

ISSN 2072-0297



МОЛОДОЙ[®] УЧЁНЫЙ

международный научный журнал



15
2017
Часть V

16+

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 15 (149) / 2017

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Члены редакционной коллегии:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

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

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

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

Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

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

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

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

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

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

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

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

Международный редакционный совет:

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

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

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

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

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

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

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

Гайич Тамара, *доктор экономических наук (Сербия)*

Данатаров Агахан, *кандидат технических наук (Туркменистан)*

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Хоссейни Амир, *доктор филологических наук (Иран)*

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

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Галина Анатольевна

Ответственные редакторы: Осянина Екатерина Игоревна, Вейса Людмила Николаевна

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

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

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

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

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

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 03.05.2017. Цена свободная.

Материалы публикуются в авторской редакции. Все права защищены.

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

На обложке изображен *Александр Сергеевич Тимофеев*, инженер-изобретатель машины времени, известный советскому и российскому зрителю как Шурик — персонаж комедий Леонида Гайдая.

Впервые этот герой появился в трилогии «Операция «Ы» и другие приключения Шурика» в 1965 году. Милый, застенчивый, но в то же время находчивый и отважный студент так понравился зрителям, что уже через два года вышло продолжение: «Кавказская пленница, или Новые приключения Шурика».

Гораздо позже, в 1973 году, Леонид Гайдай задумал экранизировать пьесу Михаила Булгакова «Иван Васильевич». Главного героя этого произведения звали вовсе не Шурик, а Николай Иванович. И сыграть его могли Олег Видов и Валерий Погорельцев. Но в процессе поиска актера на эту роль Гайдай решил заменить булгаковского Тимофеева на полюбившегося ему самому Шурика. Так герой, сыгранный Александром Демьяненко, превратился из очкарика-студента в чуть недотепистого, но по-

своему талантливому инженеру-изобретателю Александра Сергеевича Тимофеева, который изобрел машину времени и провел не вполне удачное ее испытание в домашних условиях.

Примечательно, что сценарий писался под Юрия Никулина в роли Ивана Васильевича. Но Никулин категорически отказался сниматься в фильме, снятом по Булгакову и обреченном, по его мнению, на безвестность и долгие годы забвения на пыльных архивных полках.

Однако в 1973 году фильм Леонида Гайдая «Иван Васильевич меняет профессию», что называется, взорвал прокат и собрал свыше 60 миллионов зрителей.

Сейчас этот фильм держится в первой двадцатке советских фильмов по популярности. В США этот фильм известен под слегка измененным названием: «Ivan Vasilievich: Back to the Future», чем проводится аналогия с фильмом Роберта Земекиса «Назад в будущее».

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Мезенина А. С.**
Инвестиционные стратегии инвесторов на фондовом рынке 429
- Мельникова Т. Ф., Куприянова В. С., Денисюк С. Я.**
Конкурентоспособность предприятия: основные методы обоснования экономической сущности 431
- Наумкина Т. В., Андреева Н. А.**
Направление денежно-кредитного регулирования инновационного развития российской экономики 435
- Наумкина Т. В., Сазонова М. А.**
Денежно-кредитное регулирование России на современном этапе 437
- Нгуен Ван Хай, Васильева М. В.**
Применение аналитического подхода к исследованию предмета бухгалтерской экспертизы..... 439
- Панова А. Ю.**
Влияние финансового поведения населения на рынок розничного кредитования 441
- Перловская Д. С.**
Выявление проблемных областей маркетинговой деятельности предприятия 444
- Полевая Е. В.**
Анализ тенденций и перспектив развития рынка слияний и поглощений за рубежом..... 447
- Прохорова И. А.**
Как инвестировать на рынке ценных бумаг?... 448
- Проценко В. С.**
Конкуренция и ключевые этапы её развития в процессе эволюции экономических отношений 451
- Рахмонов Ш. Ш., Райратов Б. У.**
The necessary changes in the legislation for the further introduction of IFRS in Uzbekistan..... 453
- Сагдатова Г. Я., Коцегулова И. Р.**
Модели экономического роста 456
- Сатторкулов О. Т., Рахматов К. У.**
Особенности становления рынка инноваций в Узбекистане 459
- Сатторкулов О. Т., Рахматов К. У.**
Инновационное развитие аграрного сектора Узбекистана 460
- Сатторкулов О. Т., Рахматов К. У.**
Эффективная инновационная политика и её факторы 462
- Сергиенко О. В., Грекова В. А.**
Организация внутреннего контроля дебиторской задолженности 464
- Соболь М. С., Быкова А. В.**
Перспективы развития энергетики в России и в мире..... 467
- Сорокина М. Г., Корчеманова А. В.**
Теоретические основы доходного подхода и особенности его применения на практике для оценки стоимости коммерческого банка..... 470
- Стукова Ю. Е., Букарева Е. О.**
Поощрение и стимулирование как методы эффективного управления персоналом организации..... 476
- Суставова Н. П.**
Особенности функционирования многоквартирного дома 478
- Хамзин А. Х.**
Анализ собираемости налога на доходы физических лиц 479
- Ченцова Е. П., Лесунова Л. Ю.**
Особенности формирования имиджа города.. 486

Четвергов В. В.

Стратегии кредитно-финансовых институтов на рынке банковских услуг в условиях конкуренции 488

Шиленко С. М.

Задачи экологического менеджмента в формировании природосберегающей модели функционирования организации..... 491

ИСТОРИЯ

Кенжегалиев Ж. М.

Археологические находки как часть материальной и духовной культуры страны ... 495

Супрунов С. Е.

Торговая навигация Барселоны в XIII–XIV вв. 498

Таджиева Ф. Д., Шамуратов О. Х.,**Кучкаров Ш. О.**

Древние корни ранней государственности Хорезма 505

Тян Н. В.

Германо-«скифские» исторические контакты 507

Чавкин Д. О.

Нарастание социальной напряжённости в СССР в конце XX века..... 508

ПОЛИТОЛОГИЯ

Гевондян Р. В.

Гражданская активность и бюрократия в информационном пространстве..... 511

Карпова В. Н.

Анализ выборов главы города Екатеринбурга в 2013 году..... 513

СОЦИОЛОГИЯ

Солонченко С. С.

Возврат детей из приемных семей. Анализ ситуации 516

Ткаченко И. Н., Берсунькаева З. В.

Проблемы формирования системы морально-нравственных ценностей у современной российской молодежи 518

ФИЛОСОФИЯ

Плужникова Н. Н., Корсунова В. А.

Ценностные ориентиры и идеалы современного поколения..... 520

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Инвестиционные стратегии инвесторов на фондовом рынке

Мезенина Анастасия Сергеевна, студент

Научный руководитель: Котова Ольга Владимировна, кандидат экономических наук, доцент
Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург)

В статье рассматриваются вопросы, связанные с выбором инвестором стратегии на рынке ценных бумаг, а также процессы формирования портфеля инвестиционных стратегий. Предложены инвестиционные стратегии, действующие на современных рынках ценных бумаг. Внесены предложения по выбору инвестиционной стратегии. Выявлен и раскрыт основополагающий принцип деятельности инвестора и необходимость правильного выбора инвестиционной стратегии.

Ключевые слова: инвестиционная стратегия, рынок ценных бумаг, инвестор

Главным элементом любой инвестиционной деятельности является стратегия инвестирования. От выбранной участниками рынка ценных бумаг инвестиционной стратегии во многом зависит возможность получения максимального результата инвестирования субъектом рынка. Поэтому, возможность достижения цели инвестора всегда будет зависеть от верно выбранной инвестиционной стратегии. В связи с этим, для успешной работы на фондовом рынке очень важно оценить эффективность различных стратегий инвестирования и сделать свой выбор в пользу наиболее выгодной стратегии для вас, как инвестора.

Инвестиционная стратегия — это система методов достижения финансовых результатов; совокупность финансовых мер, применяемых в зависимости от конкретной рыночной ситуации; тактика управления инвестиционными средствами.

Разработка инвестиционной стратегии позволяет рационально использовать инвестиционные ресурсы инвестора.

Традиционно многие авторы учебных пособий разделяют все стратегии инвестирования на виды, опираясь только на два параметра: доходность и риск. Исходя из данных параметров, обычно выделяют консервативную, умеренную и агрессивную инвестиционные стратегии.

Однако, сами участники современных фондовых рынков выделяют стратегии инвестирования, опираясь лишь на цель, преследуемую инвестором. Так как основной целью любого инвестора является получение максимальной прибыли, то субъекты фондового рынка выделяют следующие виды стратегий:

1) Дивидендная стратегия — эта стратегия, направленная на покупку акций компаний, выплачивающих вы-

сокие дивиденды. Такая стратегия приносит инвестору регулярный доход.

2) Трендовая стратегия — эта стратегия, направленная на покупку самых популярных активов. Например: акций, которые растут быстрее других и в будущем, скорее всего, продолжат свой рост. Такая стратегия позволяет инвестору заработать на разнице курсовой стоимости ценных бумаг.

3) Стратегия инвестирования в недооцененные активы — эта стратегия направлена на инвестирование в отстающие акции или отрасли. Например: некоторые изменения в макроэкономике (падение цены на нефть) привели к снижению стоимости акций нефтяных компаний. Такая стратегия позволяет инвестору зарабатывать на разнице в цене ценной бумаги, а также получать доход в виде дивидендов.

4) Стратегия усреднения стоимости — эта стратегия заключается в том, чтобы регулярно покупать акции вне зависимости от их стоимости в расчете на долгосрочный рост этих акций. Применяя эту стратегию, инвестор получает доход от разницы цены покупки и цены продажи ценной бумаги.

5) Инвестирование в ценные бумаги через покупку опционов — эта стратегия заключается в покупке опционов, которые заметно снижают инвестиционные риски. Инвестор получает доход от разницы цены опциона и реальной стоимости ценной бумаги.

Кроме выше перечисленных стратегий существует портфель инвестиционных стратегий — это совокупность действующих инвестиционных стратегий одного инвестора. Портфель стратегий используется при формировании инвестиционного портфеля, когда инвестор ком-

бинирует различные виды инвестиционных стратегий в целях диверсификации рисков. Это позволяет снизить риски, практически не снижая общей доходности портфеля.

Формировать портфель инвестиционных стратегий следует, по возможности, из стратегий с разным рыночным риском.

Начиная свою деятельность на рынке ценных бумаг, инвесторы часто совершают большое количество ошибок. Так, из-за недостаточной осведомленности о реально используемых инвестиционных стратегиях на рынке ценных бумаг инвесторы отдают предпочтение ошибочным стратегиям. Это приводит в лучшем случае к недополученной прибыли, а в худшем — к убыткам.

В современной среде функционирования финансовых рынков уже твердо закрепились некоторые «верные» инвестиционные стратегии, которые на самом деле не являются таковыми.

К основной ошибочной инвестиционной стратегии, по моему мнению, можно отнести стратегию покупки акции при повышении их курсовой стоимости и продажи при снижении.

Существует распространенное мнение о том, что, если покупать ценные бумаги при падении цен, а продавать их при росте, то это принесет инвестору хорошую прибыль. Однако это мнение отчасти не верное.

В такой ситуации акции покупаются в расчете на скорый рост в цене. Однако существует очень большая вероятность того, что цена этих акций продолжит снижаться.

Поэтому, следует покупать те акции, цена которых только начинает расти. Более того, лучше всего покупать акции, когда их цена превысит максимальную цену прошлого периода.

Для избежание ошибок инвестирования участники рынка ценных бумаг выделяют несколько правил, к которым, я считаю, следует придерживаться:

— Никогда не покупать ценные бумаги при растущем объеме, если цены находятся в верхней части рынка, и нет никаких веских причин для дальнейшего роста цен.

— Покупать ценные бумаги на растущем рынке, поддержанном объемом, только если наблюдаете превышение максимальной цены прошлого периода.

— Не продавать ценные бумаги при растущем объеме, если цены находятся в нижней части рынка, особенно, когда нет никаких веских причин для дальнейшего падения цен.

— Продавать ценные бумаги на снижающемся рынке, поддержанном объемом.

Таким образом, мною были рассмотрены основные инвестиционные стратегии, используемые на современном рынке ценных бумаг, применение которых способствует достижению конечной цели инвестора — получению прибыли. Также были рассмотрены основные ошибки при формировании стратегии инвестирования и выделены правила, которые позволят инвестору избежать финансовых потерь от инвестиционной деятельности, получить приемлемую доходность от вложений и продолжить успешную работу на рынке ценных бумаг.

Литература:

1. Бирюков, Е. С. Особенности выбора модели поведения инвестора на финансовом рынке в современных условиях / Е. С. Бирюков // Вестник Челябинского государственного университета. — № 11 (366) — 2015. — с. 77–83.
2. Завьялов, Я. О. Создание стратегии формирования инвестиционного портфеля на Российском рынке ценных бумаг / Я. О. Завьялов // Путь науки. — 2016. — № 5 (27). — с. 64–65.
3. Марченко, М. И. Особенности выбора метода при формировании инвестиционного портфеля / М. И. Марченко // Новый взгляд. Международный научный вестник. — 2016. — № 13. — с. 124–133.
4. Zaviyalov Ya. O. Investment strategies based on anomalies / Ya. O. Zaviyalov // Way of Science. International Scientific Journal. — № 10 (20). — 2015. — с. 56–60.

Конкурентоспособность предприятия: основные методы обоснования экономической сущности

Мельникова Татьяна Федоровна, кандидат экономических наук, доцент;
Куприянова Виктория Сергеевна, студент;
Денисюк Святослав Ярославович, студент
Оренбургский государственный университет

Актуальность исследуемой проблемы обусловлена тем, что одно из важнейших положений экономического возрождения России является стабилизация и рост производства во всех отраслях и на каждом отдельно взятом предприятии. Однако в условиях рыночной экономики нужен рост не любого производства и любой ценой, а только конкурентоспособного. Сегодня в России проблема конкурентоспособности и участия в ее решении государства стоит очень насущно.

Цель статьи заключается в выявлении основных подходов к обоснованию экономической сущности конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность товара, конкурентные преимущества предприятия

С развитием конкуренции во всех сферах жизнедеятельности человека возрастает интерес к вопросам управления конкурентоспособностью предприятий.

Понятие конкурентоспособность имеет множество различных определений, некоторые из них представлены в таблице 1.

Таблица 1. Определение понятия «конкурентоспособность»

Автор	Определение
Блинов А. О., Захаров В. Я.	Под конкурентоспособностью предприятия мы понимаем способность создавать такое превосходство над конкурентами, которое позволяет достичь поставленных целей.
Захаров А. Н.	Конкурентоспособность организации — обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования.
Завьялов П. С.	Конкурентоспособность предприятия — это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка.
Зайцев Н. Л.	Конкурентоспособность предприятия — это его возможность производить на действующих производственных мощностях в соответствии запланированными технико-экономическими параметрами, обеспечивающими конкурентоспособность продукции.

Конкурентоспособность как разноплановая экономическая категория может быть рассмотрена с нескольких сторон, между которыми существует тесная взаимосвязь — конкурентоспособность страны, конкурентоспособность товаропроизводителя и конкурентоспособность товара. Конкурентоспособность предприятия, с одной стороны зависит от конкурентоспособности национальной экономики в целом, а с другой, определяет ее. В теории понятию конкурентоспособности предприятия дано множество определений, каждое из которых охватывает ту или иную его сторону [4, с. 74]. На наш взгляд в условиях отечественной экономики этот термин точнее отражает следующее определение: конкурентоспособность предприятия — комплексная сравнительная характеристика, отражающая степень преимуществ совокупности оце-

ночных показателей деятельности предприятия, которое определяют его успех на рынке за определенный промежуток времени.

Для достижения конкурентоспособности на рынке предприятию необходимо иметь:

- 1) конкурентоспособный товар;
- 2) конкурентный потенциал;
- 3) уровень интеллектуального потенциала [1, с. 91].

Данные элементы достаточно характеризуют категорию «конкурентоспособность предприятия» и могут быть приняты за основу в целях измерения и управления ее уровнем (Рисунок 1).

Каждый из этих трёх элементов конкурентоспособности является сложной категорией, которая оценивается совокупностью комплексных и индивидуальных показа-



Рис. 1. Структура категории «конкурентоспособность предприятия»

телей. Данные показатели, в свою очередь, характеризуют либо результат, либо процесс деятельности предприятия в какой-либо сфере. Так, к примеру, реализованные в товаре показатели качества — это результат деятельности предприятия, применяемые технологии производства и управления характеризуют внутренние процессы. Для управленческих целей эти результаты, процессы должны каким-то образом измеряться. Известное в менеджменте изречение гласит «управлять можно только тем, что измеряется». Показатели качества, которые и определяют суть объекта, во-первых, могут быть измерены методами квалиметрии, во-вторых, объединены в один интегральный количественный показатель, в-третьих, подвергнуты к улучшению заинтересованной стороной на этапах жизненного цикла объекта. Таким образом, измеряя и системно воздействуя на показатели вышеназванных трех элементов, можно управлять, с одной стороны, с каждым из вышеуказанных элементов, с другой — конкурентоспособностью предприятия в целом [5, с. 105].

Для обеспечения конкурентоспособности предприятие должно обладать определенным набором внутренних конкурентных преимуществ. К такому набору конкурентного преимущества можно отнести: конкурентоспособность изделия, эффективность маркетинговой деятельности, имидж предприятия, финансовое состояние предприятия, рентабельность продаж, эффективность менеджмента [3, с. 61].

Анализ экономической литературы позволяет выделить следующие основные методы оценки конкурентоспособности предприятий:

- продуктовые методы;
- матричные методы;
- операционные методы;
- комбинированные методы;
- методы оценки стоимости бизнеса;
- динамические методы;
- графические методы [2, с. 92].

Перечислив основные методы оценки конкурентоспособности предприятий, применим графический метод к оценке конкурентоспособности магазина «Престиж», а именно построим многоугольник конкурентоспособности.

Для оценки конкурентоспособности магазина «Престиж» можно использовать методику расчета сводного показателя конкурентоспособности, согласно которой сводным показателем является отношение произведения значения i -го критерия и его весомости к общему количеству рассматриваемых критериев, а именно показать графически на многогранники конкурентоспособности.

Критерии конкурентоспособности были выбраны и оценены экспертами (посетители исследуемых магазинов; менеджеры магазинов; случайные прохожие на улице; уполномоченные лица департамента потребительского рынка Администрации Матвеевского района; специалисты отдела маркетинговых исследований предприятий розничной торговли).

Экспертам было предложено ответить на вопросы анкеты и оценить по 5-ти балльной шкале 10 критериев конкурентоспособности магазина. Результаты экспертной

Таблица 2. Результаты экспертной оценки критериев конкурентоспособности магазинов

Критерий оценки	Средняя оценка критерия по 5 балльной шкале				
	Магазин «Престиж»	Магазин «Пятёрочка»	Магазин «Алина»	Магазин «Центр»	Магазин «Стрела»
Местоположение	5	4	4	3	5
Качество обслуживания	5	5	5	4	5
Качество продукции	4	4	4	3	5
Цена	4	5	4	4	3
Ассортимент	4	3	4	5	5
Расположение товаров	5	5	4	4	3
Режим работы	4	5	5	4	4
Парковочная зона	5	5	3	5	4
Известность, репутация	5	5	4	4	3
Дополнительные услуги	4	5	5	4	4

оценки критериев конкурентоспособности выбранных заведений представлены в таблице 2.

По результатам балльной оценки невозможно дать комплексную оценку конкурентоспособности магазинов без учета значимости, весомости каждого критерия. Для

того чтобы сравнить на сколько конкурентоспособен магазин «Престиж» среди основных конкурентов (выбранного как магазин-эталон), примем значения его оценок за «эталон», а также определим экспертным путем весомость каждого критерия оценки (таблица 3).

Таблица 3. Характеристика весомости критериев и значения эталонных оценок конкурентоспособности магазинов

Критерий оценки конкурентоспособности	Параметры критерия	
	Магазин «Престиж»	Весомость критерия
Местоположение	5	0,07
Качество обслуживания	5	0,15
Качество продукции	4	0,10
Цена	4	0,05
Ассортимент	4	0,09
Расположение товаров	5	0,17
Режим работы	4	0,10
Парковочная зона	5	0,06
Известность, репутация	5	0,11
Дополнительные услуги	4	0,10

Сравнивая относительно «эталона» значения оценок каждого конкурента в разрезе критериев получаем ин-

дексы конкурентоспособности каждого заведения (таблица 4).

Таблица 4. Индексы конкурентоспособности рассматриваемых магазинов

Критерий оценки	Средняя оценка критерия по 5 балльной шкале				
	Магазин «Престиж»	Магазин «Пятёрочка»	Магазин «Алина»	Магазин «Центр»	Магазин «Стрела»
Местоположение	1	0,8	0,8	0,6	1
Качество обслуживания	1	1	1	0,8	1
Качество продукции	1	1	1	0,75	1,25
Цена	1	1,25	1	1	0,75
Ассортимент	1	0,75	1	1,25	1,25
Расположение товаров	1	1	0,8	0,8	0,6
Режим работы	1	1,25	1,25	1	1
Парковочная зона	1	1	0,6	1	0,8
Известность, репутация	1	1	0,8	0,8	0,6
Дополнительные услуги	1	1,25	1,25	1	1

На основании расчетных индексов конкурентоспособности и показателей весомости определяем сводный показатель конкурентоспособности каждого магазина в отдельности (таблица 5).

