяйственного товаропроизводителя в условиях рынка. Хорошо известны статистические материалы о весомой доле ЛПХ в валовой продукции сельского хозяйства, в региональных доходах и в совокупном доходе сельской семьи (от 30 до 80%). [2]

Основываясь на материалах сельскохозяйственной переписи 2016 года, выявлено, что за последние десять лет число ЛПХ в сельских поселениях страны выросло с 14,8 млн в 2006 году до 15 млн в 2016 году. Сокращение индивидуальных хозяйств зафиксировано лишь в городских округах и городских поселениях — с 8 млн до 3,2 млн в 2016 году. В прошлом году хозяйства населения произвели сельхозпродукции почти на 2 трлн руб., что составляет 35% от общего объема в стране. Вклад растениеводческого сектора составил 1 трлн руб., животноводческого — около 0,9 трлн руб. Однако в целом по сравнению с 2015 годом производство снизилось на 1,5%. Такой неустойчивый рост, вариативные изменения свидетельствуют о серьезных проблемах, об отсутствии гарантий в отношении ЛПХ, о достаточно явных задачах по стимулированию, финансированию, защите и поддержке сельских жителей.

Признавая ЛПХ хозяйственной системой, особенно важно определить, как в этой системе действует человек. С одной стороны, владелец, все занятые в ЛПХ являются производителями и частью трудовых ресурсов, с другой, сама семья — это основной потребитель продукции, источник мотивов и интересов, побуждающих к труду. Такое определение ЛПХ как многогранной, сложной структуры предполагает управление рыночным поведением, занятостью через целевое, системное движение в решении конкретных трудовых задач, вовлечения в единую систему ресурсов, элементов, объектов, субъектов при постоянном обновлении технологий, инструментов и хозяйственного механизма.

В зависимости от типа ЛПХ, состава семьи занятость в хозяйственной деятельности изменяется от единичного, периодического участия в труде до двойной, тройной за-

нятости, от простого физического до интенсивного, технологически насыщенного труда. При этом активизация ресурсов возможна в пределах запасов рабочего времени, рационального труда, механизации и интенсификации производства. В зависимости от половозрастного состава семьи, индивидуальных и семейных интересов, особенностей личности и профессиональной подготовки запасы времени могут быть различными даже для типичных семей. Сравнивая типичные семьи, имеющие различия по занятости, особенно большая вариация в показателях отмечена для больших семей с детьми (1,5–2 раза). [2]

Роль и значение личных подсобных хозяйств населения характеризуют следующие их свойства:

1. Жизнеспособность и относительная экономическая независимость сельского населения, ведущего активный, трудовой образ жизни.

2. Самообеспечение продовольствием и участие в формировании местных и региональных рынков сельскохозяйственной продукции.

3. Адаптация к кризисным условиям через самостоятельную занятость (основную первичную и вторичную занятость), поиск собственной рыночной «ниши» и реализацию социально-экономических интересов.

4. Интенсивное использование материальной и нематериальной частей ресурсного потенциала семьи для хозяйственной, производственной деятельности.

5. Объективная связь с крупными аграрными структурами на основе взаимного дополнения, влияния и разделения по труду и производству, размещению ресурсов, сбыту и агросервисному обслуживанию.

6. Взаимодействие и проникновение экономики семьи, экономики предприятия и отрасли, т. е. микро-, мезо- и макроэкономических элементов, субъектов, объектов в условиях углубления рыночных процессов и активизации предпринимательской инициативы. [2]

Рыночное поведение предпринимателя связано с поиском путей увеличения прибыли, в этой связи маркетинг обеспечивает поиск покупателя и его удовлетворение. Но для ЛПХ этот выбор является косвенным, опосредованным, не главным в выборе цели и направлений деятельности. Поэтому роль аграрного маркетинга для ЛПХ должна быть шире, чем только выход на рынок с уникальным качественным продуктом. Интернет и маркетинговые коммуникации можно использовать для информирования контактных аудиторий, налаживания прямых партнерских связей, создания бренда для своего хозяйства, использование IT-технологий, стратегий лазерного луча, голубых океанов будет продвигать продукт целевому сегменту и сокращать путь от производства до клиента. [3]

Маркетинговое управление следует понимать на уровне внешнего регулирования как систему мер по мониторингу и созданию условий для развития ЛПХ, по установлению связей для взаимодействия с различными слоями, strатами, группами покупателей, с логистическими и перерабатывающими предприятиями, а на уровне самого ЛПХ —

это самоуправление, самоменеджмент на основе личного, персонального эгомаркетинга. В рамках законодательства ничто не должно мешать владельцу ЛПХ, крестьянину, специалисту в аграрной сфере заниматься производством животноводческой и растениеводческой продукции. Даже с учетом повышения товарности и при превращении ЛПХ в промежуточную форму (мини-аграрный, аграрно-перерабатывающий, малый бизнес) управленческие рычаги должны способствовать повышению статуса, ресурсному обеспечению, размещению производства, а не выведению земель из оборота, запретам на строительство домов, ограничению поголовья скота, регулированию доходов семьи.

Социально-психологическое содержание рыночного поведения владельцев ЛПХ связано с оптимизацией отношений с обществом, гармоничным развитием личности в соответствии с психосоматическими, психорефлекторными, мировоззренческими и ценностными особенностями индивидуума. Социально-психологическое состояние владельца ЛПХ связано с принятием обществом роли и ценности хозяйства, с репутацией, имиджем, самоудовлетворенностью, самореализацией.

Экономическая составляющая рыночного поведения владельца ЛПХ ориентирована на выбор сферы деятельности, отраслевой направленности, специализации с выходом на рынок и повышением товарности или ограничением только внутрисемейным потреблением продукции. Перспектива развития предполагает технико-технологическое обеспечение, активизацию сбыта, включение в логистическую сеть или сознательное сохранение простого, тяжелого, физического, контактного труда в ЛПХ. Решение о направлении развития должно оставаться прерогативой самого владельца, а не ограничиваться законом. С учетом высокой трудоемкости, интенсивности труда оптимальным управленческим решением является не сокращение поголовья и не ограничение в правах, а создание условий для этих людей, которые в силах работать, создавать качественные продукты, бороться и выжить в сельской среде и закрепиться на рынке. Разрушения, запреты и ограничения не раз уже касались хозяйств населения, начиная с раскулачивания в 1918 году, затем хрущевские реформы 1950 годов. Сохраненные ЛПХ, возрожденные КФХ даже к 21 веку не окрепли в полной мере, соответствующей мировому уровню, уровню добротного самодостаточного, устойчивого производства. В целом аграрная сфера до сих пор страдает от непрофессионализма, низкого уровня образования, слабой мотивации, недостаточного стимулирования труда, множества нерешенных инфраструктурных проблем. В этой связи, видимо, нужно с особой осторожностью и бережным отношением решать задачи регулирования ресурсной базы, учитывая человеческий фактор, межличностные связи, крестьянские ценности и новые направления в развитии территорий и поселений. Следует подчеркнуть, что ни в Законе об ЛПХ, ни в одном из региональных постановлений по ЛПХ нет ни слова о маркетинге, который

вместе с новыми управленческими инструментами способен обеспечить рост и развитие ЛПХ.

Именно образование и здоровье являются важнейшими объектами для инвестирования, что прямо способствует воспроизводству трудовых ресурсов, повышению качества, зрелости и профессионализма. От инвестиций в высшее образование зависит формирование квалифицированных специалистов, труд которых играет определяющую роль в увеличении качества и производительности труда, необходимых для обеспечения экономического роста. Уровень и доступность образования наряду с инициативой, мотивацией, реальным дистанционным, целевым обучением, вместе с технологиями для снижения трудоемкости, вложением инвестиций в развитие семьи и человека, инфраструктурным обеспечением, строительством домов, дорог, усилением транспортно-логистических потоков будут способствовать качеству жизни сельского населения.

При этом маркетинговые мероприятия для ЛПХ неразрывно связаны с крупным и средним бизнесом, отличаясь только по ориентации В2В или В2С, дифференциации и позиционированию на рынке. Выработка маркетинговых стратегий под влиянием макросреды, изменчивости условий маркетинговой среды, включает ЛПХ в систему ресурсного обеспечения и сбыта, консультационной, правовой поддержки, страхования, информирования и коммуникаций. Маркетинговые стратегии регулируют связи производителя и потребителя, чье поведение понимается как процесс формирования спроса покупателей, осуществляющих выбор товаров с учетом цен и личного бюджета. Определенные действия потребителя анализируются посредством изучения модели «стимулы — ответная реакция» или «стимулы — ответы», которые помогают устанавливать связь между побудительными стимулами и факторами внешней среды и ответной реакцией покупателя. На потребительское поведение человека существенно влияет мнение окружающих его людей, которых психологи разделяют на несколько групп: референтные, лидеры, члены семьи. Аксиома рациональности потребления предполагает интуитивное стремление людей приблизиться к самому эффективному способу удовлетворения своих желаний, то есть к homo economicus — экономическому человеку. Для этого на всех уровнях построения общества и экономики важно принять и внедрять экономические, маркетинговые и управленческие знания.

Оценивая поведение ЛПХ в маркетинговой среде, прежде всего, выявляют совокупность условий, организаций, факторов и сил, влияющих на маркетинговую деятельность и на способность устанавливать, поддерживать, развивать контакты с целевыми рынками. Исключительная ценность продукции сельского хозяйства, особенно натуральной, быстропортящейся, экологически чистой должна быть доведена до клиента, понята, принята и оценена всеми участниками рыночных отношений, что отразится на цене и спросе. Рост спроса на эти продукты связан с увеличением платежеспособности, с повышением качества потребления, с повыше-

нием качества жизни населения в целом. Социолог Э. Энгель доказал, что существует прямая связь между типом покупаемых товаров и размером денежного дохода потребителя, когда с увеличением дохода доля средств, затрачиваемых на товары первой необходимости, уменьшается, а доля расходов на предметы роскоши возрастает. Но это не исключает рост расходов на ценные, целебные, полезные продукты, обладающие уникальными вкусовыми качествами. Новые взгляды на жизнеобеспечение, тренд на ведение здорового образа жизни и здорового питания способствуют изменению спроса и потребления ценных продуктов из ЛПХ.

Особое значение маркетингового управления ЛПХ прослеживается в отношении целевой аудитории клиентов, группы людей в наибольшей степени желающих купить предлагаемый товар. Когда клиентская база формируется стихийно, часто возникает ситуация, связанная с тем, что 80% выручки приносят 5–10% клиентов. Самомаркетинг, персонализированный и точечный маркетинг укрепляют связи и выявляют своих клиентов, что приводит к удовлетворенности владельца ЛПХ своими действиями, своим поведением, своей ролью на рынке. При этом дифферен-

ция клиентов, сегментация рынка позволяет точно определять своих покупателей, приносящих доход. основополагающие мотивы маркетинговой деятельности связаны с выгодой — желанием человека разбогатеть, эффективно расходовать деньги; со снижением риска — потребностью чувствовать себя уверенно и надежно; с признанием — повышением престижа, имиджа, значимости; со свободой — потребностью в независимости, самостоятельности, самореализации. [4]

Итак, маркетинговое управление социально-психологическим и экономическим поведением владельцев ЛПХ предполагает формирование системы мер по регулированию отношений с окружающей средой, обществом, крупным и средним бизнесом и КФХ, государством и властью на основе повышения образования, компетентности, саморазвития, самопрезентации владельцев ЛПХ, эгомаркетинга, точечного маркетинга, применения новых информационных технологий в коммуникациях, в поддержании репутации и имиджа ЛПХ, утверждению ценности не только сельскохозяйственной продукции, но самого сельского (крестьянского) труда.

Литература:

1. Федеральный закон РФ «О личном подсобном хозяйстве», N 112-ФЗ 2003 г. (с изменениями на 1 мая 2016 года)
2. Ещенко Е. И. Роль агропромышленного маркетинга в сельском хозяйстве // Приоритетные научные направления: от теории к практике. 2016. № 33. С. 107–110.
3. Кормина О. Ю. Особенности маркетинга в сельском хозяйстве // Новая наука: Проблемы и перспективы. 2016. № 8 (97). С. 232–236.
4. Ларцева С. А. Условия формирования личных подсобных хозяйств в России // Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2015. № 4 (29). С. 65–67.
5. Шуклина З. Н. Особенности экономической психологии владельца ЛПХ // Аграрная наука. 1998. № 2. С. 11–12.
6. Шуклина З. Н. Доминанта клиентоориентированности в маркетинге инноваций // Современное общество и власть. 2015. № 1 (3). С. 113–116.
7. Шуклина З. Н. Формирование новых потребностей и спроса на инновации // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2015. № 2. С. 82–88.

Маркетинговое сегментирование клиентской базы с помощью применения RFM-анализа

Шуклина Зинаида Николаевна, доктор экономических наук, профессор;

Уткина Вера Анатольевна, студент;

Прошина Ольга Сергеевна, студент

Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского

В статье подчеркивается важность применения RFM-анализа в сегментировании клиентской базы. Приводятся некоторые трактовки понятия сегмент рынка. Выделяются различные способы разбиения клиентов на группы при сегментации. Описывается стратегия применения RFM-анализа.