Таблица 5. Сводные показатели конкурентоспособности исследуемых магазинов

Сводный показатель конкурентоспособности	Магазин «Престиж»	Магазин «Пятёрочка»	Магазин «Алина»	Магазин «Центр»	Магазин «Стрела»
		1	1,026	0,956	0,884

Проведенный анализ и оценка конкурентоспособности магазина «Престиж» и его конкурентов в предыдущем пункте позволил выявить направления и резервы повышения конкурентоспособности заведения.

На рисунке 2 представлен многоугольник конкурентоспособности для каждого рассматриваемого заведения.

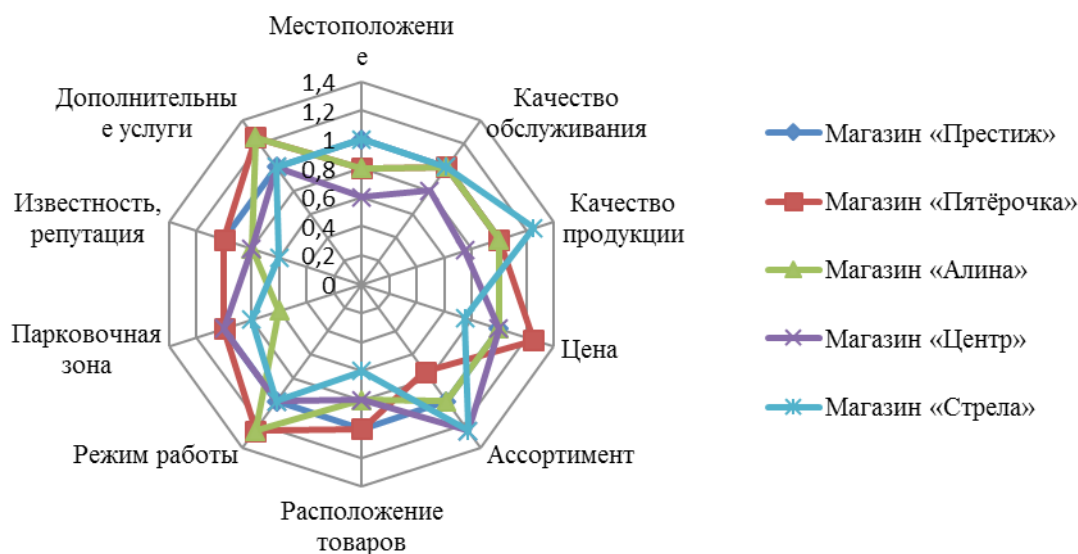


Рис. 2. Многоугольники конкурентоспособности магазина «Престиж» и его конкурентов

Из диаграммы видно, что конкурентного преимущества, относительно других заведений, магазину «Престиж» можно добиться в следующих направлениях: качество обслуживания; цена; качество продукции; режим работы; известность и репутация; дополнительные услуги.

Таким образом, конкурентоспособность предприятия — это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в

условиях конкурентного рынка. Поддержание на высоком уровне конкурентоспособности обеспечивается всеми компонентами имеющихся у предприятия маркетинговых средств. Производство и эффективная реализация конкурентоспособных товаров и услуг — обобщающий показатель жизнестойкости организации, ее умения эффективно использовать свой производительный, научно-технический, трудовой, финансовый потенциал.

Литература:

1. Береговая, И.Б. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия / И.Б. Береговая // Символ науки. — Уфа: Омега-сайнс, 2015. — № 12. — с. 90–93.
2. Воронов, Д.С. Динамический подход к оценке конкурентоспособности предприятий / Д.С. Воронов // Маркетинг в России и за рубежом, 2014. — № 5. — с. 92–102.
3. Рыкова, И.Н. Индикаторы конкурентоспособности малого и среднего предпринимательства на современном этапе / И.Н. Рыкова, Р.С. Губанов // Маркетинг в России и за рубежом, 2016. — № 1. — с. 58–64.
4. Фальцман, В.К. Маркетинговые исследования конкурентоспособности внешнеэкономической деятельности / В.К. Фальцман // Маркетинг в России и за рубежом, 2016. — № 4. — с. 65–77.
5. Фасхиев, Х.А. Системный подход к управлению уровнем конкурентоспособности предприятия / Х.А. Фасхиев // Маркетинг в России и за рубежом, 2014. — № 5. — с. 103–114.

Направление денежно-кредитного регулирования инновационного развития российской экономики

Наумкина Татьяна Васильевна, кандидат юридических наук, доцент;
Андреева Наталья Александровна, студент
Московский государственный университет технологий и управления имени К. Г. Разумовского

В работе исследуются особенности инфляционного таргетирования и регулирования процентных ставок как основных инструментов, стимулирующих инвестиционную деятельность в инновационных высокотехнологических отраслях реального сектора экономики.

Ключевые слова: денежно-кредитное регулирование; таргетирование инфляции; ключевая процентная ставка; инновационное развитие; валютный курс; индекс потребительских цен

Monetary Regulation Trends in the Innovative Development of the Russian Economy

Naumkina T. V., Candidate of legal sciences, assistant professor;
Andreeva N. A., bachelor
Moscow state University of technologies and management

The paper examines the specifics of the inflation targeting and interest rate regulation as the main tools to promote the investment activities in innovative high-tech sectors of the real economy.

Key words: monetary regulation; inflation targeting; key interest rate; innovative development; exchange rate; consumer price index

При нестабильной ситуации в мировой экономике возникает проблема стабилизации экономической политики, и возникает необходимость найти оптимальное сочетание государственных и рыночных механизмов регулирования экономики. Если обратить внимание на российский и международный опыт, то очевидна невозможность обеспечения развития экономики инновационным процессом, а также невозможность осуществления процесса привлечения необходимых инвестиций за счет монетарных рыночных инструментов. Большая часть экономистов подтверждают, что с целью развития стабильной инноваторской модификации формирования российской экономики следует реализовать активную государственную политику, главной целью которой будет разработка условий для создания благоприятного инвестиционного климата в различных отраслях и сферах экономики, направленных на несырьевой экспорт и внутреннее потребление.

Важнейшей задачей денежно-кредитной политики Банка России выступает установление стоимостной устойчивости и объявление целевого уровня инфляции, однако, основным денежно-кредитным инструментом выступают процентные ставки, воздействующие на экономические процессы.

Центральный Банк с 2015 года в результате экономических событий принял решение о переходе к плавающему курсу рубля и к мерам таргетирования инфляции, предполагающей в первую очередь отмену бивалютного коридора и отказ от осуществления регулярных валютных интервенций. Утверждение этого постановления является

доказательством того, что модель роста экономики исчерпала себя прежде всего потому, что она была основана на получении доходов за счет торговли сырьевыми ресурсами, отмечена также тенденцию постепенного перехода к новой модели экономического роста, основанной на новом технологическом укладе.

В современных условиях характерной чертой макроэкономического регулирования становится наиболее интенсивное применение новейших информационных технологий. Для усовершенствования правильности принимаемых управленческих решений следует повышать уровень управления информационным обеспечением на финансовом рынке. Применение такого рода информационно-аналитической системы дает возможность совершенствовать собираемую информацию об операциях, совершаемых на финансовых рынках, увеличивать ход обрабатываемых составленных данных, уменьшать управленческие затраты и улучшать качество принимаемых решений. Все данные мероприятия проявляют позитивное воздействие на проведение более прозрачных операций на рынке и содействуют росту инвестиционной активности.

Воздействие негативных внешних факторов требует принятия быстрых, правильных и нестандартных решений в области макроэкономического регулирования для совершенствования инвестиционной деятельности, ускоренного развития внутреннего финансового рынка, процессов импортозамещения. Необходимо отметить то, что проводимая ранее политика ЦБ РФ по таргетированию валютного курса почти никак не оказывала воздействие

на инфляционные процессы. Одним из главных факторов раскручивания стагфляционных действий считается нецелесообразный подъем тарифов естественных монополий, в первую очередь это относится к стоимости услуг, предоставляемых РЖД и оплате услуг ЖКХ.

Как показывает международная практика, таргетирование инфляции по сравнению с регулированием валютного курса считается наиболее эффективным инструментом поддержания макроэкономической стабильности и способствует увеличению инвестиционной активности в длительном периоде. В соответствии со сведениями Международного Валютного Фонда на современном этапе более 30 стран придерживаются режима таргетирования инфляции, при этом более 20 из них являются развивающимися государствами.

Реализация в России подобной системы инфляционного таргетирования и регулирования процентных ставок повысила бы рост инвестиционной и инновационной активности ввиду открытого доступа к кредитным ресурсам вследствие понижения процентных ставок.

При исследовании возможностей таргетирования стагнации экономики в РФ обнаруживаются трудности, мешающие его внедрению и препятствующие инвестиционной активности, такие как:

- неразвитость трансмиссионного механизма, используемого ЦБ РФ с целью регулирования работы коммерческих банков согласно стимулированию процесса кредитования реального сектора экономики;

- зависимость доходной части отечественного бюджета от экспорта сырьевых ресурсов;

- колебание цен на мировом рынке на нефтегазовое сырье, оказывающее негативное влияние на формирование валютного курса;

- снижение размера ликвидности в банковском секторе, препятствующее развитию инвестиционной активности и экономическому росту в реальном секторе экономики.

Установленная Центральным Банком высокая ключевая ставка задерживает кредитование экономики и мешает уменьшению инфляционных процессов. Основываясь на мировом опыте, Россия может руководствоваться своей модификацией денежно-кредитной политики, а именно проведением эффективной процентной политики, направленной как на таргетирование инфляции, так и на увеличение темпов экономического роста.

Российская банковская система имеет одну из отличительных черт — достаточно высокую банковскую маржу, которая представляет собой большой разрыв между ставками по депозитам и ставками по займам. Сформировавшаяся обстановка ограничивает предприятиям реального сектора экономики доступ к кредитным ресурсам. Центральный Банк старается снизить маржинальность банков, увеличивая норму обязательного резерва по необеспеченным кредитам и постепенно понижая ключевую ставку. Согласно анализам специалистов рейтингового агентства Moody's по результатам 2015 года уровень маржи у ста ведущих российских банков сократился с 5,2 вплоть до 4,8%, что привело к снижению рентабельности банков. По этой причине в настоящее время на банковском рынке осуществляются процессы слияний и поглощений, снижается число областных банков, укрепляется состояние банков с государственным участием.

Для стимулирования внутреннего спроса на современном рынке, должно происходить формирование экономики с развитием специализированных целевых инвестиционных фондов с государственным участием, направленных на долгосрочные вложения в высокотехнологичные проекты. Центральному Банку необходимо продолжать политику дальнейшего постепенного снижения ключевой ставки для повышения денежного предложения, стимулирующего инвестиционную активность в экономике, учитывая при этом, что инфляция носит в основном немонетарный характер, являясь инфляцией издержек.

Литература:

1. Косов, М. Е., Ахмадеев Р. Г. Финансово-банковское регулирование макроэкономических процессов // Финансы и кредит. 2015. № 20. с. 22–28. 2. Морозко Н. И. Государственное регулирование монетарных процессов в современных условиях // Экономика. Налоги. Право. 2015. № 1. с. 22–26.
2. Инвестиции и топливно-энергетический комплекс России./ Наумкина Т. В., Наумкин А. П. // Научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации». 2013. № 12 (32). с. 18.
3. Соколов, Б. И., Воронова Н. С. Современные источники и инструменты финансово-инвестиционных ресурсов // Реформы и право. 2015. № 1. с. 29
4. Данилов-Данильян, А. В., Ушанов П. В. Резервы макроэкономического регулирования в условиях нового технологического уклада // Деньги и кредит. 2015. № 4. с. 28–32. Одной из основных причин раскручивания инфляционных процессов является неоправданный рост тарифов естественных монополий 45 № 4/2016

Денежно-кредитное регулирование России на современном этапе

Наумкина Татьяна Васильевна, кандидат юридических наук, доцент;
Сазонова Марина Александровна, студент
Московский государственный университет технологий и управления имени К. Г. Разумовского

В данной статье рассматривается процесс денежно-кредитного регулирования в России, сравнивается процесс регулирования предыдущих лет и на современном этапе. Также в работе рассмотрены инструменты воздействия на денежно-кредитное регулирование.

Ключевые слова: Центральный Банк, Государство, деньги, денежно-кредитная политика, денежно-кредитное регулирование, инструменты денежно-кредитного регулирования
Monetary and credit regulation of Russia at the present stage

This article considers the process of monetary regulation in Russia, compares the process of regulation of previous years and at the present stage. Also, the work examines the instruments of impact on monetary regulation.

Keywords: Central Bank, State, Money, Monetary Policy, Monetary Regulation, Instruments of Monetary Regulation

Центральный Банк России проводит денежно-кредитную политику, которая является неотъемлемой частью экономической политики государства. В денежно-кредитную политику входит денежно-кредитное регулирование, которая включает в себя разработку мероприятий, цель которых заключается в изменении в обращении объема денежной массы, а также изменение уровня процентных ставок, объема кредитов, рынка ссудных капиталов, стоимость национальной денежной единицы, и других критериев валютного рынка.

Основная задача проведения этой политики заключается в регулирование объема предложений денежных средств и сохранение покупательской способности государственной денежной единицы на оптимальном уровне. К примеру, при производственном спаде увеличение количества денег приводит к росту дохода, а при инфляции их сокращение стабилизирует обстановку в стране.

Государство разрабатывает денежно-кредитную политику вместе с разработкой главных направлений в развитии экономики. Разработанная политика предусматривает стратегические цели и определяет главные задачи на конкретный период времени. Эти мероприятия направлены на регулирование материальных потоков, на контролирование динамики курсов, и так же на адаптацию пропорций между платежными системами и банковским сектором. Сложность разработки состоит в том, что достижение желаемых результатов по одним параметрам, может вызвать ухудшение по другим. Так, например, стимулирование инвестиций, как и рост деловой активности за счет увеличения денежного предложения усиливает инфляцию. Создание нормативно-законодательной базы, развитие международных отношений, стимулирование рынка ценных бумаг — всё это так же предусматривает процесс денежно-кредитного регулирования. Поэтому Центральный Банк, разрабатывая денежно-кредитную политику, должен действовать последовательно в зависимости от состояния экономики в настоящее время.

Рассмотрим инструменты денежно-кредитного регулирования государства. Их можно разделить по ряду особенностей, в зависимости:

— от объекта, на который в дальнейшем будет оказываться воздействие, это может быть, например, как спрос на деньги или предложение денег.

— от пути определения параметров регулирования. Они могут быть качественные, как например, цена кредита или количественные — лимиты кредитования для коммерческих финансовых институтов.

— от длительности воздействия на объект. Воздействие может быть краткосрочным или долгосрочным.

— от числа объектов воздействия определяется общий или селективный характер инструментов.

— от формы воздействия инструмента, воздействие может быть как прямым, так и косвенным.

Правительство России в 2014 году привело в действие все возможные инструменты денежно-кредитного регулирования Центрального Банка, для того чтобы удержать падение рубля. Огромное значение отдавалось вопросам и операциям на открытом рынке. Например, массовые продажи национальной валюты, как думалось, должны были увеличить спрос на рынке и спровоцировать падение котировок. Однако, правительство, потратив около 3 миллиардов рублей, не изменило курс валюты, он продолжил свое падение, и было принято решение отпустить рубль в «свободное плавание» с целью сохранить золотовалютные резервы страны. Понятно, что эмиссия является мощным инструментом кредитно-денежной политики, но и она сегодня уже не действует. Получается, что роль Центрального Банка в стабилизации ситуации минимальная, а формирование стоимости валюты происходит естественным спросом и предложением.

В 2016 году Центральному Банку был представлен документ, в котором были прописаны его полномочия в области регулирования финансовых процессов, возникающих на финансовом рынке в период 2016–2018 года.

По сути, этот финансовый документ являлся прямым руководством к действиям, которые должны были помочь предотвратить сложную экономическую ситуацию, сложившуюся уже на сегодняшний момент. Описанные в документе полномочия ЦБ РФ по факту не принесли желаемых результатов, и теория, к сожалению, не перешла в практику.

Банк России на данный момент следует политике постепенного и планомерного увеличения учетной ставки. Начиная с 19 сентября 2016 года, и по 27 марта 2017 размер учетной ставки составлял 10 %. Банк России принял решение снизить учетную ставку до 9,75% годовых с 27 марта 2017 года. Тут же хочется добавить, что изначально правительство планировало сократить размер ставки до минимума. Однако в связи с бурным развитием экономических событий в мире, правительство внесло существенные коррективы в планы.

На период 2016–2017 года был составлен план, в соответствии с которым ЦБ РФ будет продолжать реализовывать мероприятия для увеличения потенциала рефинансирования в пределах операций РЕПО в иностранной валюте в целях обеспечения банков иностранной валютой для погашения внешних кредитов российскими компаниями. В дальнейшей перспективе имеется расширение Ломбардного списка за счет пополнения в него новых ценных бумаг, соответствующих установленным требованиям. В качестве одной из главных целей Центральный Банк ставит активное развитие и увеличение емкости финансового рынка. В частности Банк России будет содействовать активной поддержке процветанию механизмов секьюритизации т. е. это выпуск банком ценных бумаг, обеспеченных активами, данный процесс возможен только при условии активного участия в этом процессе кредитных организаций.

Продолжатся проведения операций рефинансирования на срок свыше 1-ого месяца. Процесс рефинансирования представляет собой получение новой целевой ссуды на уплату уже существующей кредитной задолженности. Это позволит потребителю полностью досрочно закрыть один или несколько действующих невыгодных займов. Залогом по ним будут выступать нерыночные активы, поручитель-

ства и золото. Это даст возможность управлять задолженностями, сохраняя их на уровне при котором Банк России максимально эффективно будет управлять ставками денежного рынка. Кроме того, проведение операций рефинансирования на сроки свыше одного месяца снизит воздействие структурного дефицита ликвидности на срочность пассивов кредитных организаций.

Актуальными останутся ежемесячные аукционы. На них будет предоставляться право по предоставлению кредитов на срок три месяца при плавающей процентной ставке, привязанной к ключевой. Система инструментов денежно-кредитной политики уже в ближайшей перспективе будет дополнена операциями своп с золотом на один и семь дней на аукционной основе, и на срок одного дня и по фиксированной ставке.

Подводя итог, мы видим, что инструменты денежно-кредитного регулирования Центрального Банка разделяют по ряду особенностей. Важное значение играет методы воздействия банка, они могут быть прямыми или косвенными.

Прямые — это воздействия способные повлиять на операционные показатели. Это и объем операций по кредитованию, и объем маржи, и лимиты процентных ставок. Эти методы используются для урегулирования работы банковской системы. Если, например, в стране слабо развит финансовый рынок или образовался кризис на рынке кредитов, необходимо использовать прямое воздействие на проблему, это будет максимально эффективно. Неправильное применение прямого воздействия может простимулировать не только отток денежных средств из государства, но и он может привести к активизации теневой экономики.

Косвенные инструменты воздействия используются для изменения параметров валютного рынка. Они оказывают влияние на резервный баланс Банка России, на его процентные ставки, на денежно-кредитные отношения в рамках государства.

Правильная денежно-кредитная политика Центрального Банка РФ выступает ключевым звеном в реализации данных мер и обязана способствовать скорейшему и целенаправленному развитию отраслей экономики.

Литература:

1. Основные направления государственной денежно-кредитной политики на 2015 год и период 2016 и 2017 годов. Проект ЦБ РФ / Москва., 2014.
2. Пагубное влияние НДС на экономику Российской Федерации / Козырева Е. И., Наумкина Т. В. // Научно-практический журнал «Экономика, социология и право». 2016. № 4–1. с. 55–57.
3. Есаулко Е. Д. Денежно-кредитное регулирование на современном этапе [Электронный ресурс] / Е. Д. Есаулко, Т. Г. Гурнович // Приоритетные направления развития современной экономической науки. [Электронный ресурс] — URL: https://interactive-plus.ru/ru/article/79738/discussion_platform
4. Политика Центрального Банка — взгляд и оценка ПБО [Электронный ресурс]. — URL: <https://nstarikov.ru/blog/65472>
5. Финансовая политика как составляющая экономики [Электронный ресурс]. — URL: http://www.syl.ru/article/178961/new_instrumentyi-denejno-kreditnoy-politiki-instrumentyi-denejno-kreditnoy-politiki-tsb-ri

Применение аналитического подхода к исследованию предмета бухгалтерской экспертизы

Нгуен Ван Хай, магистрант;
Васильева Марина Владимировна, кандидат экономических наук., доцент,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

В статье рассматривается применение принципа аналитического подхода к выявлению правонарушений в подсистеме экономической информации, формируемой экономическими субъектами.

Ключевые слова: аналитический подход, бухгалтерская экспертиза, аналитический учет, внутренние связи, внешние связи, проверка правовой обоснованности

Признаки состава правонарушений возникают из сведений, внесенных или невнесенных в документы первичного, текущего или сводного учета. Сформированные блоки документации имеют юридическое значение как для возникновения прав и исполнения обязательств, так и взаимных текущих расчетов между контрагентами. [3] Следовательно, каждый факт хозяйственной жизни (далее - ФХЖ), привлекая к себе внимание эксперта, необходимо исследовать более тщательно с учетом методологических принципов исследования документов, одним из которых и является аналитический подход.

Основой применения аналитического подхода к содержанию ФХЖ как предмету бухгалтерской экспертизы является организация синтетического и аналитического учета в экономическом субъекте, документационное обеспечение учетного процесса, наличие учетной политики и других внутренних регламентов, соответствующие положения, инструкции и нормативные акты. [3]

Аналитический подход к содержанию ФХЖ, являющегося предметом бухгалтерской экспертизы, предполагает знание их экономической сущности и особенностей производственного процесса. Анализ исследуемой хозяйственной ситуации позволяет эксперту-бухгалтеру выбрать необходимые методы исследования. Поскольку выбор методов опирается на профессионализм эксперта, его практический опыт, применяемую методику и соблюдение процессуального порядка, то могут быть применены только методы документального контроля, включающие: логическую проверку; арифметическую проверку; нормативную проверку; балансовую увязку состояния активов и обязательств, статей финансовой отчетности; сопоставление записей на счетах бухгалтерского учета и в учетных регистрах; прослеживание отдельного ФХЖ по всем учетным документам, анализ движения активов [2]. Но поскольку предметом исследования с применением аналитического подхода являются данные бухгалтерского учета в разрезе аналитических данных, то для подготовки обоснованного заключения эксперта могут быть применены в случае необходимости инвентаризация, пересчет, встречная проверка, являющиеся методами фактического контроля. [1]

На практике анализ экономической сущности ФХЖ проводится на основе практического опыта и професси-

ональных познаний эксперта-бухгалтера. В ряде случаев требуются проведение более углубленного исследования и анализа представленных объектов экспертизы, раскрывающих содержание хозяйственной ситуации.

Включение при проведении бухгалтерской экспертизы специалиста иного профиля делает ее комплексной. Это может привести к определенным изменениям в выводах такой экспертизы. Наряду с установлением несоответствий и расхождений между объектами, переданными на разрешение бухгалтерской экспертизы, и фактическими записями, отраженными на счетах и в регистрах бухгалтерского учета, могут применяться различные экономические расчеты и выкладки, опирающиеся на соответствующую нормативную базу.

Считаем необходимым отметить, что в практической деятельности встречаются такие нарушения, которые сочетают в себе целый комплекс противоправных действий, совершенных отдельными лицами. Квалификация установленных противоправных действий не входит в компетенцию эксперта-бухгалтера, однако он должен обратить на них внимание в процессе проведения бухгалтерской экспертизы. Кроме того, условия осуществления текущей, финансовой и инвестиционной деятельности многих организаций настолько усложнились и так разнообразны, что одних средств бухгалтерского учета оказывается недостаточно для определения противоправных действий лиц, совершающих или контролирующих факты хозяйственной жизни.

Изложенное выше позволяет констатировать, что аналитическая оценка хозяйственной ситуации позволяет четко определить предмет и метод проведения экспертизы, дать заключение в рамках тех полномочий, которые предоставлены эксперту-бухгалтеру законом.

Принцип аналитического подхода к ФХЖ как предмету бухгалтерской экспертизы предполагает исследование его внутренних и внешних связей, определяемых уставной деятельностью и определяющих документооборот экономического субъекта.

Внутренние связи исследуются в рамках одного экономического субъекта и не связаны с учетом расчетов с внешними контрагентами. Такие ФХЖ редко выходят за границы экономического субъекта, их легче вуалиро-

вать, не отражать в бухгалтерском учете и финансовой отчетности, а потому труднее раскрыть и проанализировать. Методология бухгалтерской экспертизы внутренних связей основана на знании правил их отражения в бухгалтерском учете. Дополнением к бухгалтерской экспертизе может стать заключение другого специалиста, содержание которого определяется конкретным ФХЖ с учетом отраслевой специфики [1]

Внешние связи исследуемых ФХЖ не замыкаются рамками экономического субъекта. Осуществляемые ФХЖ по отгрузке, продаже, расчетов с бюджетом и другими контрагентами должны найти отражение в документах не только банка, но и покупателя, налоговых органов и других лиц. Исследование в этом случае заключается в том, чтобы, во-первых, установить сам факт такого рода связей; во-вторых, определить их экономические результаты. Методически эта задача решается путем организации заказчиком экспертизы встречных проверок с использованием информации всех контрагентов. Результаты сравнений внешних ФХЖ позволяют выявить соразмерность или несоответствие, соответствие или несоответствие другим аналогичным фактам хозяйственной жизни. [1]

Основанием применения аналитического подхода к содержанию ФХЖ являются правовые условия осуществления обычной и прочей деятельности организаций, определяемые законодательством и внутренними регламентами.

На наш взгляд, проверка правовой обоснованности (нормативной проверки) исследуемого ФХЖ должна проводиться по следующему алгоритму:

- определяется круг лиц, ответственных за проведение ФХЖ, его отражение в документации, на счетах бухгалтерского учета и в отчетности;

- определяются должностные обязанности лиц применительно к ФХЖ, отраженному в документации, на счетах бухгалтерского учета и в учетных регистрах;

- фиксируется перечень требуемой и фактически имеющейся нормативной документации (внутренние регламенты), применение которой исследуемый ФХЖ определяет законным или незаконным;

- анализируется правомерность исследуемого ФХЖ по трем предыдущим пунктам с учетом его экономической целесообразности.

В круг лиц, ответственных за проведение ФХЖ, входят: распорядители кредитов; руководители организаций и их заместители; материально-ответственные лица; лица, которые осуществляют сам ФХЖ и его документальное оформление; лица, на которых возложены функции контроля правильности проведения и оформления ФХЖ.

Должностные обязанности этих лиц должны быть дифференцированы по полномочиям и видам ФХЖ, утвержденные руководителями соответствующих структурных подразделений.

При формировании перечня требуемой документации осуществляется:

- проверка фактически имеющихся документов;
- фиксируется отсутствие требуемых и избыток фактических документов;
- проверяются подписи должностных лиц, их полномочия;
- устанавливаются правонарушения содержания и оформления учетных документов, которые должны быть отражены в заключении эксперта-бухгалтера.

Констатация такого рода правонарушений в области экономики является необходимой, но не достаточной. Необходимо определять экономический результат (материальный ущерб) выявленных фактов нарушений. Поскольку такие нарушения и отклонения осуществляются в подсистеме бухгалтерского учета, то они находят отражение в конкретных учетных документах, бухгалтерских записях и финансовой отчетности.

Решающим этапом бухгалтерской экспертизы с применением аналитического подхода является проверка правильности документального и бухгалтерского отражения ФХЖ в системе экономической информации. Результатом такой проверки являются конкретные доказательства о наличии или отсутствии правонарушений в области экономики по рассматриваемому делу. Так, исследование позволяет решить вопрос о степени адекватности бухгалтерских записей (проводок) и документального оформления экономической сущности и правовой обоснованности осуществленных ФХЖ. Следовательно, нарушения в учете можно рассматривать как нарушение экономической сути и правовой обоснованности ФХЖ.

Применение аналитического подхода позволит выявить правонарушения в области экономики двух видов в случае преднамеренности их осуществления:

- 1) непосредственное присвоение денежных или материальных активов. Например, материально-ответственное лицо (кассир, заведующий складом) вступив в преступный сговор с бухгалтером, может присвоить часть денежных средств или материальных активов);

- 2) опосредованное присвоение денежных или материальных ресурсов. Например, бухгалтер, по заданию менеджера незаконно завышает (или занижает) себестоимость продукции, выполненных работ или оказанных услуг, за что может получить определенную сумму вознаграждения.

В результате преднамеренных действий экономическому субъекту или государству наносится прямой и непосредственный ущерб. При установлении преднамеренности правонарушений в области экономики бухгалтерская экспертиза должна определить место возникновения ущерба, круг лиц, допустивших его, характер допущенных в учете и отчетности нарушений.

Определить время образования и место возникновения ущерба помогают счета аналитического учета, учетные документы материально-ответственных лиц, акты сверок расчетов с контрагентами, отчетность экономического субъекта и другие объекты бухгалтерской экспертизы. Точность, последовательность и завершенность аналити-

ческого и синтетического бухгалтерского учета основываются на четких взаимосвязях указанных носителей информации, искажение которых является одним из основных признаков правовых нарушений в осуществлении ФХЖ.

При проведении бухгалтерской экспертизы должны быть учтены отраслевые особенности организаций, по-

скольку они оказывают влияние на организацию документооборота, систему регистров и порядок отражения в них ФХЖ. Эксперт обязан установить обоснованность и правомерность отклонений действующей системы бухгалтерского учета от общепринятого стандарта. Это требование весьма актуально в условиях автоматизации учета.

Литература:

1. Кеворкова, Ж.А., Савин А.А. Судебно-бухгалтерская экспертиза: учеб. пособие [Текст]/Ж.А. Кеворкова, А.А. Савин. — М.:Вузовский учебник. 2005.
2. Кеворкова, Ж.А., Бахолдина И.В. Судебно-экономическая экспертиза. Практикум: учеб. пособие [Текст]/Ж.А. Кеворкова, И.В. Бахолдина. -2-е изд., перераб. и доп. -М.:ЮНИТИ-ДАНА. 2015
3. Сапожникова, Н.Г. Бухгалтерский учет: учебник/ Н.Г. Сапожникова. -8-е изд., стер. -М.:КНОРУС. 2016

Влияние финансового поведения населения на рынок розничного кредитования

Панова Анастасия Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

Финансовое поведение населения, проявляющееся через осуществление действий домохозяйствами по мобилизации, перераспределению и инвестированию финансовых активов, влияет на экономику страны, формируя часть банковских ресурсов страны, потребительский спрос и спрос на кредитный продукт. Розничное кредитование является составной частью финансовых стратегий, смена стратегий поведения влечет за собой изменения на рынке розничного кредитования, делая исследования в сфере влияния выбора финансовых стратегий населением на рынок розничного кредитования актуальными. Финансовые стратегии населения включают: потребительскую, страховую, инвестиционную и сберегательную стратегии [9, С. 376]. Каждая из перечисленных стратегий реализуется населением, но активное кредитование физических лиц возможно только при выборе домохозяйствами потребительской и инвестиционной стратегий, косвенное влияние может оказывать и сберегательная стратегия.

Потребительская стратегия, для которой характерны — быстрые траты полученных сумм на покупку предметов домашнего обихода, путешествие, развлечения, т. е. реализация расходов на удовлетворение потребностей второго ряда, приводит к росту розничного кредитования. Инвестиционная стратегия, дающая возможность вложить полученные денежные средства в собственное дело, покупку ценных бумаг, открытие депозита, использовать эти средства на повышение квалификации или на смену профессии, также способствует оживлению на кредитном рынке. При сберегательной стратегии принимается решение сохранить полученную сумму в качестве первоначального капитала для накопления на покупку жилья или дорогостоящих товаров, она положительно влияет, прежде всего, на розничный депозитный рынок. Рост депозитного

рынка способствует увеличению ресурсной базы коммерческих банков, что создает дополнительные возможности для кредитного рынка страны, формируя кредитное предложение, но для развития розничного кредитного рынка необходим спрос со стороны домохозяйств.

Существуют определенные закономерности в финансовом поведении населения, реализуемые по фазам экономического цикла [4, с. 97]. Домохозяйства в период кризиса подстраивают финансовое поведение, касающееся сбережений и заимствований, с учетом резко увеличившейся неопределенности в сфере занятости и доходов. В подобной ситуации население выбирает стратегию роста сбережений, снижая спрос на товары длительного пользования, и сокращает траты на культуру, туризм [1, с. 132]. В начале кризиса происходит осознание совершающихся событий и снижение розничного кредитования; в период ухудшения общей экономической ситуации, сопровождающийся дальнейшим спадом производства, наблюдается уменьшение потребления и рост сбережений, кредитный продукт населением по-прежнему не востребован. В момент, когда экономика проходит в цикле фазу максимального спада, финансовая активность домохозяйств падает, потребление, сокращавшееся значительно в предыдущем периоде, остается стабильно низким [10, с. 268]. Начало выхода из кризиса сопровождается ростом потребления, причиной тому служит, прежде всего, возрастание доходов, но немалую роль играют увеличение различных форм государственной поддержки и рост розничного кредитования в стране [5, с. 187].

Одним из основных показателей финансовых стратегий домохозяйств является индекс потребительской уверенности, характеризующий степень оптимизма касающегося состояния экономики, которую население выражает через

потребление и сбережение. Динамика индекса потребительской уверенности, представленная на Рисунке 1, в РФ с конца 2008 г. постоянно отрицательна, в первом квартале 2015 г. он принял минимальное значение, за последние шесть лет. Затем за III кв. 2016 г. показал максимальное значение за период с III кв. 2014 г., а по сравнению со II

кв. 2016 г. повысился на 7% и составил (-19%). В IV кв. 2016 г. по сравнению с III кв. 2016 г. индекс повысился на 1 п. п. и составил (-18%). Можно делать вывод о начале смены длительно сохранявшейся сберегательной стратегии финансового поведения на стратегию потребления и инвестиционную стратегию.



Рис. 1. Динамика индекса потребительской уверенности населения за 2007–2016гг. [12]

Рассмотрим динамику розничного кредитования в России, представленную на Рисунке 2. До 2014 г. она была положительной, но нестабильной. Влияние мирового финансового кризиса 2008 г. нашло свое отражение в снижении темпов роста потребительских кредитов россиян. В 2009 г. объемы кредитования физических лиц сократились, а темп прироста банковского сектора в этом сегменте уменьшился на 11%. Затем ситуация улучшается, в посткризисный период 2010 г., россияне стали постепенно воз-

вращаться к кредитной модели потребления. По состоянию на начало 2012 г. общий объем кредитов физическим лицам составил более 5,5 трлн. руб., темп прироста вырос до 35,9%. К началу 2013 г. сумма кредитов населению увеличилась до 7,7 трлн. руб., темп прироста составил 39,4%. К концу 2014 г., объем выданных кредитов физическим лицам достиг максимального значения за рассматриваемый период и составил 11,3 трлн. руб. [8]. К 2016 г. объем потребительского кредитования составил 6034,6 млрд. руб.

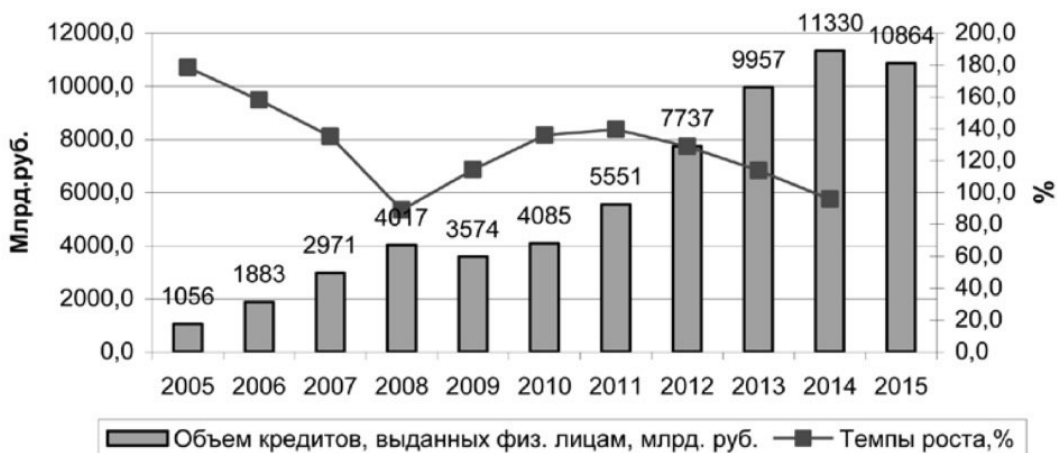


Рис. 2. Динамика объемов и темпов роста потребительского кредитования, млрд. руб. [6]

Рост объема кредитования физических лиц, наметился в августе 2016 г., и продолжился в дальнейшем, это явление может говорить о начинающейся смене финансовой стратегии населения, что, в свою очередь, свидетельствует о переходе к периоду восстановления экономики. Совокупный объем кредитов, выданных населению, в ценах начала 2012 г. в начале сентября 2016 г. достиг 7223,2 млрд. рублей, что на 0,6% выше августовских значений [2, с. 368; 3, с. 65]. В номинальном выражении общий объем кредитования физических лиц на начало сентября 2016 г. составил 10694,0 млрд. рублей, общий объем задолженности — 10661,2 млрд. рублей. Затем до ноября 2016 г. объем кредитования сократился до 10573,5 млрд. руб., после чего можно наблюдать рост потребительского кредитования до 106780,2 млрд. руб. по состоянию за февраль 2017 г. [6].

Особая роль на розничном кредитном рынке принадлежит ипотечному кредитованию. По итогам 2016 года объем рынка ипотечного кредитования РФ составил 1,475 триллиона рублей, что на 27% выше показателей предыдущего года. Основной тенденцией рынка жилищного кредитования в 2016 году было снижение процентных ставок. Таким образом, ставки выдачи по ипотечным кредитам в конце 2016 года составили 12–12,5%, а в среднем за год — около 12,6% по сравнению с 13,35% в 2015 году. Ожидается, что по итогам 2017 года объемы ипотечного кредитования составят 1,8 трлн. рублей [11, с. 139].

Поскольку кредитный рынок является сложной системой, он представляет собой классическую совокупность элементов [7, с. 2503], состоящую из регулятора, коммерческих банков и потребителя кредитного продукта. Банк России, как регулятор, снижая ключевую ставку, воздействует на удешевление розничного кредитования [8]. Коммерческие банки снижают жесткость ряда неценовых условий кредитования населения, отмечают повышение максимального размера кредита по многим программам кредитования, упрощение процедуры подачи заявления на кредит заемщикам с положительной кредитной историей, смягчение требований к оценке платежеспособности заемщиков. Население, как мы убедились, влияет на розничный кредитный рынок через реализацию финансовой стратегии поведения.

Подводя итоги, можно сделать вывод о том, что динамика финансового поведения, наряду с действиями регулятора, определяет динамику розничного кредитования. По данным, характеризующим финансовое поведение населения, можно утверждать, что начиная с октября 2016 г. население относится к ситуации в стране более оптимистично и меняет стратегию сбережения на стратегии потребления и инвестирования, о чем свидетельствует динамика индекса потребительской уверенности населения. Выбор таких стратегий финансового поведения населением позволяет делать вывод о росте розничного кредитного рынка в стране.

Литература:

1. Аналитическое исследование процессов импортозамещения в экономике России: теория и практика. Коллективная монография / ЧОУВО «Национальный открытый институт г. Санкт-Петербург»; под научн. Ред. Моккина В.Н., Переверзевой Т.А. — СПб.: Изд. во ООО «ИКЦ», 2016. 178 с.
2. Дибирасулаева, Ш. З., Панова А.Ю. Влияние потребительского кредитования на розничную торговлю в РФ / Ш. З. Дибирасулаева, А.Ю. Панова // Неделя науки СПбПУ: материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. Ч. 3. — СПб.: Изд-во Политехн. ун-та. — 2016. — с. 367–369.
3. Дробышева, А. С., Никитина Ю. М., Панова А. Ю. Услуги физическим лицам на банковском рынке в условиях кризиса. «Образование, экономика, общество» № 5–6 (51–52), 2015. СПб: НЧОУ ВПО НОИР. С 63–66.
4. Елисеева, Ю. А., Засенко В. Е., Потапова И. И. Финансовое право. Учебное пособие // Изд-во ГУМРФ им. адм. С. О. Макарова — СПб, 2015 г.—115 с.
5. Засенко, В. Е., Мокин В. Н., Переверзева Т. А., Степанова Т. В. Системно-институциональное исследование процессов развития торговли. Коллективная монография / Санкт-Петербург, 2010. 293 с.
6. Мир процентов. [Электронный ресурс] // Динамика изменения объема рынка кредитования физических лиц. URL: <http://mir-procentov.ru/potrebitelskie-kredity/> (дата обращения: 11.04.2017).
7. Никоноров, В. М. Системы: сущность и свойства. Российское предпринимательство. 2015. Т. 16. № 16. с. 2499–2508.
8. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации [Электронный ресурс] URL: <http://www.cbr.ru/> (дата обращения 10.04.2017).
9. Панова, А. Ю. Влияние финансовых стратегий населения на розничную торговлю / А. Ю. Панова // Неделя науки СПбПУ: материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. Ч. 3. — СПб.: Изд-во Политехн. ун-та. — 2016. — с. 375–378.
10. Панова, А. Ю. Реализация финансовых стратегий населения / А. Ю. Панова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2017. № 2 (63). — с. 261–270.
11. Панова, А. Ю. Управление инструментами государственной поддержки системы ипотечного кредитования. «Наука Красноярья» № 6 (39), Красноярск, 2016. с. 137–153.

12. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] // Потребительские ожидания в России в IV квартале 2016 года. — URL: http://www.gks.ru/bgd/free/b04_03/Isswww.exe/Stg/d01/4.htm (дата обращения: 10.04.2017).

Выявление проблемных областей маркетинговой деятельности предприятия

Перловская Диана Сергеевна, магистрант
Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского

В данной статье рассмотрена низкая эффективность маркетинговой деятельности или ее отсутствие как одна из причин снижения экономической эффективности предприятий. Выделены проблемные области маркетинговой деятельности предприятий сферы малого бизнеса (индивидуальных предпринимателей). Предложены направления решения выявленных проблем.

Ключевые слова: маркетинг, принципы маркетинга, маркетинговая деятельность предприятия, сфера малого бизнеса, индивидуальный предприниматель

Identification of problem areas in marketing of the company

This article describes the low efficiency of the marketing activity or the lack of it as one of the reasons for the decline in economic efficiency of enterprises. The problem areas of the marketing activity of the enterprises of small business (individual entrepreneurs) were selected. Directions for the solution of identified problems were proposed.