Ключевые слова: RFM-анализ, маркетинг, клиентская база, инструменты маркетинга

В системе рыночных отношений торговля представляет собой высококонкурентную среду, включающую в себя борьбу за преданность клиента. Для организаций

важно найти оптимальный и рациональный способ взаимодействия с потребителем путём разработок программ, повышающих конкурентоспособность и эффективность

работы. Важнейшим решением, которое принимает фирма должно оставаться установление границ рынка и определение его структуры. Остановив выбор на определенном базовом рынке, компания может акцентировать внимание как в пределах всего рынка, так и на одном или нескольких сегментах своего базового рынка. Под базовым рынком стоит понимать дробление рынка на определенные части, которые состоят из потребителей со схожими потребностями, благодаря которым можно выстроить клиентские отношения с широчайшими возможностями. [3] Всё же, несмотря на положительные отзывы и рекоменда-

ции, предприятиям все также трудно выделяться среди конкурентов по уровню качества продукции. Найти подход к каждому клиенту остаётся трудной задачей. Ф. Райхельд считает, что благополучное развитие компании зависит от того как компания влияет на жизнь людей. Расширение ассортимента, разработка стратегий перекрестных продаж, тщательное изучение клиентской баз могут дать стремительный прогрессивный рывок даже в краткосрочном периоде. [5] Существует несколько определений понятия сегмент рынка, для чего в таблице 1 сравниваются трактовки ученых.

Таблица 1. Определение сегмента рынка в интерпретировании ученых

Автор	Определение
Дорошев В. И.	Сегмент — это особым образом выделенная часть рынка, обладающая сходными характеристиками и одинаково реагирующая на определенные маркетинговые усилия.
Шуклина З. Н.	Сегмент — это группа потребителей, характеризующаяся однотипной реакцией на предлагаемый продукт и на набор маркетинговых стимулов
Чернозубенко П. Е.	Сегмент — часть единого рыночного пространства, очерченная границами, четко выявленными в результате исследования: географическими, социальными, отраслевыми различиями субъектов рынка.
Ф. Котлер	Сегмент рынка состоит из потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же набор побудительных стимулов маркетинга. [3]
Панкрухин А. П.	Сегмент — это совокупность потребителей, одинаковым образом реагирующих на демонстрируемые (обещаемые) свойства товара (услуги), на побудительные стимулы маркетинга.

Полное представление о сегменте рынка складывается из выделения и определения части рынка, характеризующейся схожим экономическим поведением потребителей. Сегментирование клиентской базы является неотъемлемой частью ведения любого бизнеса. Клиентская база — это база данных, которая содержит в себе совокупные сведения о всех клиентах компании, которые когда-либо совершали сделки. Вся информацию, содержащуюся в клиентской базе можно подразделить на общие сведения (ФИО, адрес, реквизиты, сфера деятельности) и специфические сведения (информация о размере бизнеса клиента, о направлении использования приобретенных товаров и услуг, прогноз развития и др.)

По мнению Шуклиной З. Н., в большинстве случаев клиентская база может включать сведения о потенциальных клиентах. В фирмах клиентская база может формироваться как стихийно, так и целенаправленно. Стихийно сформировавшаяся клиентская база неэффективна. На первый взгляд, она весьма объемна, но в ней присутствуют клиенты, которые не приносят доход вообще или в малой степени. Связано это с тем, что клиенты привлекаются как по своей инициативе, так и по бессистемному поручению менеджеров. Стихийное формирование клиентской базы присуще предприятиям, у которых четко не определена стратегия, нет представления о целевой аудитории, которых интересует не качество клиентов, а их количество. С помощью целенаправленно выстроенной клиентской базы, которая в свою очередь является мощным маркетинговым инструментом,

можно качественно вести отношения с клиентами, прогнозировать продажи, рассчитывать будущий доход. Для того, чтобы данный инструмент приносил эффект в течение длительного периода необходимо анализировать, дополнять, обновлять сведения о клиентах. [8]

Сегментацию необходимо проводить по различным признакам, которые эффективно группируют потребителей. Существует несколько признаков группировок:

1. Сегментация, связанная с объемами закупки (деление рынка на клиентов оптовой или мелко оптовой, а также розничной торговли)
2. Сегментация, ориентированная на обеспечение лояльности клиентов (анализ повторных покупок)
3. Сегментация по географическому признаку (деление рынка на географические единицы, такие как регионы, области, плотность населения)
4. Сегментация по типу товаров и услуг для клиента. (выявление и исследование наиболее интересного для потребителя продукта)
5. Сегментирование по маржинальной составляющей (совокупность вышеперечисленных признаков) [8]

В каждой компании существуют так называемые «ценные клиенты», которые приносят наибольшую прибыль. Такие клиенты совершают повторные покупки часто и/или дорогие покупки, но реже. Высокая эффективность удержания настоящих клиентов и привлечение новых обусловлено произведением маркетинговых шагов, таких как информирование о всевозможных акциях, скид-

ках, бонусах и специальных предложениях, выработка новых программ лояльности при подходе к каждому клиенту, инвестирование и выстраивание новых партнерских отношений. [5]

Маркетинговая деятельность ведется на любом предприятии в большей или меньшей мере, потому что потребности людей безграничны, а ресурсы предприятия ограничены. Такие цели маркетинга как максимизация возможно высокого уровня потребления, максимизация потребительской удовлетворенности, максимизация выбора играют решающую роль при выборе направления развития организации. [9]

Всеобщее известно, что далеко не все клиенты являются одинаковыми для компаний исходя из аспекта получения прибыли от них, в связи с чем требуется проводить ранжирование. Очевидно, что работа с разными сегментами клиентов будет отличаться друг от друга. В современной системе маркетинга обозначено несколько методик по управлению клиентской базой. Наиболее актуальными являются: система CRM, RFM-анализ, матрица БКГ (BCG) и методология CLM. Основой представленных методов является сегментация клиентов по какому-либо признаку. Термин CRM (Customer Relationship Management System) является сам процесс ведения и управления отношений, складывающихся с клиентом. С помощью этого метода компания обретает всю необходимую информацию о взаимоотношениях с клиентом, после чего базисом для принятия решения является представленная информация. Следует понимать,

что CRM является стратегией, основанной на постоянном сборе информации о своих клиентах, анализе и принятии взаимовыгодных решений. Ведь правильно построенные отношения являются залогом успешного привлечения новых потребителей, а также удержания старых. Матрица BCG (Boston Consulting Group) состоит из совмещенного ABC–XYZ-анализа. ABC-анализ основан на принципе Парето (20% от всех товаров доставляют 80% оборота) и помогает выработать классификацию ресурсов компании по степени их важности. XYZ-анализ позволяет систематизировать ресурсы по характеру их потребления и правильности прогнозирования изменений в их потребности. Для клиентской базы ABC-анализ показывает категорию каждого клиента относительно продаж по схеме: около 80% доходов приносят 20% клиентов. XYZ-анализ соотносит клиентов по существующим стабильным покупкам и вероятности прогноза. Методология CLM (Customer Lifecycle Management) — управление жизненным циклом клиента, является системой различных показателей, основным из которых выделяют время. Жизненный цикл также анализируется и подводится к оценке на всем протяжении и рассматривается как на одном, так и на группе клиентов. Сегментацию следует проводить периодически, пользуясь постоянными факторами. Например, дробление клиентской базы на различные блоки по количеству и частоте покупок, жизненному циклу клиента. Следовательно, верный выбор измерителей жизненного цикла клиента — это решающий шаг для управления клиентской базы согласно данному методу. [2]

Таблица 2. Стратегия использования RFM-анализа [9]

Название параметра	Классификация по этапам
Recency	Определение даты крайней покупки каждого клиента Расчет давности покупки. Представляет собой разность между текущей датой и датой последней покупки. Дробление полученных результатов на 5 групп (квантилей). Соответственно, каждый клиент получает идентификатор от 1 до 5 прямо пропорционально его активности. R5 — тем, кто недавно осуществлял покупку, R1 — те, кто давно ничего не приобретал
Frequency	Установление границ количества покупок для каждого клиента Разбиение на группы и присваивание идентификаторов. F5 — наибольшее число покупок, F1-наименьшее.
Monetary	Определение суммы потраченных денег для каждого клиента Разбиение на группы и присвоение идентификаторов.

Сегментация клиентской базы имеет высокое значение при установлении контакта с клиентами. Также, развитие бизнеса обеспечивается расширением клиентской базы посредством удовлетворения потребностей покупателей, а это является ключевым фактором установления высокого уровня конкурентоспособности. Сегментация позволяет прогнозировать не только прибыль будущих периодов, но и поведение клиентов. Существует множество подходов в прогнозировании, исследовании, выявлении недостатков и сильных сторон деятельности, анализе производства. Для сегментации клиентской базы используется RFM-анализ, который позволяет определить степень ло-

яльности клиентов. Аббревиатура RFM несёт в себе следующий смысл: R (Recency) — давность, новизна сделки, т. е. производится подсчет времени с момента совершения крайней сделки. Если времени прошло мало, то вероятность, что клиент в скором времени возобновит активность — больше. F (Frequency) — частота, позволяет определить готовность потребителя совершать повторные покупки в будущем. M (Monetary) — сумма от продажи товара решает как будет вести себя клиент в дальнейшем: если было приобретено товаров и услуг на достаточно большую сумму, то вероятность повторного обращения клиента велика. В классическом варианте вся шкала сегментиро-

вания разбита на 5 делений в каждом измерении, всего образуется 125 сегментов (групп). Положительные эффекты RFM-анализа: повышение процента удержанных клиентов; повышение коэффициента отклика; повышение процента конверсии; повышение дохода. Кузнецова Л. В. и Бруснецова Л. С. подчеркивают, что показатель лояльности также анализируют на основе экстраполяции прошлого поведения. Будущие покупки прогнозируются на базе следующих показателей: намерение повторных покупок, желание дальнейших контактов и стремление продолжать отношения. Сущностью данной методики является предположение о том, что совершение покупок в настоящем может служить поводом их аналогии в будущем. В связи с данным фактом, авторы считают, что уровень лояльности зависит от чувства удовлетворенности и вовлеченности. [4]

Далее происходит синтез полученных результатов после чего каждый клиент получит свой RFM код. Так о клиенте с кодом 111 можно сделать вывод, что он уйдет, если его не привлекать, но не стоит забывать, что он уже обратился один раз. Код 555 дает информацию о лояльном потреби-

теле, в которых можно быть уверенным. Многие фирмы начинают забывать о них, совершая серьёзную ошибку, ведь клиенту всегда нужно показывать, что он очень важен. Коды помогают принять решение о выборе стратегии повышения лояльности и обслуживания. Высоко ценятся и клиенты с коэффициентом монетизации 5, поэтому их стараются привлечь всевозможными способами.

Основная задача сегментации клиентов — определение продуктовых, маркетинговых, рискованных и бизнес-стратегий для однородной группы клиентов. Одной из самых простых разновидностей сегментации является RFM сегментация, базирующаяся на RFM-анализе. Клиенты распределяются между сегментами в зависимости от давности совершенных покупок, частоты и той суммы, которую они потратили. Клиент, совершивший активность недавно, или показывающий повышенную активность (частота), или тратящий на товары больше денег, будет более заинтересован в кампании. З.Н. Шуклина подчеркивает, что формирование клиентской базы является ключевым звеном и в маркетинге инноваций. [8]

Таблица 3. Самые важные RFM-сегменты [11]

Сегмент	RFM	Описание	Маркетинговая деятельность
Лучшие клиенты	1-1-1	Клиенты, совершившие последние покупки, делающие это чаще остальных, и тратящие денег больше остальных	Без ценовых стимулов, новые продукты и программа скидок для постоянных клиентов
Лояльные клиенты	X-1-X	Клиенты, совершившие последние покупки	Изучите их R и M для дальнейшей сегментации
Транжиры	X-X-1	Клиенты, тратящие больше остальных	Продвигайте самые дорогие продукты
Почти потерянные клиенты	3-1-1	Не совершали покупки некоторое время, но покупали часто и тратили больше остальных	Агрессивные ценовые стимулы
Потерянные клиенты	4-1-1	Не совершали покупки давно, но покупали часто и тратили больше остальных	Агрессивные ценовые стимулы
Потерянные экономные клиенты	4-4-4	Не совершали покупки давно, покупали мало и тратили меньше остальных	Не прикладывайте много усилий к их возвращению

Для активизации интернет-продаж можно использовать e-mail маркетинга, построение которого строится

на пошаговом RFM-анализе, который представлен в таблице 4.

Таблица 4. Пошаговый RFM-анализ [11]

Этапы	Характеристика
Выбор RFM-сегмента	Выбрать RFM-сегмент, нужный фирме (лучшие клиенты, почти потерянные клиенты)
Решение о RFM-сегменте	Решить как лучше всего поступить с данным RFM-сегментом
Отслеживание конверсии	Настроить отслеживание конверсии e-mail маркетинга
Создание очередной e-mail версии	Создать еще одну e-mail версию, привязанную к нужному RFM-сегменту
Запуск кампании по A/B-тестированию	Запустить кампанию по A/B-тестированию через e-mail, когда контрольная группа получает обычную версию письма, а экспериментальная группа — письмо, выбранное согласно RFM-сегменту
Анализ результатов	Проанализировать результаты и повторить — чаще то, что действует и реже то, что не действует