Key words: marketing, principles of marketing, marketing activity of the enterprise, small business, individual entrepreneur

Происходящие в настоящее время в экономике и обществе изменения предъявляют повышенные требования к способности предприятий адаптироваться к изменяющимся условиям рынка. В связи с этим, в условиях динамично изменяющейся среды, усиления конкуренции возрастает потребность в маркетинге. Маркетинг используется предприятиями как инструмент увеличения доли рынка и максимально полного удовлетворения потребностей клиентов [1]. В учебной и научной литературе отсутствует единое определение маркетинга, однако в целом можно утверждать, что маркетинг представляет собой особую отрасль экономической науки, занимающуюся изучением и решением проблем рационализации производства (продаж) товаров и услуг путем разработки и применения соответствующего инструментария. Иными словами, целью маркетинга является создание условий для наибольшей адаптации производства к требованиям рынка, производства именно того, что нужно покупателям.

Для эффективного развития и функционирования любого предприятия необходимо иметь четкое представление о том, что представляет из себя маркетинг и каким образом использовать его технологии. Разработка и принятие эффективных планово-управленческих решений на принципах маркетинга создают предпосылки для увеличения доли рынка, расширения стратегической зоны рыночного присутствия, обеспечения высокого

уровня конкурентоспособности, выбора целевого сегмента, управления жизненным циклом товара, адаптации цен к рыночным изменениям и т. п. Применение принципов маркетинга должно являться основой для принятия управленческих решений в любой сфере: производственной, финансовой, сбытовой [2–4]. Именно маркетинг обеспечивает предприятию необходимый сбыт производимой продукции, от эффективности маркетинговой деятельности напрямую зависит эффективность работы всего предприятия. Вместе с тем, маркетинг в деятельности многих отечественных предприятий до сих пор является наиболее слабым местом. Как указывает Н. Г. Новикова, в основе проблем, возникающих в процессе интеграции маркетинга в деятельность организаций лежат следующие причины [5]:

- 1) непонимание сущности маркетинга большинством компаний;
- 2) больший, чем в других науках, разрыв между теорией и практикой маркетинга;
- 3) слабая интеграция маркетинга в менеджмент организаций предприятий.

Неэффективная маркетинговая стратегия предприятия или отсутствие маркетинговой системы как таковой в его деятельности приводят к тому, что остаются невостребованными гибкость и ресурсные возможности различных подсистем предприятия, что, в свою очередь, снижает экономическую эффективность деятельности предприятия

в целом. Особенно распространена ситуация пренебрежения принципами маркетинга в сфере малого бизнеса и, особенно, индивидуального предпринимательства. Для индивидуальных предпринимателей, как субъектов рынка, характерна особая специфика, характеризующаяся следующими признаками:

— совмещение мелкого производства и оптово-розничной торговли»

— «стихийная» организация управленческих, сбытовых, аналитических процессов, отсутствие четкой организационной структуры», малочисленный штат;

— низкий уровень не только внешних, но внутренних маркетинговых коммуникаций;

— основной контингент потребителей — «случайные» покупатели;

— низкий уровень прикладных знаний о маркетинге у лиц, принимающих решения (ЛПР);

— скептическое отношение к маркетингу со стороны ЛПР.

В данной ситуации актуальным становится вопрос, касающийся конкретизации проблемных областей маркетинговой деятельности предприятий, относящихся к сфере малого бизнеса.

Непонимание роли маркетинга и, как следствие, единичное использование маркетинговых инструментов, в условиях постоянно изменяющегося рынка приводит к спаду экономической эффективности предприятия в целом, что для торговой организации в первую очередь выражается в снижении показателя продаж (выручки). Таким образом, суть исследовательской гипотезы сводится к предположению о том, что для предприятий, у которых отмечается спад продаж, характерен низкий уровень эффективности маркетинговой деятельности.

В качестве объекта исследования был выбран Торговый Дом «Текстиль-центр». Предметом исследования является маркетинговая деятельность данного предприятия.

Цель исследования: определить состояние и уровень эффективности маркетинга в ТД «Текстиль-центр».

Задачи:

1. Выявить присутствие в системе маркетинга ТД «Текстиль-центр» таких элементов маркетинга, как: маркетинговые исследования, сегментирование рынка и позиционирование товара, организация и планирование маркетинга, маркетинговые коммуникации, сбыт.

2. Определить эффективность маркетинга в ТД «Текстиль-центр» в целом.

В качестве инструментов исследования нами использовались:

1) традиционное структурированное интервью, направленное на изучение особенностей маркетинговой деятельности предприятия, содержащее следующий список вопросов:

1. Имеется ли на вашем предприятии отдел маркетинга, должность маркетолога или иной специалист, исполняющий по совместительству соответствующие функции?

2. Осуществляется ли на вашем предприятии планирование и анализ сбыта?

3. Применяете ли вы такой инструмент маркетинга, как реклама?

4. Имеется ли база постоянных клиентов, как она нарабатывается?

5. По какому принципу формируется цена товара?

6. Как формируется товарный ассортимент?

7. Проводятся ли на вашем предприятии маркетинговые исследования (изучение рынка, конкурентов, потребителей), если да, то какие?

2) анкета «Эффективность вашего маркетинга» Г.А. Яшевой [6], позволяющая определить уровень маркетинга предприятия (низкий — 0–4 балла, неэффективный — 5–9 баллов, удовлетворительный — 10–14 баллов, хороший — 15–19 баллов, очень хороший — 20–25 баллов, эффективный — 26–30 баллов).

Интервью предназначено для всех сотрудников ТД «Текстиль-центр», анкета — для руководства.

Торговый дом «Текстиль-центр», является динамично развивающимся предприятием оптово-розничной торговли текстильными и галантерейными изделиями. Однако в деятельности предприятия наблюдаются проблемы, в частности, объем продаж в 2015 г. снизился по сравнению с 2014 г. на 36,28%. По нашему предположению, спад экономической эффективности предприятия обусловлен недостатком интеграции элементов комплекса маркетинга в его деятельность. Основная проблема интеграции маркетинга в деятельность данного предприятия, на наш взгляд, связана с тем, что с позиции руководства ТД «Текстиль-центр», маркетинг — некое размытое понятие, инвестиции в которое — лишняя трата ресурсов, не несущая результативности.

В процессе исследования установлено, что системный подход к решению маркетинговых задач на предприятии отсутствует, не предусмотрена должность маркетолога. Маркетинг ограничивается в основном сбытом, при этом планирование и анализ сбыта не осуществляются. Из бесед с персоналом становится ясно, что главная задача — «работать не в убыток». Реклама развита слабо, привлечение оптовых клиентов осуществляется в основном за счет того, что менеджеры выезжают в торговые точки с каталогами товаров и предлагают сотрудничество. Ценообразование происходит в основном с учетом двух принципов:

1) цена товара должна быть не ниже затрат на производство / приобретение товара;

2) цена должна быть ниже, чем у конкурентов.

Такая политика ценообразования с одной стороны привлекает потребителей дешевизной товаров (цены ниже среднерыночных), с другой стороны — существенно уменьшает потенциальную прибыль предприятия. Предусмотрена возможность предоставления скидки оптовым и розничным покупателям, однако какой-либо системы скидок при этом не обнаруживается. Каждый продавец сам на свое усмотрение может решить, когда и в каком объеме

предоставить скидку. Единственное ограничение — не опускать цену ниже себестоимости товара.

Маркетинговые исследования на предприятии сводятся в основном к анализу прайс-листов конкурентов, изучение потребностей покупателей не проводится. Товарный ассортимент формируется по принципу «продаем то же, что и все остальные», эффективность продаж отдельных товарных групп не изучается. Ассортимент обновляется в основном за счет товаров-новинок (например, новые серии постельного белья). Существует проблема залежалого товара, доля которого (по мнению сотрудников) составляет до 40% от имеющегося объема товарных запасов.

Анкета «Эффективность вашего маркетинга» была предложена трем респондентам, которыми являлись директор, заместитель директора и бухгалтер. Их ответы на вопросы анкеты представлены в таблице 1.

Таблица 1. Результаты анкетирования

Респондент	Балл
Директор	9
Заместитель директора	7
Бухгалтер	7
Средний балл	7,7

Таким образом, уровень маркетинга ТД «Текстиль центр» оценивается как неэффективный.

По итогам исследования, проведенного на базе ТД «Текстиль центр» можно сделать вывод о том, что наша гипотеза о том, что для предприятий, у которых отмечается спад продаж, характерен низкий уровень эффективности маркетинговой деятельности, подтвердилась.

Основная проблема предприятия заключается в отсутствии системного подхода к маркетинговой деятельности. Маркетинговая политика ТД «Текстиль Центр» не проработана, несмотря на заинтересованность руководства в расширении границ бизнеса, фактически пред-

приятие не развивается. Наблюдаются такие негативные тенденции, как падение объемов продаж. Решением данной проблемы, на наш взгляд, может являться внедрение маркетинговых принципов в деятельность предприятия. В частности, возможны следующие пути решения проблемы:

- разработка маркетинговой стратегии предприятия;
- регулярное проведение маркетинговых исследований потребителей, товара, рынка, конкурентов и т. д.
- планирование сбытовой деятельности на основе маркетинговых исследований и в соответствии с меняющимися требованиями рынка, освоение новых каналов сбыта, новых рынков;
- совершенствование ценовой политики предприятия (формирование цен с учетом затрат на производство/приобретение товаров, определение ценовой политики относительно цен конкурентов, учет покупательской способности и спроса на товары);
- развитие маркетинговых коммуникаций (освоение новых каналов рекламы, например, в сети Internet, разработка системы скидок для оптовых покупателей, предоставление дисконтных карт розничным клиентам, организация различных акций);
- совершенствование ассортимента (формирование ассортиментной матрицы на основе ABC-анализа и анализа предпочтений потребителей, реализация залежалого товара со скидкой, регулярное обновление ассортимента за счет актуальных новинок).

Кроме того, важно разработать механизм интеграции маркетинга в деятельность ТД «Текстиль-центр», предусматривающий преодоление барьера скептицизма по отношению к маркетингу у руководства, также желательно выделить должность маркетолога, который будет, помимо прочего, координировать сбыт (совмещение роли маркетинговой службы и отдела сбыта), т. е. обеспечивать внутренние коммуникации. Все это позволит повысить эффективность деятельности данного предприятия в целом.

Литература:

1. Перловская, Д.С. Соответствие организации потребительским предпочтениям и лояльность потребителя // Молодой ученый. — 2016. — № 25. — с. 342–346.
2. Ведерникова, А.А. Лекции по маркетингу / А.А. Ведерникова. — Воронеж: ВГУ, 2011. — 125 с.
3. Минко, И.С. Маркетинг Учебное пособие / И.С. Минко, А.А. Степанова. — СПб.: НИУ ИТМО; ИХиБТ, 2013. — 155 с.
4. Мирко, Н.В. Маркетинг как основа конкуренции на рынке товаров легкой промышленности / Н.В. Мирко // Вопросы структуризации экономики. — 2012. — № 2. — с. 77–79.
5. Новикова, Н.Г. Проблемы интеграции маркетинга в менеджмент организации / Н.Г. Новикова // Известия ИГЭА. — 2005. — № 3–4. — С. 58–61.
6. Яшева, Г.А. Эффективность маркетинга: методика, оценка и результат // Практический маркетинг. — 2003. — № 8. — с. 8–15.

Анализ тенденций и перспектив развития рынка слияний и поглощений за рубежом

Полевая Елена Владимировна, магистр
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

Процессы слияний и поглощений оказывают значительное влияние на развитие бизнеса. От умелой и продуманной политики их внедрения зависит дальнейшее развитие отраслей экономики, что особенно актуально в современных условиях.

Исследования последних лет показали, что не всегда сделки слияний и поглощений эффективны. Процесс слияний и поглощений эффективен в том случае, когда продуманы все его стадии. Каждый этап следует подвергнуть анализу и оценить его влияние на происходящие экономические процессы. Только при тщательно продуманной политике развития бизнеса может быть реализован ожидаемый результат.

Под слиянием принято понимать форму консолидации, при которой происходит объединение двух и более организаций при позитивном отношении друг к другу, с целью занять большую нишу на рынке и повысить свой рейтинг. Слияние организаций осуществляется с помощью обмена акциями, которые обращаются на рынке, или с помощью нового выпуска акций.

Под присоединением принято понимать процесс приобретения активов организации на определенных условиях. При этом может быть выкуплена либо часть активов организации, либо организация приобретает полностью.

Еще одной формой консолидации является поглощение организации, при котором одна организация приобретает другую. При этом приобретаемая организация перестает существовать.

Рассмотренные выше термины появились в трудах американских экономистов в конце 19 века, в начале 20 века европейские ученые, а вслед за ними и российские, стали уделять данному вопросу повышенное внимание в связи с ростом масштабов и интенсивности слияний. В результате теория предлагает множество определений слияний и поглощений организаций.

Например, Тимоти Кох и Скотт МакДональд считали, что слияние представляет собой объединение двух или нескольких фирм, которые участвуют в выпуске акций новой фирмы. Авторы пишут, что поглощение происходит тогда, когда одна компания приобретает акции другой [8].

Зви Боди и Роберт Мертон слияния и поглощения рассматривают как стратегические решения финансового менеджмента [1].

Н.Б. Рудык и Е.В. Семенкова [5] называют оплаченную сделку, по итогу которой права собственности переходят к корпорации. Чаще всего такая сделка сопровождается заменой менеджмента купленной корпорации, а также изменением ее производственной и финансовой политики. Слиянием, по мнению авторов, следует считать

дружеское поглощение, которое поддерживается менеджментом поглощаемой компании.

Слияние, по мнению Томаса Коупланда и Дж. Вестона [4], — это сделка, в результате которой из двух ранее существовавших субъектов экономики образуется один новый.

Дж.К. Ван Хорн считает, что слияние представляет собой объединение двух компаний, в результате которого одна из которых теряет свой бренд [2].

Слияние, по мнению Е.С. Косовой, М.А. Суториной [3], представляет собой процесс, который отражает различные формы комбинирования компания, с использованием переговоров.

Многие компании в современных условиях функционируют в условиях жесткой конкуренции, что заставляет их для сохранения своих позиций на рынке объединяться. Далее перейдем к изучению тенденций и перспектив развития мирового рынка слияний и поглощений. Эксперты говорят о том, что в 2016 году произошло увеличение количества сделок по слиянию и поглощению, но при этом в денежном выражении спад продолжился.

В качестве основного тренда 2016 года на рынке слияний и поглощений называется рост количества сделок в формате передачи активов по делам о банкротстве. При этом, как отмечают эксперты, данная тенденция должна сохраниться и в будущем.

Рост количества сделок сопровождается падением средней их стоимости. Это говорит о том, что крупные игроки в условиях экономической и финансовой нестабильности осторожничают, при этом основные объемы сделок приходится на средние компании. Так, средний размер сделки в 2013 г. составлял 400 млн. долл., в 2015 г. он сократился до 282 млн. долл., а в 2016 г. составил 200 млн. долл. Данная ситуация обусловлена тем, что рынок слияний и поглощений всегда реагирует на экономическую ситуацию в мире с определенным лагом.

Крупнейшими мировыми сделками M&A в 2016 году стали следующие:

1) Qualcomm & NXP Semiconductors. В конце октября 2016 года компания Qualcomm объявила о своем желании купить голландского производителя NXP Semiconductors. Данная покупка позволит Qualcomm обеспечить поддержку в тех отраслях, где ее позиции являются слабыми, а именно, производство чипов для беспилотных автомобилей, датчиков для производства беспилотных летательных аппаратов и др.

2) Sunoco Logistics & Energy Transfer Partners. В конце ноября данные компании договорились об объединении. Данное объединение позволит достичь годовой

экономии в размере 200 млн. долл. При этом деятельность объединенной компании будет более диверсифицированной, что позволит получить дополнительный доход.

3) British American Tobacco & Reynolds American. В настоящее время проходит переговоры об объединении данных двух компаний. Целью является усиление позиций на мировом табачном рынке.

4) Bayer & Monsanto. Немецкий гигант фармацевтической и химической промышленности Bayer предполагает покупку американской компании Monsanto, которая производит агрохимикаты. Объединенная компания сможет контролировать больше четверти мировых поставок зерна и пестицидов.

5) AT&T & Time Warner. Эти два гиганта на рынке телекоммуникаций после объединения смогут усилить свое влияние на потребителей через информационные и развлекательные передачи.

Следует отметить, что в лидеры рынка слияний и поглощений вышла отрасль связи, в то время как прежний

лидер — топливно-энергетический комплекс, вновь показал спад. В 2016 г. в сфере связи были заключены две сделки на общую стоимость 8,9 млрд. долл., в то время как в 2015 г. была заключена только одна сделка на общую сумму 765 млн. долл. Причем слияние итальянских телеком-операторов Wind (принадлежит VimpelCom Ltd) и 3 Italia (владелец — гонконгский холдинг CK Hutchison) стало крупнейшей сделкой в отрасли и одной из трех крупнейших на рынке вообще за последние пять лет.

Таким образом, для мирового рынка слияний и поглощений характерно увеличение количества сделок при снижении средней стоимости сделки, что связано с осторожностью крупных игроков. В условиях экономического и финансового кризиса рынок реагирует на изменения с определенным лагом. Следовательно, улучшение тенденций в мировой экономике будет способствовать росту рынка слияний и поглощений, в том числе и в России.

Литература:

1. Боди, З., Мертон Р. Финансы. Перевод с английского. — Киев: Вильямс, 2007
2. Ван Хорн Дж. Основы управления финансами. Перевод с английского. — М.: Финансы и статистика, 2005
3. Косова, Е. С., Сутормина М. А. Анализ мотивов и оценка эффективности стратегий слияний и поглощений // Прорывные научные исследования: проблемы, закономерности, перспективы. Сборник статей VI Международной научно-практической конференции. — 2017. — с. 113–116.
4. Коупленд, Т., Коллер Т., Муррин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление. — 2-е изд./ Перевод с английского — М.: Олимп-Бизнес, 2008
5. Рудык, Н. Б., Семенкова Е. В. Рынок корпоративного контроля: слияния, жесткие поглощения и выкупы долговым финансированием. М.: Финансы и статистика, 2000
6. Чернова, Е. Г. Слияния и поглощения как основной способ роста крупных корпораций // Проблемы современной экономики — 2007. № 4
7. Шинкарева, О. В., Голушко Е. П. Мировой рынок слияний и поглощений // Актуальные вопросы развития мировой и модернизации российской экономики. Сборник научных трудов по материалам межрегиональной научно-практической конференции. — 2017. — с. 21–28
8. Koch, Timothy W., S. Scott MacDonald. Bank Management. — 2000—4th edition — Harcourt, Inc.

Как инвестировать на рынке ценных бумаг?

Прохорова Ирина Андреевна, магистрант

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

На российском фондовом рынке существует масса различных инструментов для инвестирования. Однако в классическом привычном понимании в качестве основного объекта для инвестирования выбирают, как правило, акции. Для того чтобы отобрать перспективные акции в портфель, инвесторы прибегают к использованию множества стратегий. Опыт показывает, что наилучшие результаты получаются при использовании фундаментального анализа, в частности построении финансовой модели (DCF-модели). Однако построение такой модели тре-

бует больших временных затрат и высокой степени финансовой подготовки инвестора. В результате этот метод в основном используется только профессиональными участниками рынка, в то время как рядовые инвесторы прибегают к более простому сравнительному подходу, основывающемуся на мультипликаторах. Об этом подходе и пойдет речь в данной статье.

Для оценки стоимости акций сравнительным подходом в России используют два основных метода — метод рынка капитала и метод сделок [1, с. 16]. Оценка на основе дан-

ного подхода начинается, прежде всего, с анализа отрасли и выбора компаний-аналогов. Попробуем составить список компаний-аналогов российской АК «АЛРОСА».

Мировой алмазный рынок сегодня представлен добычей и торговлей алмазным сырьем (необработанными алмазами). Крупнейшими мировыми производителями природных алмазов являются Россия, Ботсвана, Демократическая Республика Конго, на которые приходится 59% всей мировой добычи алмазов. По стоимости алмазного сырья ведущее положение принадлежит Ботсване, России и Канаде. Их суммарная добыча алмазов составляет более 60% от общемировой добычи.

Основным видом деятельности АК «АЛРОСА» является добыча и первичная обработка алмазов. Это определяет принадлежность Компании к алмазодобывающей отрасли, сегменту геологоразведки и добычи алмазного сырья. Данный сегмент характеризуется ограниченной минерально-сырьевой базой, длительным циклом геологоразведочных работ и разработки, высокой технологической сложностью, а также существенным объемом капиталовложений. В силу перечисленных причин данный алмазодобывающий сегмент высокой долей концентрации и относительной стабильностью. Пятерка крупнейших игроков — ALROSA, De Beers, Dominion Diamond, Rio Tinto и Petra Diamonds — генерирует приблизительно 78% всех доходов в отрасли. Все оставшиеся помимо «АЛРОСА» компании и можно рассматривать в качестве компаний-аналогов для целей оценки.

АК «АЛРОСА» является лидером по продажам алмазов в натуральном выражении, начиная с 2009 года. На её долю приходится порядка 28% мировых объемов добычи алмазов. Её основным конкурентом на данный момент времени считается всемирно известная компания De Beers, которая продолжает оставаться лидером по продаже алмазов в стоимостном выражении.