Система бизнес-аналитики OLAP-Эксперт — качественный инструмент для проведения RFM-анализа. Такие факторы, как полная систематизация данных о клиенте, визуализация результатов, легкость масштабирования — позволяют производительно работать с клиентской базой одновременно повышая лояльность потребителей. Система автоматически собирает данные из всех информационных систем, находящихся на предприятии, создает отчеты и позволяет проводить анализ в стихийно сложившихся ситуациях. Преобладающим достоинством системы является накопление статистических данных, которые посредством анализа и синтеза преобразуются в информацию, наиболее подходящую для принятия управленческих решений. Аналитические алгоритмы выявляют неочевидные факты и закономерности, а экспресс-анализ, подкреплённый конкретными данными, дает возможность подтвердить имеющиеся гипотезы, сложившиеся на интуитивном уровне в режиме реального времени. [10]

В инновационном маркетинге доминанта клиента — это тот фактор ведения бизнеса, который возникает при присвоении клиенту ценности и значимости, который, в свою

очередь, проявляет платежеспособность и инновационную заинтересованность. Так, клиенты становятся не просто потребителями, но и участниками процесса, становясь партнерами и соучастниками. [7] Степень лояльности покупателя можно определить по его приверженности к определенной торговой марке продукта и измеряется обычно числом повторных покупок продукта. Об уровне лояльности клиента можно судить по предпочтению бренда — продукта, который потребители приобретают, не руководствуясь принципами «цена-качество». [5]

Лояльность, построенная на отношениях, заключается в заинтересованности потребителя в бренде. Он стремится приобрести именно этот продукт. Такой тип лояльности проявляется в наличии полной вовлеченности потребителя в бренд, глубоком удовлетворении маркой. И в результате приобретение продукта осуществляется в течение очень длительного времени. Исходя из определений лояльности и ее видов, выделяют три модели потребительской лояльности. Классификация основывается на трех базовых подходах к лояльности: лояльность как поведение, лояльность как отношение и лояльность, определяемая обстоятельствами покупки (табл. 5)

Таблица 5. Модели клиентской лояльности

Модель потребительской лояльности	Характеристика
Лояльность как поведение	Предполагает только лишь одобрение бренда потребителем. Потребители не видят существенных отличий между лидирующими в товарной категории брендами.
Лояльность как отношение	Основывается на чувстве приверженности бренду. В данном случае потребители ценят психологические и социальные выгоды бренда больше, чем его функциональность.
Лояльность, определяемая обстоятельствами покупки	Ключевое значение для потребителей имеет ситуация при покупке. Это означает, что они склонны быть более лояльными к обстоятельствам, чем к брендам.

В исследованиях Шальной О. А. существует два способа удержания потребителей. Первый — создание условий, препятствующих обращению к другим поставщикам, предприятиям и др. потребитель семь раз «отмерит», прежде чем «отрезать» все прежние связи, если это связано с вложением значительных средств, затратами на поиск новых поставщиков, потерей скидок постоянных заказчиков и т. д. Второй — полное удовлетворение потребителя, который вряд ли польстится на предлагаемые конкурентами низкие цены или другие стимулы. Для реализации указанных способов удержания в рамках маркетинга отношений используются программы повышения лояльности клиентов. [6]

О том, кого считать лояльным клиентом рассуждает и Михаил Дымшиц. Он задается вопросом: Как учитывать лояльность при покупке родственных, но не идентичных товаров? Ответы на данный вопрос являются ключевыми в реализации сделок из-за их значимости. Михаил Дымшиц подчеркивает, что в основе потребительской лояльности

лежат качество и характеристика товара (услуги), которые главным образом и формируют приверженность к бренду в товарной группе, а также отношение к нему. [1]

Таким образом, метод RFM-анализа позволяет прогнозировать фирме доход, персонально устанавливать отношение каждого клиента к фирме, вырабатывать новые подходы к повышению лояльности. Важную роль в образовании состава клиентской базы, проведения RFM-анализа, проведении анализа на ранних этапах играет выбор модели клиентской лояльности для подразделения существующих клиентов фирмы. Особое влияние RFM-анализ играет в директ-маркетинге, т. к. позволяет выявить нужно ли высылать сообщения клиентам или нет. В настоящее время разработаны специальные программы для RFM-анализа, которые заметно облегчают процесс сегментирования клиентской базы. Также существуют фирмы, базирующиеся на проведении анализа, составлении прогноза развития отношений, предложении стратегий направления повышения лояльности.

Литература:

1. Дымшиц М. Потребительская лояльность. Механизмы повторной покупки. — М.: Вершина, 2007. — 365с.
2. Каверина И. С. Анализ существующих методов управления клиентской базой для повышения конкурентоспособности аптечной организации // Бюллетень сибирской медицины. — 2014. — № 4.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. — СПб: Питер, 2016. — 324с.
4. Кузнецова Л. В., Брусенцова Л. С. Методы оценки лояльности потребителей // Российское предпринимательство. — 2012. — № 12 (210). — с. 71–76
5. Ф. Райхельд, Р. Марки Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиента на всю жизнь. — М: «Манн, Иванов и Фербер», 2013. — 337с.
6. Шальнова О. А. Технологии формирования потребительской лояльности в розничной торговле [Электронный ресурс]: Монография / О. А. Шальнова, М. В. Зинцова, Н. В. Ребрикова; под ред. Шальной О. А. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. — 107 с 7. Шуклина З. Н. Доминанта клиентоориентированности в маркетинге инноваций // Современное общество и власть. 2015. № 1 (3). С. 113–116.
8. Шуклина З. Н. Современный маркетинг: краткий лекционный курс. — Praha Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2015. — 77 с.
9. <https://basegroup.ru/community/bank/rfm-analysis> Компания по разработке ПО.
10. <http://blog.datasense.ru/view/segmentatsiya-klientskoi-bazy-na-kakie-kategorii/#.WLW-1VWLTDD> Блог компании Datasense
11. <http://lpgenerator.ru/blog/2016/08/04/kak-uvlichit-prodazhi-segmentaciya-klientov-i-rfm-analiz/> Профессиональная Landing Page платформа для бизнеса

Международное сотрудничество в области противодействия коррупции

Ямгурчина Айгуль Ильшатовна, студент

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

В XXI веке коррупция является одной из ключевых международных проблем, требующей решения на международном уровне. Это обусловлено тем, что «отмывание» денег давно вышло за рамки отдельных территориальных образований и приобрело мировой масштаб. По этой причине важную роль играет консолидация международных сил с целью предотвращения и борьбы с коррупцией. Важность проблемы коррупции осознается российским обществом — этот вопрос вышел на первые места в опросах населения в последние два-три года [1, с. 327.]. При этом в последнее десятилетие усиливается антикоррупционная политика в ведущих развитых демократических странах, что в значительной степени облегчает борьбу с коррупцией и в России, однако у нас она носит многоликий характер, а ее побочные результаты — отвлечение средств от накопления в личное потребление и снижение качества управленческих решений [2, с. 73]. В связи с этим международное сотрудничество по антикоррупционным вопросам обретает ещё большее значение. Оно отражается в результативном обмене информацией и опытом, продвижении прогрессивного опыта и разработке согласованных стратегий, критериев и стандартов, обращённых на борьбу с коррупцией. В рамках своих полномочий Служба международного сотрудничества разви-

вает сотрудничество со сведущими государственными органами, и соответствующими зарубежными учреждениями, международными организациями, европейскими и региональными организациями в сфере предупреждения коррупции и противодействия ей.

В качестве преимущества Службы международного сотрудничества следует назвать контроль за соблюдением международного законодательства в сфере противодействия коррупции, прежде всего конвенций и международных договоров, ратифицированных странами-партнерами, а также инициирования поправок во внутренних нормативно-правовых актах, с целью создания правовой базы, отвечающей международно признанным правовым нормам и стандартам. Также важно поддерживать постоянное и открытое взаимодействие с Советом Европы, Группой государств по борьбе с коррупцией (ГРЕКО), присутствовать на пленарных заседаниях ГРЕКО в Страсбурге, взаимодействовать с Управлением Организации Объединённых Наций по наркотикам и преступности (в т. ч. посещать Конвенционные совещания стран-партнёров, подписавших Конвенцию ООН против коррупции) и Антикоррупционной сетью в условиях Организации экономического сотрудничества и развития. Данные многосторонние и международные соглашения образуют глобальную систему против коррупционных явлений.

Проблема противодействия коррупции часто становится темой для обсуждения на многих политических и экономических конференциях и форумах. Так, к примеру, VI Международная конференция по борьбе с коррупцией была посвящена теме «Укрепление международного сотрудничества в области предупреждения и борьбы с коррупцией», рассматриваемой в рамках программы правительства по борьбе с коррупцией на 2014–2019 годы и был сосредоточен вокруг двух задач, ориентированных на укрепление международного сотрудничества в аспекте профилактики и противодействия коррупции [4].

Следует отметить, что еще в недалеком прошлом коррупцию считали весьма «живучим» явлением и противодействие ей не приносило эффективных результатов, но за последние десятилетия мировое сообщество шагнуло далеко в перед добившись значительных успехов в области глобальной борьбе с коррупцией. Страны стали охотнее обсуждать эту проблему на полях международных дискуссий, исключая коррупцию из тем для сугубо внутригосударственного обсуждения. Все чаще создаются объединения и организации, с целью воплощения в жизнь многосторонних договоров и соглашений направленных на решение проблем в области борьбы с коррупционной деятельностью. Все большее число стран оказывают взаимодействие друг с другом в экстрадиции тех, кто дает и берет взятки. Ведь коррупционная деятельность, осуществляемая как в отдельной стране, так и на международном уровне оказывает сильное влияние не только на финансовую систему, но и на социальную среду. Состояние основной массы общества в коррумпированной стране оставляет желать лучшего.

Начиная с 1996 года международные антикоррупционные соглашения призваны усиливать политические обязательства, направленные на борьбу с коррупцией и регламентировать конститутивные международные нормы и процедуры противодействия коррупции [4].

Благодаря данным соглашениям, подкрепленные политической волей ее участников, мировой конгломерат может укрепить стремления правительств разных стран в области противодействия коррупции, как на местах, так и в глобальном масштабе. При этом коррупция на местах более ярко выражена, чем на уровне региона или целой страны. Подобная коррупция оказывает более негативное влияние на общество за счет небольшой подвластной территории. Также коррупция вызывает неравенство внутри социума, развивая при этом хорошую почву для социальных конфликтов.

В настоящее время роль решения социальных проблем повышается. Это обстоятельство вызвано тем, что социальные конфликты могут привести к разрушению жизни на земле, поскольку имеется ядерное, бактериологическое, химическое оружие, к экологической катастрофе [1].

Создавая и подготавливая соглашения о средствах противодействия коррупционной деятельности, международное сообщество создает новые более сплоченные связи двустороннего и многостороннего сотрудничества в наиболее важных аспектах. Кроме того, это активизирует обмен

прогрессивным опытом, укрепляет доверие и взаимоотношения между странами. Так же это повышает результативность проводимых двухсторонних и многосторонних мероприятий, программ содействия развитию и решению поставленных задач.

Принципы противодействия коррупции объединяются в единое целое. Множество двусторонних и многосторонних антикоррупционных соглашений, и договоров сводятся к единому принципу противодействия коррупции. Эти принципы получили признание всего международного сообщества, официально закрепили обязательства правительств стран-участниц реализовывать эти принципы. Конвенции, утвержденные Организацией Объединенных Наций против коррупции, не ограничиваются призывами преследовать все виды коррупции в уголовном порядке. Они отражают признание того факта, что борьба с коррупцией требует согласованных действий во многих ее проявлениях. Самым универсальным и применяемым в глобальном масштабе соглашением на данный момент является выработанная под эгидой ООН «Конвенция ООН против коррупции». В ее двухлетней разработке принимали участие более 120 стран, и окончательно она вступила в силу в 2005 году [4]. Данная конвенция приближается к тому, чтобы стать действительно глобально используемым международным соглашением по противодействию коррупционной деятельности, поскольку он подписан уже 140 государствами-членами ООН, 80 из которых уже ратифицировали.

В Европе Совет Европы подготовил 3 документа, являющихся основными для членов Совета Европы при решении вопросов по антикоррупционной деятельности. Два из этих документов представлены в виде конвенции: «Конвенция Совета Европы об уголовном законодательстве против коррупции» и «Конвенция Совета Европы о гражданском законодательстве против коррупции» принятые в 1997 году. Третья содержит в себе принципы де-факто не имеющие силы — «20 руководящих принципов Совета Европы по борьбе с коррупцией». Совет Европы также разработал систему взаимной экспертизы для контроля над исполнением этих принципов и конвенций в сорока двух странах, включая США. Кроме того, Европейским союзом разработано несколько документов обязательных для исполнения всеми государствами-союзниками в вопросах антикоррупционной деятельности: «Конвенция ЕС о борьбе с коррупцией» (1997 г.), касающаяся должностных лиц европейских сообществ или должностных лиц государств-членов Европейского союза; «Совместное решение ЕС о коррупции в частном секторе» (1998 г.); «Рамочное соглашение Европейского Союза о борьбе с коррупцией в частном секторе» (2002 г.); Пакт стабильности (2000 г.), который был подписан 7 странами Юго-Восточной Европы. В результате его принятия была сформирована «Антикоррупционная инициатива Пакта стабильности» представляющая собой систему обоюдной экспертизы для контроля над его выполнением.

В свою очередь, в 1996 году под эгидой Организации американских государств в Латинской Америке была заключена «Межамериканская конвенция против коррупции», а в 2001 году ею был создан механизм взаимной экспертизы для контроля над ее исполнением. В настоящее время ее участниками являются 33 страны, включая США.