De Beers так же, как и АК «АЛРОСА» занимается добычей, обработкой и продажей природных алмазов, а также производством синтетических алмазов. Компания функционирует с 1888 года (ЮАР). Доля в мировой добыче алмазов в натуральном выражении — 24%. До 2011 года структура владения Компанией имела следующий вид: 45% акций принадлежало Anglo American, 40% — Central Holdings Group (контролировались семьей Оппенгеймеров), и 15% находилось в распоряжении Правительства Ботсваны. Акции De Beers не торгуются на бирже. Однако в ноябре 2011 года произошла крупная сделка по продаже всего пакета акций, принадлежащих Central Holdings Group, компании Anglo American за 5,2 миллиарда долларов США [3]. Эта сделка может позволить рассчитать мультипликаторы по компании DeBeers, воспользовавшись методом сделок.

Rio Tinto — австралийско-британский концерн, третья по величине в мире транснациональная горнометаллургическая компания. Помимо добычи алмазов Rio Tinto занимается производством золота (занимает пятое место в

мире), меди (четвертое место), алюминия (седьмое место), добычей железной руды (второе место), угля (четвертое место), урана (первое место). Доля Rio Tinto в мировой добыче алмазов в натуральном выражении составляет 12%. Капитализация компании составляет 71601 миллиона долларов США.

Следующей компанией-аналогом «АЛРОСА» является канадская алмазодобывающая корпорация — Dominion Diamond (до 2013 года — Harry Winston Diamond). Капитализация компании — 1663,53 миллиона долларов США. Акции компании торгуются на Нью-Йоркской фондовой бирже и фондовой бирже Торонто. Её доля в мировой добыче алмазов в натуральном выражении составляет 3%.

Petra Diamonds — группа, имеющая диверсифицированный портфель с крупными долями в восьми крупнейших месторождениях алмазов в ЮАР, Танзании и Ботсване. Petra Diamonds, в отличие от вышеупомянутых компаний занимается не только добычей алмазов, но также и их обработкой, сортировкой и продажей. Несмотря на то, что в последнее время фокус компании начал смещаться с добычи на обработку, Petra Diamonds продолжает входить в пятерку крупнейших добытчиков алмазов на рынке. Её доля в мировой добыче алмазов в натуральном выражении составляет 2%. Акции компании котируются на Лондонской фондовой бирже.

Исходя из выше представленных данных видно, что компании немного различаются по размерам и объемам продаж. Тем не менее, все они являются лидерами алмазодобывающей отрасли, ведут подобные хозяйственные операции и оказываются подвержены влиянию аналогичных экономических факторов. Вследствие этого, а также маленького числа игроков на рынке алмазов, все они, по мнению автора, подлежат исследованию в рамках сравнительного подхода.

Следующим ключевым этапом в оценке является выбор мультипликаторов.

Универсальными мультипликаторами считаются те, что основаны на прибыли и выручке. Они могут применяться для оценки компании из любой отрасли [2, с. 452].

Принято считать, что использование мультипликаторов, основанных на показателе EBITDA, дает наиболее точные результаты, чем, например, те, что основаны на EBIT. Данный мультипликатор позволяет оценить компанию по денежному потоку, который остается в фирме до вычета налогов, процентов и амортизации, поэтому данный показатель в первую очередь используют для оценки компаний капиталоемких отраслей, в которых амортизация является существенной статьей.

Одним из наиболее часто используемых показателей оценки компании является показатель EV/EBITDA. Он позволяет сделать оценку компании по денежному потоку до вычета налогов, процентов, а также амортизации. Помимо того данный мультипликатор позволяет оценить компании с различными долгосрочными обязательствами, поскольку игнорирует возможные различия в налогоо-

бложении при начислении процентов по существующим у компаний долгосрочным обязательствам.

В качестве мультипликатора, основанного на выручке, можно выбрать мультипликатор $EV/Sales$. Выручка традиционно менее подвержена влиянию каких-либо случайных факторов, к примеру, различным методам бухгалтерского учета, применяемым компаниями. Поскольку выбранные автором компании-аналоги могут иметь различную страновую принадлежность, соответственно, и налоговые условия функционирования, то мультипликатор $EV/Sales$ будет давать меньшую погрешность по сравнению с другими потенциальными мультипликаторами. Невозможным является применение данного показателя только для компаний, находящихся на первоначальной стадии развития и не имеющих выручки.

Поскольку стоимость актива определяется все же прибылью, которую он приносит собственнику, а мультипликатор, основанный на выручке не учитывает разницу в эффективности операций компаний, недостаточно иметь мультипликаторы, основанные лишь на выручке. Таким образом, определяя и $EV/Sales$ и $EV/EBITDA$, полученная стоимость компании должна быть максимально реалистична.

В качестве следующего, пожалуй, самый широко применимого из всех мультипликаторов можно выделить показатель — P/E . Он является универсальным для любой отрасли и представляет собой довольно простой способ сравнить компании. Основным преимуществом, позволяющим включить его в список рассчитываемых мультипликаторов, является то, что сравниваемые компании не обязаны совпадать по размеру (объемам выручки/величине активов).

Известно, что показатели, основанные на данных из отчета о финансовых результатах, не учитывают тот факт, что реальные денежные потоки могут не совпадать с бухгалтерскими доходами. Для учета данного факта используют мультипликатор, основанный на денежных потоках. В качестве такого мультипликатора можно выбрать P/CFO . Выбирая в качестве денежного потока поток от операционной деятельности, а не свободный денежный поток, исходят из того, что $CAPEX$ у всех компаний разный. Важна отдача на понесенные капитальные затраты, которая никак бы не учитывалась в свободном денежном потоке.

Третьим шагом в оценке является непосредственный расчет мультипликаторов.

Для расчета мультипликатора $EV/EBITDA$ рассчитываются следующие показатели по всем компаниям: капитализация, чистый долг и стоимость бизнеса. Чистый долг определяется как разность между всей задолженностью компаний и наличными средствами и их эквивалентами (по бухгалтерскому балансу). Стоимость бизнеса — как сумма чистого долга и капитализации.

Показатель $EV/Sales$ получаем путем деления ранее полученной стоимости бизнеса (EV) на выручку для каждой компании.

Мультипликатор P/E рассчитываем как частное от деления капитализации на чистую прибыль для каждой компании.

Мультипликатор P/CFO определяем как частное от деления капитализации на денежный поток от операционной деятельности до изменений в рабочем капитале (для каждой компании).

После расчета мультипликаторов для каждого из них рассчитывается медиана, то есть значение показателя, полученное путем отбрасывания максимального и минимального значений и нахождением среднего значения из оставшихся.

Полученные медианные значения умножаются на значение базы по оцениваемой компании, в результате чего по первым двум мультипликаторам получают показатели стоимости бизнеса компании (EV). Затем по ним были рассчитываем значения капитализации путем вычитания из стоимости бизнеса чистого долга компании. По двум последним мультипликаторам в результате умножения базы компании на их медианные значения сразу получаем капитализацию компании (MC).

Последним шагом в оценке становится присвоение долей каждому из получившихся значений капитализации (полученных на основе четырех мультипликаторов). Исходя из важности всех четырех, определенной выше, каждому из них можно присвоить равные доли в 25%. В результате умножения значений капитализации на доли получаем итоговое значение капитализации компании. Для получения итоговой стоимости одной акции компании, полученное значение капитализации делим на количество акций акционерной компании. В конечном итоге определяем стоимость одной акции компании. Сравнивая полученное значение с текущими котировками можно сделать выводы о недооцененности/переоцененности потенциального объекта инвестирования и принять положительное/отрицательное решение относительно вложения средств в данные ценные бумаги.

Литература:

1. Тихомиров, Д. В., Пучкова С. И. Подходы и методы в оценке бизнеса: учебное пособие. Издательство: МГИМО, 2014.
2. Aswath Damodaran. Investment valuation: Tools and Techniques for Determining the Value of Any Asset. Wiley, 2012.
3. [Электронный ресурс] URL: <http://www.breakingviews.com/de-beers-buyout-adds-polish-to-anglo-american/1614204>. article (дата обращения: 12.04.2017).

Конкуренция и ключевые этапы её развития в процессе эволюции экономических отношений

Проценко Валентина Сергеевна, студент

Научный руководитель: Алехин Валерий Викторович, кандидат экономических наук, доцент
Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону)

Параллельно развитию общества эволюционировала и система экономических отношений и, в частности, ключевой их элемент — конкуренция, ее способы, методы. Как известно всем присутствующим, проблема конкурентных отношений затрагивается еще в трудах Адама Смита. С течением времени конкурентные технологии менялись, а также способствовали экономическому росту.

Проведённое исследование позволило нам обозначить 7 этапов развития конкурентных отношений:

1 этап.

Временные рамки данного этапа ограничиваются концом 19 века. Для предпринимательской среды этого периода характерно промышленное производство «традиционных» товаров, удовлетворяющих повседневный спрос.

Также основными характеристиками этого периода являются формирование и расширение объемов физического капитала, обеспечение качества продукции, а также поиск цены спроса. В указанных условиях промышленно произведённый продукт был способен «продать себя сам», поэтому компании основное внимание уделяли только наращиванию объемов производства. Также для тех лет были характерны нехватка производственных мощностей и активный потребительский спрос. Легко понять, что в таких условиях приоритетными были виды деятельности, связанные с промышленным производством.

2 этап.

Берет свое начало в конце 19 века и длится до 1920-х гг. Второй период характеризуется смещением конкурентного поведения экономических агентов в сторону оптимизации издержек. Спрос насыщается, а конкуренция, в свою очередь, обостряется. Для этого периода характерна приоритетная реализация методов ценовой конкуренции.

Производители используют экстенсивные методы минимизации издержек и понижают цену. Рассмотренные периоды характеризуется высокой степенью конкуренции в условиях незначительной дифференциации продукта, процессов монополизации. Доминирующей сферой экономической деятельности населения является выступает промышленность. Вследствие однородности продукции производители привлекали покупателей только с помощью изменения цены и оптимизации издержек.

3 этап.

Охватывает период 1920-е — 1940-е гг. Основной характеристикой данного этапа является акцентирование внимания на сбыте, продаже произведенной продукции в условиях насыщения потребительского спроса. Метод

и технологии конкурентной борьбы соответственно были направлены на максимизацию продаж. В этот период доминирует промышленное крупномасштабное производство, осуществляется активный поиск потребителей и продвижение продукта. Производителям приходилось думать о более эффективных способах сбыта производимой продукции, благодаря чему происходит зарождение рекламы. Это было время великих открытий, и на рынке появлялись совершенно непривычные потребителям товары, в необходимости которых население ещё требовалось убедить. Особенностью конкуренции на этом этапе являлось то, что она действительно могла называться рыночной. Она осуществлялась после непосредственно производства продукции и базировалась на принципе «выталкивание». «Погоня» за потребителем приводит к учёту его мнения в дизайне, размере, цвете продукта. Это приводит к зарождению и развитию процесса сегментации рынков.

Именно на этом этапе, в 1933 году зарождается теория «монополистической конкуренции» Э. Чемберлина. Она говорит о том, что процесс дифференциации товаров порождается разнообразием вкусов потребителей. Вместе с тем иногда дифференциация товаров основана на надевании товара такими свойствами, которые являются несущественными или даже мнимыми (иногда и просто воображаемыми). В этих целях производитель изменяет цвет товара, упаковку и другие, не имеющие для покупателя реального значения качества. [1]

4 этап.

Длительность 4 этапа эволюции конкурентных технологий составляет примерно 10 лет (1940-е — 1950-е). Он характеризуется автоматизацией производства, сегментацией рынка, созданием товаров в соответствии с запросами покупателя. Так как потребность населения в товарах начала расти, «выживали» лишь те компании, которые умели учитывать потребительский спрос и ориентироваться на него. На этом этапе происходит активный поиск конкурентных преимуществ, что окончательно оформляет и закрепляет сегментационную структуру рынков по полу, возрасту, социальному статусу и пр. Маркетологи ориентируются на потребительские запросы с целью ориентации инженеров, разрабатывающих продукты, на удовлетворение этих запросов. Ориентация на потребителя в рамках концепции «Управление качеством» позволяла быстро достичь финансового успеха, потребители с большой охотой принимали новые продукты.

5 этап.

Длился с 1950-х по 1980-е гг. Для него характерны стимулирование спроса, разработка новых инноваци-

онных и эргономичных продуктов, интенсивные методы минимизации издержек, реклама. Именно в этот период производители используют неценовые методы конкуренции, т. е. применяют новые технологии в производстве, повышают качество и ассортимент продукции, за счет которого достигается сохранение достигнутых позиций.

Научно-техническая революция перемещает конкурентную борьбу в область науки и техники. Постоянное, непрерывное совершенствование стало неотъемлемым условием конкуренции. Изобретение или принципиально новый товар может вознести фирму на вершину успеха, но аналогичное изобретение конкурентов может перечеркнуть многолетние усилия фирмы. Это обуславливало необходимость наличия значительных финансовых ресурсов. В это время в сфере промышленного производства доминирует крупный бизнес.

На этом этапе появляется изречение «предложение порождает спрос». Производители создают принципиально новый товар и убеждают покупателя в его необходимости.

6 этап.

Охватывает 1980-е — 2000-е гг. Конкурентная среда характеризуется резким сокращением жизненного цикла продукта и ускорением темпов морального износа, развитием малого и среднего бизнеса в промышленности.

В этот период конкуренция основывается на развитии узнаваемого бренда и формировании приверженности покупателей определенной торговой марке. Происходит стимулирование лояльности покупателей, постоянное совершенствование продукта, создание конкурентных преимуществ направлено на статусные группы. Если на начальных этапах развития конкуренции понижение цены приводило к привлечению большего числа покупателей, то на этом этапе снижение цены может оттолкнуть потребителей, а повышение цены — привлечь. Это происходит за счет увеличения роли престижа в потреблении, закрепляется так называемое «статусное потребление». Ценовая дискриминация уже не требует территориального разделения рынка.

В производстве происходит оптимизация использования всех видов экономических ресурсов с целью максимизации эффективности их отдачи: считается что даже 5% прироста рентабельности это достаточно много. Пример — тайм-менеджмент (timemanagement), т. е. управленче-

ская технологии организации времени и повышения эффективности его использования. [2]

7 этап.

Берет свое начало с начала 2000-х годов и длится по сей день. Данный этап связан с глобализацией мировой экономики. Возрастает роль мелкосерийного производства. Скидки, распродажи, конгломерация, объединения торговых марок в общем продукте, квазиконкуренция, опционность характеристик приобретаемого товара для покупателя, интернет-коммерция. Все это характеризует современный этап конкурентной среды. Магазины активно предлагают различные акции, распродажи, подарки, организуют благотворительные акции и другие программы реализации социальной ответственности бизнеса. Формирование приверженности потребителей переходит на социально-этический уровень.

Большую популярность приобретают союзы производителей, объединения торговых марок в общем продукте. Современный маркетинг понимает объединение брендов как кобрендинг («совместный брендинг»). Подразумевается согласованное продвижение торговых марок. Кобрендинг повышает лояльность клиентов, снижает предположенность к переходу к третьим торговым маркам, обеспечивает потенциал продаж, а также уменьшает операционные риски и гарантирует высокие и стабильные доходы в будущем. [3]

Получает развитие квазиконкуренция (квази — от греческого «как-бы»), базирующееся на кобрендинге и расширении такого явления как административная монополия. Примером квазиконкуренции может служить GeneralMotors — крупнейшая американская автомобильная корпорация, до 2008 года на протяжении 77 лет крупнейший производитель автомобилей в мире. В настоящее время GeneralMotors принадлежат автомобильные марки: Alpheon, Buick, Cadillac, Chevrolet, GMC, Holden, Opel и Vauxhall. [4]

Широкую распространенность в этот период приобретает т. н. «индивидуализация производства». Происходит переход от сегментации рынка к изготовлению товаров под заказ, под требования и запросы конкретного потребителя.

Таким образом, анализируя эволюцию конкурентных отношений, можно сказать о том, что конкуренция является необходимым и определяющим условием нормального функционирования рыночной экономики.

Литература:

1. Татарников, Е. А. История экономических учений, 2010;
2. Управление временем, Материал из Википедии — свободной энциклопедии, URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BF_%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB_%D0%B5%D0%BD_%D0%B8%D0%B5_%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC_%D0%B5%D0%BD_%D0%B5%D0%BC;
3. Кобрендинг против кризиса, PR2B Group (Пиартуби Групп), URL: <http://www.pr2b.ru/branding/cobranding>;
4. General Motors — крупнейшая мировая автомобильная корпорация, EKportal.ru — Информационный сайт по экономике, URL: <http://www.ekportal.ru/page-id-2948.html>

The necessary changes in the legislation for the further introduction of IFRS in Uzbekistan

Необходимые изменения в законодательстве для дальнейшего внедрения МСФО в Узбекистане

Рахмонов Шерзод Шеркулович, преподаватель;
Гайратов Бобурбек Улугбекович, студент
Ташкентский финансовый институт (Узбекистан)

Introduction of obligatory certification at auditors of IFRS, chief accountants, managers of financial services. The main reason consists in that Uzbekistan does not stop and constantly moves to the commission for the implementation of this program.

The main goal is to create the conditions for effective state regulation of the economy of the republic, an objective analysis of the role and value of its various fields of activity in the international community, on the basis of information adequate to the structure of the market economy, the timely identification of trends, predicting their development and assess the impact of management decisions.

The State Program, the following tasks:

— Review general methodological foundations of the state statistics and accounting, and bringing it into internationally accepted system of accounting and statistics;

— Alignment with international standards, national macroeconomic indicators, the establishment of the system of National Accounts of the Republic of Uzbekistan, including the development of accounts by sector of the national economy purpose, and IFRS will be accepted in Uzbekistan, Including, IASC, the International federation of Accountants, the World bank, FIC, UNDP, CIPAEN, IFRS ACCA and other associations are optimum in conditions to their introduction. Ensuring alignment by global practice of the report of enterprises and system of statistical indicators, including reflection of financial, bank affairs and customs necessary for compilation of national accounts to give the established support to their development.

In 1994, A State Program of transition of the Republic of Uzbekistan on the internationally accepted system of accounting and the interdepartmental *shall have the following functions:*

— control of the implementation of decisions and orders of the Cabinet of Ministers on the implementation of the State Program;

— ensuring alignment with global accounting practices of business entities and the system of statistical indicators, including reflecting the financial, banking and customs, necessary for the compilation of national accounts, to provide institutional support to their development. Public and private bodies authorized to carry out the plan or program of implementation of IFRS in the national economy:

— The Ministry of Finance of the Republic of Uzbekistan;
— The State Committee of the Republic of Uzbekistan on Statistics;

— The Central Bank of the Republic of Uzbekistan;

— The Ministry of Justice of the Republic of Uzbekistan;

— Professional Association of Accountants and Auditors.

2. The period during which it is supposed to carry out the implementation of IFRS in the national economy: in the long run-in stages.

Since 2000, the mandatory IFRS implemented in banks of Uzbekistan, where the basis of accounting and reporting is the Law of the Republic of Uzbekistan «On Accounting» and International Financial Reporting Standards. Financial statements published by the Bank, as well as the basic principles, concepts and definitions used by banks in the process of accounting and reporting, corresponds to the Law of the Republic of Uzbekistan «On Accounting» and IFRS [1].

Since 2007, the mandatory IFRS incorporated into microcredit organizations, where the accounting principles, rules of accounting and control of financial transactions, the structure of the accounting system, methods of customer service and management of documents, the order of the financial statements based on International Financial Reporting Standards.

In general, during this period, Uzbekistan was as close as possible to the current IAS standards (Table 1).

In voluntarily apply IFRS Enterprises with foreign investment and joint ventures in the preparation of financial statements for foreign investors, but such companies simultaneously maintain accounting records and financial statements with the national standards.

In business practice, companies of Uzbekistan on a voluntary basis at the request of the bank»s financial statements prepared using IFRS — to receive a bank loan. This is done to ensure that the most reliable way was presented a picture of the financial condition of the enterprises applying for a loan.

Quality control of the accounting statements prepared under IFRS operating audit organizations: banks and microcredit organizations — mandatory for all the others on a voluntary basis.