В Азии 21 государством Азиатского и Тихоокеанского региона был принят пакт против коррупции, предназначенный для добровольного использования странами-участниками. Организацией экономического развития и Азиатским банком развития подготовлен План по борьбе с коррупцией, согласно которому в будущем предполагается осуществлять взаимную экспертизу. Затем в 2004 году лидерами указанного экономического сотрудничества был установлен «Антикоррупционный курс действий», регламентирующий строгое исполнение Конвенции ООН против коррупции.

На саммите Африканского союза (июль 2003 г., Мозамбик) главы стран — участниц приняли Конвенцию Африканского союза о предотвращении коррупции и борьбе с коррупционной деятельностью. Принятый ранее в 2001 году «Протокол Южноафриканского сообщества развития против коррупции» устанавливает меры, утвержденные 14 странами-членами данного сообщества. Немаловажным будет упомянуть, что в 1999 году Глобальная коалиция выработала для Африки принципы борьбы с коррупцией, которые могут быть приняты по собственному желанию входящими в ее состав странами, и 11 государств-членов данной коалиции приняли эти принципы.

Арабские государства, расположенные на Ближнем Востоке, работают посредством региональной сети-инициатив «Добросовестное управление в целях развития», предназначенной для оказания поддержки процессу реформ управления и модернизации государственного сектора и формирования условий, необходимых для экономического и социального развития в данном регионе. Борьба с коррупцией является одним из ключевых векторов этих усилий, в частности мероприятия по выполнению Конвенции ООН против коррупции [4].

В 1997 году 37 стран подписали Конвенцию Организации экономического сотрудничества и развития «О борьбе с подкупом иностранных должностных лиц при международных деловых операциях», создав тем самым систему взаимной экспертизы для контроля над его исполнением. Однако эта конвенция обладает сравнительно узкой и конкретной сферой применения, с основным упором на использование внутреннего законодательства с целью обеспечения уголовной ответственности за подкуп иностранных должностных лиц.

Деятельность и принципы специальной финансовой группы опять же вносят большой вклад в решение международных задач в области противодействия коррупции, как на местном, так и на глобальном уровне. В своих рекомендациях группа разработки финансовых мер противодействия «отмыванию» денег регламентирует широкомасштабные стандарты борьбы с отмыванием де-

нег и финансовыми преступлениями. Группа отслеживает, как страны исполняют эти рекомендации. В этот межправительственный орган входят представители органов надзора и регулирования финансовых институтов, должностными обязанностями которых является рассмотрение злоупотреблений в финансовой сфере, включая нарушения, вызванные коррупционной деятельностью [5].

В последние годы «Большая восьмерка» (Германия, Италия, Россия, США, Великобритания, Япония, Канада и Франция), все чаще обсуждают на своих собраниях общие внешнеполитические и экономические вопросы, приоритетное внимание уделяется вопросу борьбы с коррупцией, а именно: противодействие коррупции на высоком уровне, отказ в убежище коррумпированным чиновникам и тем, кто их подкупает, скрывание их богатства, приобретенное незаконным путем, координация действий по восстановлению незаконно приобретенных активов и улучшение подотчетности и прозрачности бюджета, закупок и льгот [3].

Международные антикоррупционные соглашения продолжают выполнять свою главную роль в нарастающем международном осуждении коррупции. В частности, они обязывают правительства стран-участниц принимать меры и оказывать содействие мировым сообществам в сотрудничестве и технической помощи.

Конвенция ООН против коррупции олицетворяет собой значительные перемены в системе международных антикоррупционных соглашений, поскольку объединяет аспекты предшествующих региональных и глобальных конвенций и новые аспекты в один документ, представляющий свод обязательств. Это первое международное соглашение, привлечшее в настоящее время уже более 80 сторон, и претендующее стать первым широкомасштабно используемым международным документом, полностью посвященному антикоррупционной деятельности. Проверенные принципы противодействия коррупции, в т. ч. важность международного сотрудничества, теперь регламентированы в качестве глобальных принципов, которые могут считаться исходящими только от группы одинаково настроенных стран или регионов.

Руководства стран осуществляют постепенное ратифицирование Конвенции ООН внутри своих стран против коррупционной деятельности и разрабатывают дальнейшие меры по поддержке ее исполнения и облегчения технической помощи. Существующие региональные обязательства и механизмы необходимы для того, чтобы руководство-государств продолжали совместно работать над проблемами коррупции в знакомой им обстановке и известными им партнерами. При этом, ведущие мировые экспортеры должны продолжать плотное и усиленное взаимодействие по линии Конвенции Организации экономического сотрудничества и развития против взяток и сопутствующих ей контрольных механизмов для сокращения практики подкупа иностранных чиновников при заключении международных сделок. Страны-участницы указанной организации

должны проявлять политическую волю, выполняя предписанные законодательной базой обязанности по уголовной ответственности за подобный подкуп.

Подводя итоги, можно сказать, что акты внутренней коррупции часто имеют международные последствия, как и случаи, когда их авторы бегут в другую страну, чтобы избежать обнаружения или уголовного преследования, или попытаться «отмыть» доходы за рубежом. Именно поэтому на мировом уровне организованное взаимодействие в области противодействия коррупции различных служб и учреждений представлено соглашениями и договорами между отдельными странами, содружествами и объеди-

нениями разных стран в области антикоррупционной деятельности. И хотя международные документы и многосторонние «Рамочные соглашения» являются инструментом в глобальном противодействии коррупции, сложная задача воплощения политической воли в наглядные действия будет и в дальнейшем иметь решающее значение. Если раньше противодействие коррупции считалась проблемой отдельных стран, то в настоящее время антикоррупционная деятельность входит в ведение дел международного сообщества, которое дополняет усилия отдельных правительств и способствует выполнению конкретных мер в борьбе с коррупционной деятельностью.

Литература:

1. Растегаева Ф. С. Содержательные аспекты и проблемы формирования экономического имиджа хозяйственной системы // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2009. — № 2 (70). — С. 326–331.
2. Растегаева Ф. С. Проблемы обеспечения положительного экономического имиджа российской хозяйствующей системы // Социально-экономические явления и процессы. — 2008. — № 4 (12). — С. 72–76.
3. Department for International Cooperation [Электронный ресурс] <http://www.acas.rs/organization/departament-for-international-cooperation/>
4. VI International Anti-corruption Conference [Электронный ресурс] <https://cba.gov.pl/en/news/74,VI-International-Anticorruption-Conference.html>
5. Противодействие коррупции с помощью международных договоров и обязательств [Электронный ресурс] <http://www.intelros.ru/readroom/ejournal-usa/tom-11-vypusk-12-2006/8428-protivodejstvie-korruptcii-s-pomoshhyu-mezhdunarodnyx-dogovorov-i-obyazatelstv.html>
6. Helping Countries Combat Corruption: The Role of the World Bank [Электронный ресурс] <http://www1.worldbank.org/publicsector/anticorrupt/corruptn/cor08.htm>

Управление оборотными средствами предприятий

Ярыгина Валентина Сергеевна, магистрант

Орловский государственный аграрный университет имени Н. В. Парахина

Бесперебойная работа предприятия обеспечивается благодаря умению эффективно управлять оборотными средствами, которые являются одной из составляющих частей механизма успешной деятельности предприятия. Данная статья рассматривает проблемные аспекты в использовании оборотных средств на предприятии, состав и структуру оборотных средств, источники их формирования, определения потребности в оборотных средствах, управление оборотными средствами.

Ключевые слова: предприятия, оборотные средства, запасы, нормирование, эффективность

Вопрос обеспеченностью оборотными средствами периодически встает перед каждым предприятием, которое осуществляет определенную деятельность в зависимости от отрасли. Чаще всего недостаток оборотных средств испытывают промышленные предприятия. Не только платежный кризис, но и неумение управлять оборотными средствами, недостаточно развитая система управления на предприятии являются тому причиной.

Снижению оборачиваемости и сокращению оборотных активов способствуют следующие факторы:

— дебиторская задолженность;

— неэффективность использования готовой продукции и сырья;

— излишек запасов, нереализованная продукция (чаще всего это происходит из-за высокой себестоимости, несоответствия цены и качества).

Конкурентоспособность, финансовое состояние, а также результаты, полученные в ходе деятельности предприятия, обеспечивают материальные запасы, умение эффективно их использовать.

Оборотные средства входят в составную часть имущества предприятия. В оборотных средствах выделяют мате-

риальные и денежные ресурсы. Использование этих ресурсов обеспечивает процесса материального производства. Также от них зависит финансовая устойчивость предприятия. Чем эффективнее используются материальные и денежные ресурсы, тем лучше проходит процесс материального производства и тем выше финансовая устойчивость предприятия.

Чтобы использование оборотных средств было достаточно эффективным необходимо в первую очередь определить их состав и структуру; источники формирования; спланировать потребность; выявить источники финансирования. Рассмотрим более подробно на рассмотрении данных аспектов.

Запасы — своеобразная «подушка безопасности», страховой резерв для обеспечения бесперебойной деятельности и устойчивости предприятия.

Однако избыток запасов будет связан с затратами на их хранение. Возможна порча запасов в результате их неправильного хранения, что повлечет за собой извращение от испорченной продукции и лишение возможности предприятия получить прибыль от продажи данных запасов.

Недостаток запасов также сказывается негативно на деятельности предприятия. В случае возникновения непредвиденных затрат можно было бы реализовать готовую продукцию, сырье и получить денежные средства на покрытие этих затрат. Поэтому предприятия с недостатком собственных запасов вынуждены занимать денежные средства у банков или других предприятий на условиях возврата.

Дебиторская задолженность — денежная сумма, подлежащая возврату со стороны других предприятий, организаций или фирм. Предприятие может продавать свои товары другим организациям и получать денежные средства от продажи не сразу же, а в другой срок, например, через месяц. Если предприятие в виду определенных обстоятельств не получает денежные средства от других организаций, при этом продает свои товары также на условиях отсрочки платежа дебиторская задолженность возрастает, это негативно сказывается на его деятельности, финансовом состоянии, устойчивости.

Денежные средства и ценные бумаги представляют собой ликвидные текущие активы, полученные в результате деятельности предприятия. Они хранятся в кассе, на кредитном депозите либо расчетном счете предприятия.

Структура оборотных средств представляет собой удельный вес статей по отношению к общей сумме оборотных средств.

Источниками финансирования оборотных средств являются собственные и заемные. Предприятие может привлекать заемные средства для погашения недвижимых дополнительных затрат. К заемным средствам относятся банковский кредит (кредит в банке) и кредиторская задолженность (денежные средства, занятые у других организаций).

Необходимо определить оптимальное количество собственных и заемных оборотных средств, использование которых будет обеспечивать надежность и эффективность деятельности предприятия.

Продолжительность производственного цикла предприятия напрямую зависит от наличия оборотных средств на данном предприятии. Длительный цикл говорит о том, что в кругооборот было вовлечено большое количество оборотных средств. Соответственно, короткий производственный цикл свидетельствует о том, что оборотных средств было немного.

Внимательный расчет потребности в оборотных средствах поможет избежать ошибок, непредвиденных затрат, нарушения деятельности предприятия.

Существует метод определения оптимального размера оборотных средств на предприятии — нормирование. Оборотные активы делятся на нормируемые и ненормируемые активы. В производственном цикле задействованы производственные запасы, незавершенное производство, готовая продукция. Данные активы являются нормированными, все остальные активы предприятия — ненормируемые. Для каждого предприятия в зависимости от отрасли, сферы деятельности существуют свои нормы и нормативы оборотных средств.

Результаты финансовой деятельности могут показать насколько эффективно предприятие умеет управлять оборотными средствами. Одним из показателей эффективности управления является их рациональное использование. Для этого происходит оптимизация производственных запасов, сокращение незавершенного производства, улучшение форм расчетов. Выделяют следующие принципы эффективного управления оборотными средствами:

- расчет потребности в оборотных средствах;
- использование оборотных средств строго по целевому назначению;
- обеспечение сохранности, рационального использования и ускорения оборачиваемости оборотных средств.

Таким образом, выполнение всех принципов позволит использовать оборотные средства эффективно и рационально.

Литература:

1. Волков О. И. Экономика предприятия. М.: Инфра-М, 2014. — 601 с.
2. Ионова А. Ф. Финансовый анализ. М.: Юнити-Дана, 2015. — 638 с.
3. Кондратьев В. Н. Управление оборотными средствами // Экономика и социум, № 3 (22), 2016. — С. 1–6.

4. Ильина И. В., Сидоренко О. В. Воспроизводство оборотных средств в сельском хозяйстве региона // Экономический анализ: теория и практика, № 15, 2010. — С. 37–40.
5. Ильина И. В., Сидоренко О. В. Влияние материальных ресурсов на доходность аграрных формирований // Аграрная Россия, № 3, 2013. — С. 29–31.
6. Сидоренко О. В., Ильина И. В. Расчетно-платежная дисциплина как императив эффективной финансовой деятельности сельскохозяйственных организаций // Аграрная Россия, № 2, 2017. — С. 29–33.
7. Сидоренко О. В., Ильина И. В. Региональная стратегия использования земельных и материально-технических ресурсов сельского хозяйства // Национальные интересы: приоритеты и безопасность, № 16, 2011. — С. 29–35.

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал
Выходит еженедельно

№ 14 (148) / 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 19.04.2017. Тираж 500 экз.

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