Since 1998 began to be administered by a National Accounting Standards (NAS), which were developed on the

Table 1. Uzbekistan»s compliance with the rules for accounting and reporting and IAS

International standards	National standards
IAS (IAS) 1 Presentation of Financial Statements	«Conceptual framework for the preparation and submission of financial statements» The NAS N 1 «Accounting Policies and Financial Statements» (registered by Ministry of Justice August 14, 1998 N474) NAS N 3 «Income Statement» (registered by Ministry of Justice August 27, 1998 N 484) NAS N 14 «Report on equity capital» (MJ registered April 7, 2004 N 1335) the NAS N 15 «balance Sheet» (registered by Ministry of Justice March 20, 2003 N 1226)
IAS (IAS) 2 «Inventories»	The NAS N 4 «Inventories» (registered by Ministry of Justice August 17, 2006 N 1595)
IAS (IAS) 7 «Cash Flow Statements»	NAS N 9 «Statement of Cash Flows» (registered by Ministry of Justice November 4, 1998 N519)
IAS (IAS) 8 «Accounting Policies, Changes in Accounting Estimates and Errors»	The NAS N 1 «Accounting Policies and Financial Statements» (registered by Ministry of Justice August 14, 1998 N 474) — it covers in terms of accounting policies The NAS N 3 «Report on financial results» (registered by Ministry of Justice August 27, 1998 N 484) — it covers in part of the Changes in Accounting Estimates and Errors
IAS (IAS) 10 Events after the Balance Sheet Date	The NAS N 16 «Contingencies and events occurring after the economic activity of the balance sheet date» (registered by Ministry of Justice December 23, 1998 N 578) — covers part
IAS (IAS) 11 «Construction Contracts»	The NAS N 17 «Construction contracts for capital construction» (registered by Ministry of Justice December 23, 1998 N 579) — covers part
IAS (IAS) 12 «Income Taxes»	Not available 1
IAS (IAS) 16 Property, Plant and Equipment	The NAS N 5 «Fixed Assets» (registered by Ministry of Justice January 20, 2004 N 1299)
IAS (IAS) 17 «Lease»	(Registered by the MoJ on June 22, 2004 No. 1374)
IAS (IAS) 18 Revenues	NAS N 2 «Income from core business» (registered by Ministry of Justice August 28, 1998 N483)
IAS (IAS) 19 «Employee Benefits»	Not available 2
IAS (IAS) 20 «Accounting for government subsidies and disclosure of government Help «	The NAS N 10 «Accounting for government grants and disclosure of government assistance» (registered by Ministry of Justice December 3, 1998 N 562) — covers part
IAS (IAS) 21 «The Impact of Changes in Exchange Rates»	The NAS N 22, «Accounting for assets and liabilities denominated in foreign currency» (registered by Ministry of Justice May 21, 2004 N 1364)
IAS (IAS) 23 «Borrowing Costs»	Not available 3
IAS (IAS) 24 «Related Party Disclosures»	Not available 4
IAS (IAS) 26 «Accounting and reporting under pension schemes (pension plans)»	Absent
IAS (IAS) 27 «Consolidated and Separate Financial Statements»	The NAS N 8, «Consolidated Financial Statements and Accounting for Investments in affiliated business entities» (registered by Ministry of Justice December 28, 1998 N580 N), — partially covers
IAS (IAS) 32 «Financial Instruments-Presentation of Information»	The NAS N 12 «Accounting of financial investments» (registered by Ministry of Justice January 16, 1999 N 596) partially-pokryvaet
IAS (IAS) 37 «Estimated Liabilities, Contingent Liabilities and Contingent Assets»	The NAS N 16 «Contingencies and events occurring after the economic activity of the balance sheet date» (registered by Ministry of Justice December 23, 1998 N 578) — covers part
IAS (IAS) 38 «Intangible assets»	The NAS N 7, «Intangible Assets» (registered by Ministry of Justice June 27, 2005 N 1485) — it covers in terms of intangible assets NAS N 11 «Costs of research and development activities» (registered by Ministry of Justice December 28, 1998 N581) — covers in part of the cost accounting and development activities

IAS (IAS) 39 «Financial Instruments: Recognition and Measurement»	The NAS N 12 «Accounting of financial investments» (registered by Ministry of Justice January 16, 1999 N 596) — covers part
IAS (IAS) 41 «Agriculture»	The NAS N 4 «Inventories» (registered by Ministry of Justice July 17, 2006 N 1595) — covers part NAS N 5 «Property» (registered MU 20 January 2004 g. N 1299) — part covers
IAS (IFRS) 3 «Business Combinations»	The NAS N 23 «Formation of the financial statements at reorganization» (registered by Ministry of Justice June 27, 2005 N 1484) partially-pokryvaet
IAS (IFRS) 5 «Non-current assets held for sale and discontinued operations»	The NAS N 3 «Income Statement» (registered by Ministry of Justice August 27, 1998 N 484) — pokryvaet partly in terms of accounting, «Discontinued operations»
IAS (IFRS) 7 «Financial Instruments-Disclosure»	The NAS N 12 «Accounting of financial investments» (registered by Ministry of Justice January 16, 1999 N 596) — covers part

basis of IFRS. The main mission for the development of NAS assigned to the Office of accounting methodology and audit of the Ministry of Finance of the Republic of Uzbekistan with the participation of the National Association of Accountants and Auditors of Uzbekistan and with the support of international organizations [2]. Cooperation with international organizations in the field of accounting and reporting is carried out in the form of joint conferences, seminars, symposia, congresses, trainings: with IASC, the International Federation of Accountants, the World Bank, FIC, UNDP.

In 2002 was enacted national Accounting Standard (NAS) «Chart of Accounts and instructions for its use», which is designed based on the principles of IFRS and has been praised by all users [3]. Almost every year we introduce a new NAS in 2009 was inducted NAS, «Accounting for borrowing costs». Total enacted 25 National Standards developed on the basis of IFRS. Introduction NAS developed on the basis of IAS allowed to raise a high level of system of accounting in Uzbekistan and has greatly facilitated the work of the chief accountants and auditors.

The successful implementation of IFRS in Uzbekistan requires a sufficient number of specialists in IFRS, as well as the system for their training; independent audit; well developed regulatory and enforcement framework; adapted version of IFRS for small businesses; focus on key technical issues; established mechanisms to ensure compliance; careful matching of IFRS with the tax system.

Currently, the mandatory requirements to undergo training and obtain certificates (diplomas) IFRS in Uzbekistan have not been established, but it is planned to introduce this requirement for auditors and chief accountants.

In 2010, the President of the Republic of Uzbekistan has adopted a Decree supporting adoption of IFRS in Uzbekistan. The Decree would require audits of large 2015 [4]. Following that, IFRS would be implemented. Moreover, the Central Bank has adopted IFRS for the banking sector in Uzbekistan. However, IFRS has not yet been fully implemented for banks.

While the Central Bank has required the use of IFRS in financial statements of the banking sector since 1996, banks also follow certain prudential accounting requirements of the Central Bank that differ from IFRS.

IFRS has not been adopted for other companies, but it is under consideration by the Ministry of Finance. No timetable has been established. Some companies publish voluntarily IFRS financial statements in addition to financial statements using Uzbek accounting standards.

The auditor's report/or the basis of presentation footnotes state that financial statements have been prepared in conformity with:

- for banks, the audit report states conformity with IFRS;
- for all other companies, the audit report states conformity with Uzbek national accounting standards.

IFRS are not incorporated into law.

However, IFRS have been adopted for banks in regulations issued by the Central Bank.

The Central Bank regulations were adopted again in 2004. They refer to those IAS/IFRS that were in effect before 2005. The requirements in those regulations are now outdated since they have not been kept up to date for new or amended IFRS issued since 2005 [5]. Therefore, the Central Bank is planning to change its regulation to refer simply to IFRS as issued by the IAS once IFRS have been translated into Uzbek (the national language). This will be done in a separate legal act (Resolution of Cabinet of Ministers or Resolution of Central bank). By referring to IFRS as issued by IAS, all future changes to IFRS will automatically be adopted in Uzbekistan without a need to issue new regulations.

The jurisdiction has eliminated any accounting policy options permitted by IFRS and/or made some modifications to any IFRS. Under the Central Bank regulations adopted by IFRS for the banks, property, plant, and equipment must be accounted for using the revaluation model and not the cost-depreciation-impairment model. In applying the revaluation model, property, plant, and equipment is remeasured on the basis of indices issued by the government on an annual basis. Further, in applying IFRS banks follow the certain prudential accounting requirements of the Central Bank that differ from IFRS. Examples of differences include:

- Valuation of investments held in bonds and equities.
- Measurement of loan loss impairment.
- Recognition and valuation of loan fees.

- Deferred income tax.
- Lease accounting.
- Consolidation.

Conclusions

5. Ensuring the application of international financial reporting standards is an important component of reforms to modernize the national economy.

6. The transition to international standards is conditioned by the need to ensure a high level of competitiveness of the national economy in the world division of labor.

7. The introduction of international standards at the first stage will concern an insignificant share of enterprises, first of all those that attract capital — public joint-stock companies, banks, insurers.

References

1. Karimov A, Accounting, Sharq, Tashkent, 2004.
2. Bobojonov A, Jumaniyozov K, Financial Accounting, Moliya, Tashkent, 2002.
3. National Accounting Standards of the Republic of Uzbekistan, Norma, Tashkent, 2010
4. Hasanov B, Hashimov A, Management Accounting, Yangi asr, Tashkent, 2011.
5. Sh. A. Khalilov, The account of essences on operation activity by managing subjects, Journal of Moliya, № 4, 2013, 40–41 pages, Uzbekistan, www.jm.tfi.uz/Home.aspx.

Модели экономического роста

Сагдатова Гузель Ямилевна, магистрант;
Коцегулова Ильмира Рустамовна, доктор экономических наук, доцент
Уфимский государственный авиационный технический университет

В статье рассматриваются вопросы экономического роста и модели, с помощью которых они описываются. Выделяются основные модели кейнсианского типа, отражающие основную идею регулируемого экономического роста, возможности влияния политики накопления и инвестирования на темпы экономического роста, а также модели неоклассического направления, выявляющие механизм влияния сбережений, роста трудовых ресурсов и научно-технического прогресса на уровень жизни населения и на динамику этого уровня.

Ключевые слова: модель экономического роста, неоклассические модели, кейнсианские модели, инвестиции, капитал, спрос, предложение, производство

Без моделей экономического роста невозможно осуществить прогнозирование прироста экономики и его последствий.

Экономический рост является важнейшей характеристикой общественного производства страны. Экономический рост — это количественное и качественное совершенствование общественного продукта за определенный период времени. Свое выражение он находит в увеличении национального производства, в возрастании экономической мощи страны, региона [2, с. 230].

Целью экономического роста является повышение материального благосостояния населения, которое достигается благодаря увеличению среднедушевых доходов населения, улучшению качества и росту объема выпускаемых товаров и услуг, увеличению свободного времени.

Так же следует отметить, что экономический рост связан с рядом негативных последствий:

- ведет к загрязнению окружающей среды;
- порождает у некоторой части населения беспокойство и неуверенность в завтрашнем дне;
- подчас вступает в противоречие с определенными человеческими ценностями [3, с. 310].

Модели роста позволяют отслеживать изменения национального дохода в зависимости от потребления, капиталовооруженности, инвестиций. В связи с этим весьма важным является рассмотрение моделей макроэкономических процессов, их разнообразия, выделение особенностей каждой при решении экономических задач.

Основная цель построения таких моделей — это определение условий, необходимых для равновесного роста, под которым подразумевают такое развитие экономики, когда увеличивающиеся от периода к периоду объемы спроса и предложения на макроэкономических рынках всегда равны друг другу при полном использовании труда и капитала.

Современные модели экономического роста сформировались на основе двух источников — кейнсианской теории макроэкономического равновесия и неоклассической теории производства [3, с. 315]. Эти два источника обусловили возникновение двух основных направлений в теоретических исследованиях проблем экономического роста кейнсианского (позже неокейнсианского) и классического (позже неоклассического).

Представители неоклассического направления строят свою концепцию экономического роста применительно к

абстрактным условиям полной занятости ресурсов. Предложение, считают они, само создает спрос: то, что произведено, будет куплено [1, с. 254].

Неоклассики считают рынок идеальным хозяйственным механизмом, способным решать и современные проблемы. Отсюда их вывод о том, что государственное вмешательство в экономику должно быть косвенным и минимальным. Кейнсианцы, напротив, утверждают, что рыночный механизм действует крайне медленно и способен вывести экономику из состояния неполной занятости лишь в очень отдаленной перспективе, когда как говорил Кейнс, «мы все же умрем» [3, с. 340]. Отсюда вывод о необходимости и прямого государственного вмешательства.

Суть кейнсианской модели перехода к состоянию полной занятости сводится к достаточно простой формуле:

$VNP = G + I + C$, где $I = S$, C — потребление, I — инвестиции, G — правительственные расходы, S — сбережения [1, с. 260].

Стандартную формулу расчета ВВП через расходы Кейнс дополнил «скромным» соотношением: инвестиции должны равняться сбережениям. Для того, чтобы экономика достигла равновесия при полной занятости, считал Кейнс, все сбереженные средства должны быть вложены в производство ($S = I$).

В целом кейнсианцы рекомендуют стимулировать рост всех составляющих совокупного спроса — потребительских расходов домашних хозяйств, инвестиций предприятий и государственных расходов. Так, невысокая инфляция заставит домашние хозяйства увеличивать долю расходов на потребление сегодня и сокращать долю сбережений. Снижение ставки банковского процента стимулирует капиталовложения предприятий. Наконец, закупки государством товаров и услуг также расширяют совокупный спрос.

Рекомендациям кейнсианцев следовали вплоть до 80-х годов. Но по мере того как экономика подходила к состоянию полной занятости, обнаруживались и отрицательные последствия стимулирования совокупного спроса. Предложение было не в состоянии угнаться за искусственно завышенным спросом, цены росли, и инфляция начала приобретать угрожающие размеры. Поэтому в 80-е годы начали прислушиваться к рекомендациям неоклассиков [3, с.327].

В модели Домара, инвестиции — фактор создания не только доходов, но и новых мощностей. Динамическая сбалансированность спроса и предложения, по Домару, определяется динамикой капитальных вложений, которые образуют новые мощности и новые доходы. Домар предложил для решения систему из трех уравнений: уравнение предложения, уравнение спроса, уравнение и спроса, и предложения совместно.

Уравнение предложения: $dX = Id$, где X — прирост производства, I — объем капитальных вложений, d — средняя производительность капитальных вложений. $I \cdot X$ — составляет прирост продукции за счет единицы капи-

тальных вложений [1, с. 263]. В этом уравнении учитывается НТП, занятость, природные ресурсы.

Уравнение спроса: $M = dI/a$, где a — средняя склонность к сбережениям, обратная величина которой определяет величину мультипликатора. В данном уравнении учитывается лишь прирост инвестиций.

Развитием модели Домара выступает модель Харрода. Как и в предыдущей модели, норма уравновешенного роста является функцией соотношения роста доходов и капитальных вложений, что дает повод называть эти модели моделями Харрода — Домара. Однако если модель Домара базируется на использовании мультипликатора, то в основе модели Харрода лежит теория акселератора (принцип акселератора отражает и реальные связи между производством товаров для населения и производством капитальных товаров), и, следовательно, она определяет норму сбалансированного роста доходов, с которой связаны капитальные вложения.

Для различных норм роста Харрод выдвигает следующее положение: система свободного предпринимательства будет эффективно функционировать, если доходы будут расти ускоренными темпами [2, с. 265]. Инвестиции должны превосходить динамику потребительского спроса. Равновесие по этой модели весьма неустойчиво. Отсюда следует, что необходимо вмешательство государства через финансовую политику.

Неоклассические модели роста преодолевали ряд ограничений кейнсианских моделей и позволяли более точно описать особенности макроэкономических процессов.

Р. Солоу показал, что нестабильность динамического равновесия в кейнсианских моделях была следствием неважизаменяемости факторов производства [3, с. 339]. Он использовал в своей модели производственную функцию Кобба-Дугласа, в которой труд и капитал являются субститутами. Другими предпосылками анализа в модели Солоу являются: убывающая предельная производительность капитала, постоянная отдача от масштаба, постоянная норма выбытия, отсутствие инвестиционных лагов.

Взаимозаменяемость факторов объясняется не только технологическими условиями, но и неоклассической предпосылкой о совершенной конкуренции на рынках факторов.

Необходимым условием равновесия экономической системы является равенство совокупного спроса и предложения.

Важнейшие черты функции Кобба — Дугласа при интерпретации ее в неоклассическом духе можно сформулировать следующим образом:

1) предполагается постоянство прибыли и удельных расходов, отсутствие накопления, сумма эластичности производства равна единице. Степень взаимозаменяемости факторов колеблется от 0 до 1 и обычно менее единицы. Пределы взаимозаменяемости определяет данный уровень технического развития;

2) теоретически возможна безграничная замена труда капиталом;

3) функция не учитывает изменения качества производственных факторов, т. е. технический прогресс элиминирован. Отсюда можно сделать вывод, что функция приемлема лишь для экстенсивного экономического роста [3].

4) модель Кобба — Дугласа, получившая название производственной функции, показывает взаимодействие и взаимозаменяемость труда и капитала: насколько продукт обязан своим созданием тому или иному фактору, при какой их комбинации, может быть достигнут максимум продукции при наименьших затратах. Она выражается уравнением:

$$Q=f(K, L),$$

где Q — объем производства; f — Функция; K — Размер капитала; L — Затраты труда (в стоимостном выражении).

Один и тот же объем прироста национального продукта может быть получен в результате либо увеличения капиталовложений, либо расширения использования труда. Поэтому на основе производственных функций осуществляется выбор требуемой в данных конкретных условиях технологической комбинации данных факторов производства.

Формальная теория экономического роста, в которой преуспел Р. Солоу, возникла как самостоятельное направление экономического анализа в конце 30х-40х годов [1, с. 268]. Ее основной проблемой стало определение условий устойчивого, равновесного роста, то есть роста при полной занятости факторов производства, когда их совокупная величина растет тем же темпом, что и объем производства.

Модель Р. Солоу показывает, что норма сбережений в экономике определяет размер запаса капитала, а, следовательно, и объем производства. Чем выше норма сбережений, тем выше производительность. Рост нормы сбережений вызывает период быстрого роста до достижения нового устойчивого состояния. В долгосрочном плане рост нормы сбережений не влияет на темп роста. Продолжительный рост производительности зависит от технологического процесса. Уровень капиталовооруженности, обеспечивающий наибольший объем потребления, называется уровнем Золотого правила. На этом уровне чистый предельный продукт капитала равен темпу прироста производства. Оценки, сделанные для реальных экономик, показывают, что запасы капитала намного ниже уровня Золотого правила. Чтобы достичь этого уровня, требуется увеличение инвестиции, снижение уровня потребления нынешних поколений. Модель Солоу также показывает, что темп роста населения влияет на уровень жизни. Чем выше темп роста населения, тем ниже объем производства в расчете на одного работника.

Модель Р. Солоу позволяет раскрыть взаимосвязь трех источников экономического роста — инвестиций, численности рабочей силы и технического прогресса. Воздействие государства на экономический рост возможно через его влияние на норму сбережения и на скорость технического прогресса [3, с. 343].

По Р. Солоу, все развитые страны прошли через стадию рывка к самоподдерживающемуся росту. Что же каса-

ется развивающихся стран, то они находятся на стадиях либо традиционного общества, либо созревания предпосылок для рывка. Перейти же к рывку они могут только при выполнении определенных условий. Одно из главных условий — мобилизация внутренних и иностранных сбережений, чтобы сделать достаточные инвестиции с целью ускорения экономического роста.

В результате проведенного изучения вопроса можно сказать, что модели экономического роста делятся на две основные группы. Одна из них представляет собой неоклассическое направление и отражена, в частности, в моделях Кобба — Дугласа, Р. Солоу. Вторая группа включает модели, основанные на кейнсианской теории. Наиболее известная из них модель Харрода — Домара. Главное различие между неоклассическими и кейнсианскими моделями экономического роста заключается в том, что первые учитывают несколько факторов экономического роста, а вторые — однофакторные.

Представители неоклассического направления в процессе исследования сосредоточили внимание на факторах экономического роста и анализе производственных функций. Представители кейнсианского направления занимались разработкой проблем динамического равновесия и связывали экономический рост с процессами накопления. Значение представителей кейнсианского направления, состоит в том, что они разработали модели экономического роста, которые явились полезным инструментом анализа самых общих связей между производством, потреблением и накоплением; показали особую роль спроса на инвестиции для обеспечения динамического равновесия. Развивая теорию Дж. Кейнса, они выступают за государственное регулирование процесса накопления капитала в длительной перспективе и достижение за счет этого устойчивых темпов роста национального дохода.

Заслуга представителей неоклассического направления заключается в том, что они выдвинули на первый план проблему потенциально возможных темпов роста экономики и факторов, их определяющих. Для кейнсианцев же решающее значение имело изучение условий реализации продукции, создания эффективного спроса.

В ходе анализа закономерностей и причинно-следственных связей экономического роста, из выше перечисленных моделей можно сказать, что для экономики современной России необходима новая экономическая модель. Хотя в то же время модель Р. Солоу представляет собой эффективный инструмент анализа влияния конкретной экономической политики на состояние экономики в целом, уровень жизни населения, его занятость и перспективы экономического роста.

Новая экономическая модель экономического роста должна содержать сильную мотивацию к повышению эффективности системы государственного управления и бизнеса. Следует обеспечить жесткую и равную рыночную ответственность всех компаний за результаты своей деятельности.

Литература:

1. Агапова, Т. А., Серегина С. Ф. Макроэкономика: Учебник/Под общей ред. д. э. н., проф. А. В. Сидоровича; МГУ им. М. В. Ломоносова. — 6-е изд., стереотип. — М.: Издательство «Дело и Сервис», 2004. — 448 с.
2. Добрынина, А. И. и др.. Экономическая теория/Под ред. А. И. Добрынина, Л. С. Тарасевича: Учебник для вузов. 4-е изд. — СПб.: Питер, 2009. — 560 с..
3. Ивашковский, С. Н. Макроэкономика: Учебник. 2-е изд., испр., доп. — М.: Дело, 2002. — 472 с.

Особенности становления рынка инноваций в Узбекистане

Сатторкулов Обидкул Турдикулович, кандидат экономических наук, доцент;
Рахматов Камолиддин Уралович, преподаватель
Гулистанский государственный университет (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 высокотехнологичных 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].

Областью коммерциализации инноваций являются этапы разработки и выведения на рынок инновационного продукта. Этот этап включает в себя следующие стадии:

— концептуальная, вход которой составляют фундаментальные НИР, позволяющие обосновать идею нового продукта. На данной стадии реализуются прикладные исследования, обосновывается концепция нового продукта и его техническая осуществимость;

— проверка технической осуществимости, что связано с отработкой технологии создания нового продукта в ходе опытно-конструкторских работ. Результатом является создание прототипа (образца) нового продукта;

— проверка промышленного применения, в ходе которого создаются материально-технические и организационно-управленческие условия производства нового продукта, а в отдельных случаях новое предприятие-производитель.

Стадии управления коммерциализацией инновационного продукта являются критическими в связи с тем, что на каждой из них может быть принято решение о выведении на рынок результата, полученного на этой стадии (отдельного объекта инновационного продукта) в виде товара, выступающего не в конечном продуктово-материальном, а оформленном по стандартам соответствующего рынка-идеи, результаты НИР, проекты и т. д.

Проблема конкурентоспособности национальной продукции без формирования рынка инноваций и информационных технологий не может быть решена, несмотря на наличие на крупных предприятиях промышленности значительных свободных мощностей, наращивание в них производства при проведении политики государственного стимулирования спроса через увеличение социальных выплат и предоставление специальных рыночных льгот [2, с. 145].

Освоение нового рынка в результате производства нового товара (услуги), установление контроля над ним, позволяющего назначать монополично высокие цены и извлекать монополично высокие прибыли, требуют больших затрат и для крупных предприятий. Быстрая смена одного продукта на другой требует больших, финансовых средств в условиях массового производства. Поэтому освоение производства новой продукции чаще осуществляется мелкими и средними предприятиями, стремящимися получить определенную долю рынка за счет коммерциализации новых изделий, поскольку общемировой тенденцией является то, что отношение количества нововведений к затратам на научные исследования и разработки в малых и средних фирмах в 3–4 раза выше, чем в крупных. Часто нововведения, которые используют крупные предприятия, являются результатом инновационной деятельности мелких и средних и в том числе венчурных инжиниринговых и внедренческих фирм. Результатом деятельности венчуров стали такие товары, как целлофан, шариковая авторучка, вертолет, турбореактивный двигатель, кинескоп, инсулин, цветная фотосъемка и фотопечать, микропроцессор и др.

Формирующийся в Узбекистане рынок инноваций имеет ряд особенностей, связанных с реформированием экономики в период осуществления кардинальных рыночных преобразований. К их числу следует отнести:

— научно-техническая сфера сформировала достаточный запас наработанных НИОКР прошлых лет, но для их реализации и проведения новых исследований и разработок у потребителей-заказчиков нет достаточных средств;

— инновационный рынок состоит не из самой продукции, а из количества организаций, коллективов, отдельных специалистов, потенциально способных осуществлять инновационную деятельность;

— инновационные организации в большинстве случаев в настоящее время не могут осуществлять инициативные работы за счет привлеченных со стороны средств организаций венчурного капитала.

Особенностью Узбекистана в этой ситуации является то, что инновационный рынок в стране только формируется, причем о большинстве имеющихся для коммерциализации новшеств потребитель не имеет представления и не готов сформулировать спрос. Инфраструктурные изменения, вызванные реализацией государственной инновационной политики, могут ускорить процесс коммерциализации инноваций на рынке.

В Узбекистане наиболее быстрыми темпами повышается доля предприятий, осуществляющих замену снятой с производства устаревшей продукции (в 1,3 раза с 1997 по 2014 г.), сохранение традиционных (в 1,5 раза) и создание новых рынков сбыта, снижение энергозатрат (в 1,5 раза), улучшение качества продукции (в 1,6 раза), мероприятия по охране окружающей среды (в 1,5 раза), повышение гибкости производства.

Отраслевая структура предприятий, участвующих в технологическом обмене, характеризуется тем, что более 53,7% приобретавших новую технологию предприятий относятся к электронике и машиностроению, в то время как 65,8% передающих технологии предприятий при-

надлежат машиностроению. Для отраслей, продукция которых конкурентоспособна на внутреннем рынке и которые находятся в лучшем финансовом положении, чем другие, характерна высокая доля предприятий, вовлеченных в получение и передачу технологий. Высокая внутриотраслевая активность наблюдается в добывающих отраслях, химической, нефтеперерабатывающей, а также пищевой промышленности. Несмотря на активность машиностроительных предприятий в процессах передачи технологий хозяйствующим субъектам других отраслей, сами машиностроительные предприятия не имеют средств для приобретения технологий в необходимых объемах. Доля предприятий этой отрасли, участвующих в приобретении новых технологий не превышает 15%.

Наибольшую активность в импорте технологий проявляют экспортно-ориентированные отрасли. Наиболее распространенными формами приобретения инноваций являются: покупка оборудования и использование результатов НИОКР, закупка объектов интеллектуальной собственности. Степень вовлеченности предприятий в рыночной обмен инновациями характеризуется следующими данными: лишь около 50% из общего количества инновационно-активных предприятий приобретали новые технологии, тогда как в покупке объектов интеллектуальной собственности участвует не более 12% инновационно-активных предприятий. Выявленные особенности рынка инноваций следует учитывать при разработке государственной инновационной политики.

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. — Т.: ИПМИ, 2015.

Инновационное развитие аграрного сектора Узбекистана

Сатторкулов Обидкул Турдикулович, кандидат экономических наук, доцент;

Рахматов Камолиддин Уралович, преподаватель

Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Исключительно важное значение мы придаем углублению промышленной переработки сельскохозяйственного сырья, развитию инфраструктуры хранения выращенной продукции. В истекшем году созданы и модернизированы 230 предприятий по промышленной переработке сельскохозяйственной продукции, созданы и модернизированы 114 новых холодильных камер емко-

стью 77,8 тысячи тонн. Общая мощность хранения плодово-овощной продукции в республике доведена до 832 тысяч тонн, что позволяет в течение года бесперебойно и без резких сезонных скачков цен обеспечивать население страны основными видами сельскохозяйственной продукции, расширять ее экспортные поставки, сохранять устойчивость цен [1, с. 2].

Мировой опыт научно-технического прогресса в агропродовольственных системах показывает, что аграрная сфера в развитых странах обладает значительным инновационным потенциалом. В отличие от некоторых отраслей промышленности в аграрном производстве существуют большие возможности массового распространения инноваций при условии достаточного финансирования и четкой организации дел. К тому же и сельскохозяйственное производство, и переработка сельхозсырья обладают своими адаптационными способностями, которые используются при изменении рыночной конъюнктуры.

Инновационные процессы в АПК имеют свою специфику. Они отличаются многообразием отраслевых, функциональных, технологических и организационных особенностей. Расширенное воспроизводство в сельском хозяйстве протекает во взаимодействии экономических и естественно-биологических процессов. Поэтому при управлении инновациями требуется учитывать требования не только экономических законов, но и законов природы: равнозначности, незаменимости и совокупности жизненных факторов, законов минимума, оптимума и максимума. Комплексный характер инноваций в АПК предъявляет специфические требования к инновационному механизму.

Сложность аграрного производства и его особенности определяют своеобразие подходов и методов управления инновационным процессом, сочетание различных типов инноваций, усиление роли государства в стимулировании инноваций. Следует отметить, что сложность и особенности сельскохозяйственного производства характеризуются высоким уровнем рисков инновационных процессов. Риск финансирования научно-производственных результатов, риск временного разрыва между затратами и результатами, неопределенность спроса на инновационную продукцию не заинтересовывают частных инвесторов вкладывать капитал в развитие сельского хозяйства.

Инновационность означает способность АПК к восприятию и реализации нововведений. Можно выделить следующую классификацию инноваций, которая отражает особенности аграрной сферы:

— селекционно-генетические инновации-тип нововведений, присущий только аграрной сфере, фундаментальные исследования по генной, клеточной и хромосомной инженерии, молекулярной вирусологии, прикладные исследования по расширению генофондов сельскохозяйственных растений и животных, их использованию в селекционной работе. Особенность этого типа-длительные сроки всего процесса. Включая собственно селекционную часть и семеноводство новых сортов, он требует 13–15 лет даже при благоприятных условиях;

— производственно-технологические инновации-нововведения, которые, будучи результатами научных, в т. ч. селекционно-генетических разработок, находят свое практическое применение в производстве новых видов сельскохозяйственной и продовольственной продукции. К

этому же типу инноваций принадлежат новые технологии проведения сельскохозяйственных работ, применение новых методов содержания скота и птицы, технологии хранения и переработки сельхозсырья, которые обеспечивают повышение и сохранение биологически ценных качеств продукции, снижение ее ресурсоемкости;

— организационно-управленческие инновации объединяют институциональные нововведения при формировании принципиально новых организационно-правовых структур интегрированного типа; создание информационно-консультационных систем. В практической деятельности хозяйствующих субъектов к инновациям этого типа можно отнести маркетинговые системы, новые средства менеджмента, логистики, применение информационных технологий;

— экономико-социально-экологические инновации-нововведения в системах экономических и социальных отношений, в регулировании производства и рынка, в комплексном развитии сельских территорий, а также применение новых методов поддержания экологического равновесия [2, с. 5].

Все перечисленные типы нововведений имеют множество конкретных форм воплощения. Это-результаты фундаментальных и прикладных исследований, патенты на изобретения, лицензии; документация на новые технологии; инновационные проекты; национальные, региональные и отраслевые инновационные программы; научно-практические рекомендации. Рынок инновационной продукции и объектов интеллектуальной собственности находится в начальной фазе развития. Предложения на этот рынок поступают от селекционных центров, семеноводческих хозяйств, от информационно-консультационных систем. Исследователи этого рынка отмечают относительно низкий уровень спроса со стороны сельскохозяйственных организаций. Одна из главных причин-неустойчивое финансовое положение предприятий, которое осложняет приобретение ценной инновационной продукции. Около половины всех предприятий вообще утратили такую возможность. Поэтому рынок инновационной продукции и выполнение серьезных инновационных проектов в значительной мере зависит от финансового обеспечения спроса. Вероятно, его рост будет происходить со стороны новых формирований-агрохолдингов и агрофирм.

Агропродовольственный сектор Узбекистана стоит на пороге инновационного обновления. Без этого сельскому хозяйству не выдержать возрастающую конкуренцию не только на внешнем, но и на внутреннем рынке. Инновационные технологии и формы управления производством будут содействовать эффективной пропорциональности АПК и рациональной интеграции продовольственных рынков.

Однако сегодняшний уровень инновационного процесса в аграрном секторе не имеет возможности обеспечить устойчивое развитие сельского хозяйства. Поэтому существует необходимость разработки механизма акти-

визации инновационной деятельности в русле государственной политики инновационного развития [2, с.6].

Инновационное развитие и повышение конкурентоспособности аграрного сектора Узбекистана включает в себя следующие направления, т. е. инновационное обновление сельского хозяйства Узбекистана; инновационное обнов-

ление отраслей АПК, снабжающих сельское хозяйство техникой, удобрениями, энергией; инновационное обновление отраслей, перерабатывающих сельхозсырье; институциональное обеспечение инновационного обновления аграрного сектора; совершенствование нормативно-правового и организационно-управленческого механизма.

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. Муродов, Ч., Ильина Д. Н. Инновационное обновление аграрного сектора Узбекистана. — Т.: 2011.

Эффективная инновационная политика и её факторы

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

В современных условиях, в эпоху интернета и электроники приоритетное значение имеет широкое внедрение современных информационно-коммуникационных технологий в отраслях экономики, кардинальное ускорение создания системы «Электронное правительство». 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 [1, с. 3].

Научно-технический прогресс представляет собой одно из важнейших направлений становления и развития Узбекистана. Инновационная политика Узбекистана направлена на увеличение вклада науки и техники в развитие экономики страны, обеспечение прогрессивных структурных и технологических преобразований в производстве, упрочение взаимосвязи науки, образования и индустрии. Как нам известно, инновация представляет собой материализованный результат, полученный от вложения капитала в новую технику или технологию, в новые формы организации производства, труда, обслуживания и управления, включая новые формы контроля, учета, методы планирования и т. п. В современной экономике роль инноваций значительно возросла. Это вызвано тем, что в рыночной экономике инновации представляют собой оружие конкуренции, так как именно инновация ведет к снижению себе-

стоимости и цен, к росту прибыли, к повышению имиджа производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, а также расширения рынков сбыта отечественных товаров.

Активизация инновационной деятельности требует, с одной стороны, государственного управления и координации, а с другой стороны-интеграции заинтересованных структур в реализации инноваций, привлечении инвестиций, создании условий для внедрения достижений науки и техники в экономику страны. Сложившийся уровень спроса на продукцию отраслей промышленности определяет как перспективу их развития, так и структурные изменения основных производственных фондов [2, с. 102].

На сегодняшний день отрасли, вышедшие со своей продукцией на мировой рынок (топливно-энергетический комплекс, металлургия, автомобилестроение, химия), нуждаются в повышении эффективности производственного потенциала. В этих случаях государственная инновационная политика в базовых отраслях экономики в первую очередь направлена на ускоренное освоение отечественных и зарубежных технологических достижений. Таким образом, вырисовывается общая картина эффективности инновационной политики:

1. Промышленная и инновационная стратегии взаимобусловлены и формируются исходя из целевых экономических установок, принимаемых предприятием на долгосрочный период.

2. Эффективная инновационная политика хозяйствующего субъекта определяется на основе проблемно-ориентированного подхода и реализуется как система программно-целевого управления. Таким образом, инновационная стратегия, опираясь на стратегический мар-

кетинг хозяйствующего субъекта, должна опережать рыночный спрос и в определенной степени формировать его в будущем.

3. В свою очередь, государственная инновационная политика состоит в определении приоритетных целей развития, механизмов правового регулирования и стимулирования инноваций, вплоть до прямого проведения отдельных инноваций национального масштаба. Инновационная политика должна строиться на основе системы государственных приоритетов в исследованиях и разработках.

Главными методами реализации инновационной политики является формирование институциональных и законодательных условий для позитивных изменений в инновационной сфере. Масштабы внедрения прогрессивных технологий и производств наукоемких видов продукции в значительной мере определяются институциональными преобразованиями, обеспечивающими развитие новых прогрессивных форм инновационной деятельности и бизнеса в этой области экономики.

Для совершенствования инновационной политики в законодательном плане должны предусматриваться меры по разработке правовых актов, постановления о неотложных мерах по развитию рынка интеллектуальной собственности и вовлечению в хозяйственный оборот результатов научно-технической деятельности, а также, государственная поддержка и стимулирование инвесторов, вкладывающих средства в наукоемкое, высокотехнологичное производство. Речь идет о создании условий для формирования совместных с зарубежными партнерами организаций по выпуску отечественной наукоемкой продукции и реализации ее на внешнем и внутреннем рынке, обеспечение рекламы отечественных инноваций за рубежом, совершенствование выставочно-ярмарочной деятельности, вхождение в международные информационные системы для обмена информацией по инновационным проектам, развитие лизинга наукоемкого уникального оборудования.

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. Турсунходжаев, М. Развитие национальной инновационной системы как инструмент повышения конкурентоспособности и диверсификации экономики Узбекистана. // материалы VII Форума экономистов. — Т.: ИПМИ, 2015.

Перечисленные методы будут применяться с учетом изменения рыночной конъюнктуры и конкретного содержания инновационных проектов и программ.

Инновационная политика государства во многом определяет долгосрочные перспективы экономического развития. Значительный физический и моральный износ производственного аппарата, моральный износ накопленных нематериальных активов не позволяют при отсутствии протекционистских мер, способствующих его быстрому обновлению, выдержать конкуренцию с зарубежными производителями даже на внутреннем рынке.

Обобщая выше изложенные, целесообразно заключить следующие выводы:

1. Хотя рынок играет важную роль в стимулировании инновационной активности, он не может обеспечить динамичное развитие национальных инновационных систем. Значима и роль государства, формулирующего долгосрочную стратегию развития этих систем, а также реализующего конкретные мероприятия по поддержке и регулированию инноваций.

2. Главной целью инновационной политики Узбекистана является освоение результатов науки в производстве для модернизации экономики, обеспечения прогрессивных структурных преобразований, повышения конкурентоспособности продукции. Взаимосвязь инновационной и научно-технической политики позволяет проводить единый комплекс мероприятий по обеспечению непрерывных инновационных процессов для перехода на траекторию устойчивого развития и достижение высокого уровня ВВП. Особое значение при этом приобретает не только выработка инновационной стратегии, ее нацеленность на формирование прогрессивного технологического уклада, но и способность использовать весь арсенал инструментов прямого и косвенного регулирования, концентрировать организационные ресурсы на приоритетных направлениях, конкурентоспособных НИОКР.

Организация внутреннего контроля дебиторской задолженности

Сергиенко Ольга Васильевна, студент;
 Грекова Вита Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент
 Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского (г. Симферополь)

В современных условиях развития экономики экономические субъекты должны уделять особое внимание применению современных методов и приемов внутреннего контроля, что позволит эффективно управлять их деятельностью. В процессе хозяйственной жизни практически у каждой организации возникает дебиторская задолженность. Расширение рынков сбыта, увеличение объемов реализации продукции, неизбежно приводит к образованию дебиторской задолженности у организаций.

Под дебиторской задолженностью следует понимать задолженность покупателей и заказчиков, поставщиков и подрядчиков, работников организации, а также фи-

зических лиц [8]. Задолженность может возникнуть по всем видам расчетов организации с юридическими и физическими лицами и включает в себя суммы задолженностей по подотчетным лицам, по недостачам товарно-материальных ценностей, обнаруженным при их приемке, по штрафам, пеням, неустойкам, по выданным авансам, по расчетам с поставщиками и покупателями.

Дебиторская задолженность оказывает влияние на все стороны финансово-хозяйственной деятельности организации, при этом существует вероятность негативного влияния на прибыль организации, денежные потоки от реализации продукции и в целом на финансовое состояние [9].



Рис. 1. Последствия увеличения дебиторской задолженности

Организация эффективного управления дебиторской задолженностью является важным условием для поддержания ликвидности и платежеспособности организации. Управление дебиторской задолженностью необходимо как при формировании имиджа надежного заемщика, так и с точки зрения обеспечения эффективной текущей деятельности организации.

Высокая дебиторская задолженность увеличивает срок ее погашения, замедляет оборачиваемость, увеличивает финансовый цикл, что отрицательно влияет на деятельность организации [5]. Пренебрежение организацией управления дебиторской задолженностью приводит к увеличению долгов, а также последствиям, представленным на рисунке 1.

Данные рисунка 1 позволяют сделать вывод, о том, что пренебрежение управлением дебиторской задолженностью приводит к таким последствиям как: потеря денежных средств, потеря финансовой устойчивости, низкой эффективности использования ресурсов, а также потерям конкурентных преимуществ.

Снижение дебиторской задолженности возможно посредством организации системы внутреннего контроля, который представляет собой процесс, обеспечивающий надлежащее функционирование организации, принятый управленческим решением и направленный на успешное достижение поставленной цели. Основная цель функционирования системы внутреннего контроля дебиторской задолженности в организации является подтверждение полноты, права, существования и стоимостную оценку сальдовых остатков по счетам расчетов с поставщиками и покупателями [7]. Основные задачи контроля дебиторской задолженности представлены на рисунке 2.

Порядок организации внутреннего контроля, а также обязанности и полномочия подразделений и персонала организации, зависят от характера и масштабов деятельности, особенностей системы управления организации [3]. Внутренний контроль, как правило, могут осуществлять лица, представленные на рисунке 3.

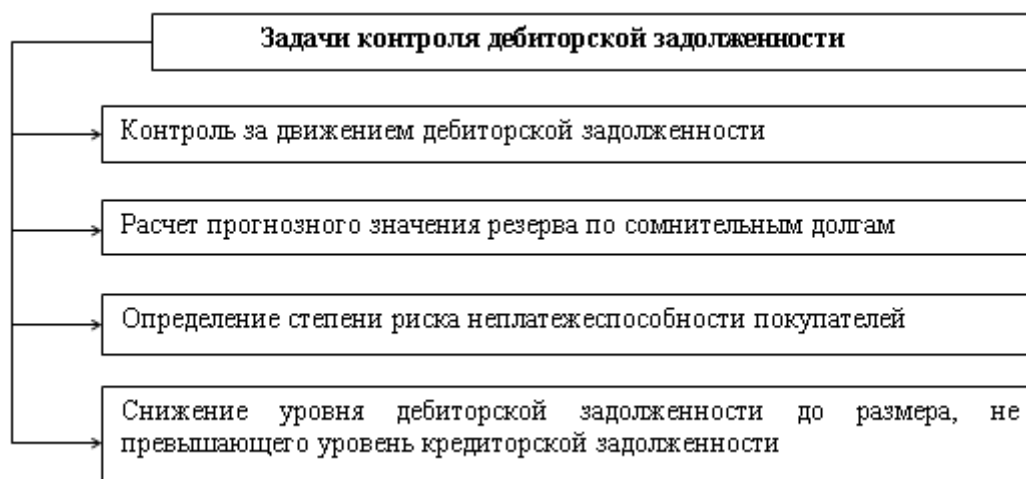


Рис. 2. Задачи контроля дебиторской задолженности

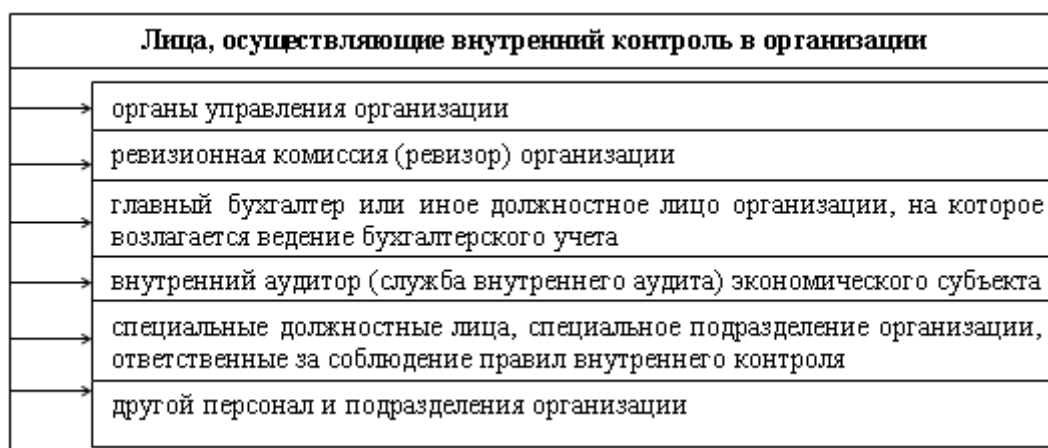


Рис. 3. Лица, осуществляющие внутренний контроль в организации

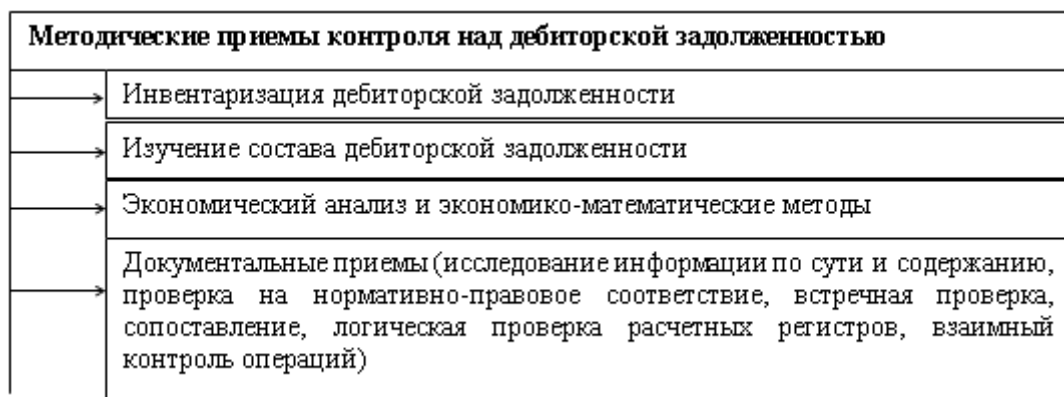


Рис. 4. Методические приемы контроля над дебиторской задолженностью

Внутренний контроль над дебиторской задолженностью чаще всего осуществляют главный бухгалтер или иное должностное лицо организации, на которое возлагается ведение бухгалтерского учета.

Методические приемы контроля над дебиторской задолженностью включают в себя методы, представленные на рисунке 4.

Осуществление контроля над дебиторской задолженностью предусматривает отдельный учет двух основных ее видов: нормальной и просроченной. Нормальной признается задолженность за отгруженные товары, работы, услуги, срок оплаты по которым еще не наступил, но право собственности перешло к покупателю [6]. Просроченная, в свою очередь, это задолженность за товары, работы и услуги, срок оплаты по которым согласно договору истек. Возникновение такой задолженности связано с нарушением покупателем или заказчиком сроков расчетов за предоставленные товары, работы, услуги, невозвращенные в срок суммы, выданные подотчетным лицам, а также выявленные хищения товарно-материальных ценностей и денежных средств.

Обнаружению дебиторской задолженности способствует инвентаризация расчетов с контрагентами. Инвентаризация является основным способом контроля за состоянием дебиторской задолженности и позволяет выявить просроченные долги. Осуществлять такой контроль рекомендуется не менее двух раз в месяц.

Распространенным методом контроля над дебиторской задолженностью является изучение состава долгов. На этой фазе анализа рассматривается состав просроченной задолженности, выделяются сомнительная и безнадежная задолженности, то есть оценивается качество дебиторской задолженности. Исходной информацией для анализа служат данные бухгалтерского учета по задолженности конкретных контрагентов, при этом важно получить информацию не только о сумме задолженности, но и о сроках ее возникновения.

Расчетно-аналитические методические приемы контроля основаны на применении методов анализа деби-

торской задолженности, что дает возможность оценить и выявить динамику этой задолженности и исследовать причины образования нереальных к взысканию долгов [8]. Расчетно-аналитические приемы включают в себя расчет определенных показателей.

На конец каждого месяца рекомендуется рассчитывать коэффициент инкассации, который позволит определить долю оплаты ранее отгруженных товаров (работ, услуг) в текущем периоде. На основании рассчитанного коэффициента инкассации составляется план погашения дебиторской задолженности, позволяющий сделать прогноз ее остатка на конец месяца, а также сроки поступления денежных средств.

Следующим показателем рекомендуется рассчитывать коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности. Данный коэффициент позволяет судить о том, сколько раз в среднем в течение отчетного периода дебиторская задолженность превращается в денежные средства, т. е. погашается.

Оценить степень деловой активности организации может сравнение сроков погашения дебиторской задолженности с фактическими сроками, на которые предоставляются кредиты покупателям. Что позволит определить эффективность организации кредитного контроля, а также получить информацию о надежности дебиторов [6].

Документальные методы требуют использования приемов исследования сущности и содержания расчетных операций для выяснения полноты, законности и правильности отражения расчетов с дебиторами. Выявление нарушений расчетов отражаются в соответствующем разделе акта (заключения) ревизионной комиссии.

Таким образом, внутренний контроль за дебиторской задолженностью обеспечивает последовательную и эффективную работу организации, сохранение активов в связи с своевременным отслеживанием сомнительной задолженности, своевременное и полное отражение хозяйственных операций по расчетам с клиентами в бухгалтерском учете.

Литература:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ (ред. от 23.05.2016) «О бухгалтерском учете». [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/.
2. Информация Минфина России N ПЗ-11/2013 «Организация и осуществление экономическим субъектом внутреннего контроля совершаемых фактов хозяйственной жизни, ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности» от 26.12.2013. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156407/
3. Внутренний контроль предприятия малого бизнеса. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.26-2.ru/qa/1609-vnutrenniy-kontrol-predpriyatiya-malogo-biznesa>.
4. Положение о документах и документообороте в бухгалтерском учете, утв. Минфином СССР 29.07.1983 № 105. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_3028/.
5. Дронова, Ю. В. Дебиторская задолженность в теплоэнергетике: причины возникновения и пути решения проблемы [Текст] / Ю. В. Дронова, О. А. Владимирова // Экономика и предпринимательство. — 2016. — № 2. — с. 274–280.
6. Кириченко, Т. В. Финансовый менеджмент [Текст]: учебник / Т. В. Кириченко. — М.: Дашков и К, 2016. — 483 с.
7. Косолапова, М. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности [Текст]: учебник / М. В. Косолапова, В. А. Свободин. — М.: Дашков и К, 2016. — 246 с.
8. Куприянова, Л. М. Оценка эффективности управления дебиторской задолженности [Электронный ресурс] / Л. М. Куприянова, А. Н. Болдырев // Мир новой экономики. — 2015. — № 2. — с. 47–55. — Режим доступа: <http://www.fa.ru/dep/mne/Pages/Arhiv.aspx>.
9. Линг, В. В. Управление дебиторской задолженностью на предприятии [Текст] / В. В. Линг // Экономика и предпринимательство. — 2015. — № 10. — с. 1166–1169.

Перспективы развития энергетики в России и в мире

Соболь Михаил Сергеевич, студент;
Быкова Анастасия Викториновна, студент
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

В настоящее время темпы развития экономики выявляют основные проблемы развития мирового энергетического комплекса. Происходит постепенное завершение эры углеводородов, основные причины этого — дороговизна энергии, превышение темпов роста потребления электроэнергии над темпами ее выработки электроэнергии и постепенное истощение природных ресурсов.

Проблемой и сложностью исследования путей развития мировой энергетики является необходимость учитывать взаимное влияние трендов развития мировой экономики и мировой энергетики, технологических, ресурсных и экологических трендов, а также политических и социокультурных проблем. Особенно важной становится необходимость учитывать взаимное влияние энергетики и экономики. Для решения этой задачи наиболее целесообразным является применение сценарного подхода.

Наиболее распространенными вариантами развития событий на настоящем этапе являются следующие сценарии: инерционный (углеводородный) сценарий, стагнационный (возобновляемый) сценарий, инновационный (возобновляемо-атомный) сценарий. [1]

Инерционный сценарий предполагает продолжение постиндустриальной фазы и острый кризис после 2030 г. из-за достижения пределов роста индустриальной фазы. По данному сценарию будет происходить расширение индустриальной энергетики в развивающихся странах одновременно с медленным развитием постиндустриальной энергетики в развитых странах. В результате прогнозируется быстрый рост спроса на ископаемые источники энергии, рост разногласий между компаниями и государствами на этой почве, ухудшение экологической ситуации в целом.

Стагнационный сценарий предполагает тенденцию к развитию всех существующих альтернатив нефтепродуктам и двигателю внутреннего сгорания, основной предпосылкой чего является приобщение развивающихся стран к существующим технологиям с целью снижения энергоемкости процесса индустриализации. В результате основные изменения в мировой энергетике будут регулятивными. Сложится сложная система, регулирующая мировую энергетику и включающая в себя глобальные и локальные климатические соглашения, климатические налоговые и таможенные тарифы, технологические стандарты.

Инновационный сценарий предполагает преодоление пределов роста индустриальной фазы и переход к новой фазе к 2030 году. При реализации такого сценария прогнозируется формирование энергетики нового типа в развитых странах и в некоторых лидирующих развивающихся странах. Согласно данному сценарию, в атомной энергетике ожидается прорыв. К 2030 г. атомная энергетика может возрасти вдвое, а к 2050 г. — вчетверо по сравнению с уровнем 2011–2016 годов. В результате основные изменения в мировой энергетике будут технологическими, а регулятивные и геополитические факторы отступят на задний план. Данные изменения приведут к переходу энергетики к новому этапу — постиндустриальному. [1]

В текущих условиях наиболее перспективным представляется именно инновационный сценарий, для реализации которого необходим рост выработки электроэнергии при снижении требуемого сырья. Это предположение подтверждает тот факт, что значение атомной энергетики растет с каждым годом, более того, в настоящее время в мире обозначилась тенденция, получившая название «ядерный ренессанс», под которой подразумевается увеличение доли ядерной энергетики в мировом энергобалансе.

Согласно данным компании BP, можно сделать вывод о том, что на данном этапе электроэнергия, выработка которой требует использование угля, природного газа или нефти, составляет свыше 80% всей производимой энергии. Однако по мере истощения ресурсов появляются все более конкурентоспособные возобновляемые источники (ветровая, солнечная энергия и др.), и их доля в общем объеме выработки растет с каждым годом. [2]

Возобновляемые источники обладают несомненными преимуществами перед традиционными источниками энергии, поскольку в теории они способны решить глобальные энергетические проблемы, но на сегодняшний день они являются лишь небольшим дополнением к ископаемым видам топлива. Поэтому, на взгляд исследователя, в глобальной энергетике именно атомная энергетика является чрезвычайно перспективным направлением для развития. Ее развитие может способствовать переходу от традиционной ядерной энергетики к управляемому термоядерному синтезу, и если наука позволит осуществить этот переход, человечество выйдет на новый уровень своего развития.

Говоря об экономической целесообразности выработки атомной энергии, можно отметить, что далеко не все страны обладают возможностями использовать данный вид энергии, потому что сейчас атомные электростанции чрезвычайно дороги в эксплуатации. Существуют разногласия относительно рентабельности выработки атомной энергии, но ее несомненные преимущества перед другими видами энергии — устойчивость обеспечения базовой выработки, возможность вторичного использования топлива и отсутствие вредных выбросов в атмосферу — говорят о том, что в будущем конкурен-

тоспособность атомной энергетики будет расти наряду с рентабельностью.

Решение проблемы рентабельности выработки атомной энергии можно найти в опыте Китая — многие построенные и еще строящиеся там атомные электростанции абсолютно идентичны, в отличие, к примеру, от отличающихся друг от друга атомных электростанций США. С экономической точки зрения, решением проблемы рентабельности является повышение эффективности затрат, возникающее при массовом производстве. Китай в последние годы значительно увеличивает долю затрат на НИОКР в ВВП страны, находясь по уровню затрат на НИОКР в процентном выражении наравне с развитыми странами, а в денежном превосходя большинство из них (рис. 1). Значительную часть расходов составляют расходы разработок энергетического сектора. [3]

Другие страны Азии также наращивают объемы выработки атомной энергии, в то время многие европейские страны и Япония стремятся к отказу от атомной энергетики в связи с экологическими угрозами, проблема которых особенно остро встала после аварии японского ядерного реактора на АЭС в 2011 году. Однако автор склонен согласиться с мнением ученых-физиков, в соответствии с которым при должном соблюдении техники безопасности польза от деятельности атомных станций для человечества значительна, в то время как риски возникновения чрезвычайных ситуаций минимальны при существующем подходе к обеспечению безопасности на атомных станциях.

Возвращаясь к трем наиболее перспективным сценариям развития мировой энергетики, следует отметить, что при реализации возобновляемого и возобновляемо-атомного сценариев Россия окажется в проигрышном положении из-за не учитываемых возникающих вызовов современной государственной энергетической политики. Необходима корректировка энергетической политики в соответствии с перспективой создания энергетики постиндустриального типа. Данные меры помогут избежать глубокого технологического отставания страны в будущем, поскольку запас исчерпаемых источников энергии ограничен и в мире в любом случае будут происходить изменения структуры энергобаланса.

Для решения проблем энергетического комплекса как в России, так и в мире необходимо проведение исследований, направленных на поиск альтернативы углеводородам. Перспективы развития мировой энергетики во многом зависят от финансирования научных исследований. В будущем на смену эре углеводородов должны прийти инновационные технологии, с которыми связываются основные перспективы энергетики (биотопливо, ветроэнергетика, геотермальная энергетика, гелиоэнергетика, термоядерная энергетика, водородная энергетика, приливная энергетика), и доля затрат на их разработку должна повышаться в общей доле затрат на НИОКР.

Анализ технологических трендов свидетельствует о том, что мировая энергетика стоит на пороге энергетической революции, при которой осуществится переход от

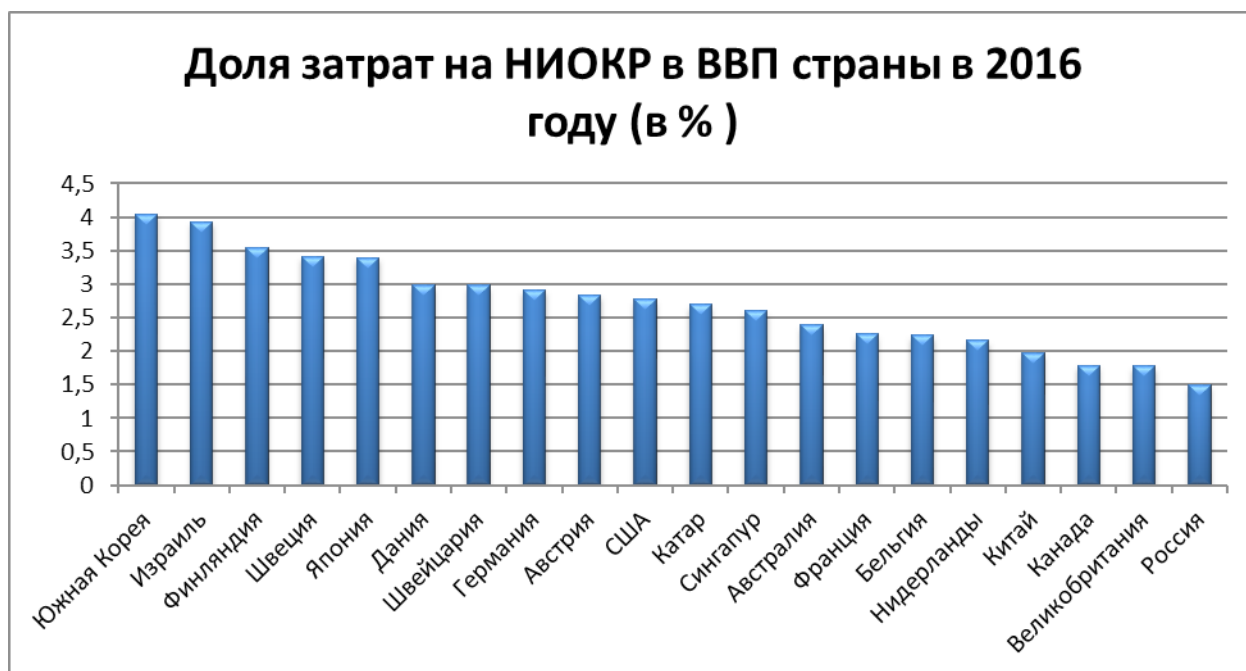


Рис. 1. Доля затрат на НИОКР в ВВП страны в 2016 году (в %). Источник: 2016 Global R&D Funding Forecast // Industrial Research Institute [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.iriweb.org/>

индустриальной энергетики к постиндустриальной. Индустриальная, или «силовая», энергетика основана на сжигании ископаемого топлива, транспортируемого на большие расстояния, и на потреблении больших объемов энергии при сравнительно слабом управлении энергетическими потоками. Постиндустриальная («умная») энергетика отличается от нее тем, что основывается на энергии возобновляемых источников энергии (а также атомной энергетике), децентрализации энергии, эффективном использовании сравнительно небольших потоков энергии («умная энергетика»). Основные направления энергетической революции — повсеместное распространение

технологий энергосбережения, интеграция энергетики в техносферу, распространение ВИЭ, децентрализация энергетики, создание «умных сетей» и энергоинформационных систем, «энергоэффективный дом» и «энергоэффективный город». [1]

Подводя итоги, следует сказать, что при современном уровне развития науки наиболее предпочтительным будущим мировой энергетики является реализация инновационного сценария, при котором происходит развитие атомной энергетики, но в долгосрочной перспективе необходимо повышать расходы на НИОКР для поиска и разработки новых источников энергии.

Литература:

1. Прогноз развития энергетики мира и России до 2040 года // Институт энергетических исследований РАН — Аналитический центр при Правительстве РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.eriras.ru/files/prognoz-2040.pdf>
2. BP Statistical Review of World Energy June 2016 // BP [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bp.com/content/dam/bp/pdf/energy-economics/statistical-review-2016/bp-statistical-review-of-world-energy-2016-full-report.pdf>
3. 2016 Global R&D Funding Forecast // Industrial Research Institute [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://www.iriweb.org/sites/default/files/2016GlobalR %26DFundingForecast_2.pdf](https://www.iriweb.org/sites/default/files/2016GlobalR%26DFundingForecast_2.pdf)

Теоретические основы доходного подхода и особенности его применения на практике для оценки стоимости коммерческого банка

Сорокина Марина Геннадьевна, доктор экономических наук, профессор;
Корчеманова Анна Вячеславовна, магистр
Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королёва

Выбор метода оценки зависит от располагаемой оценщиком информации и от типа определяемой стоимости. Первое ограничение существенно уменьшает возможность выбора оценщиков адекватных подходов и методов, а второе ограничение оставляет возможность применения нескольких подходов и методов.

Предпосылкой применения доходного подхода является максимальное соответствие целями и принципам оценки действующего бизнеса [1]. Это относится, прежде всего, к методу дисконтированных денежных потоков.

Первым шагом в определении стоимости коммерческого банка доходным подходом является определение чистого денежного дохода. ЧДД общее складывается из ЧДД от операционной деятельности и ЧДД от не операционной деятельности.

$$\text{ЧДД} = (\text{ЧДД}_{\text{од}} + \text{ЧДД}_{\text{н\text{од}}}) \times (1 - \text{Н}),$$

где Н — ставка налога на прибыль коммерческого банка.

Для определения чистого денежного дохода используется механизм, основанный на спред модели, заключенный в определении % дохода, % расхода, дохода от размещенных средств СК, величины ФОР, учитывает также непроцентные доходы и непроцентные расходы, сумму выплат налогов за определённые период. Формализованное представление ЧДД представлено ниже.

$$\text{ЧДД} = \alpha Y - \beta X + \alpha \text{СК} + \gamma X - \sum P + \sum D - \sum H, \quad (1)$$

где ЧДД — чистый денежный доход коммерческого банка;

α — средневзвешенная процентная ставка размещенных средств;

Y — сумма размещенных средств в кредиты;

β — средневзвешенная процентная ставка привлеченных средств;

X — сумма привлеченных средств на депозитные вклады;

СК — размер собственного капитала, размещаемого в кредиты;

γ — норматив отчисления обязательных резервов;

$\sum P$ — сумма прочих (непроцентных) расходов;

$\sum D$ — сумма прочих (непроцентных) доходов;

$\sum H$ — сумма налогов.

Для определения суммы кредитных вложений необходимо воспользоваться процедурой агрегацией статей актива баланса и агрегация статей пассива баланса для определения суммы привлеченных средств.

При оценке стоимости коммерческого банка доходным подходом необходимо рассчитать поправки на риск, возникающие в ходе операционной деятельности.

Основные поправки, которые необходимо рассчитать в рамках данного подхода являются: риск изменения объемных показателей, риск просроченной задолженности и поправку на процентный риск [2].

Следует рассмотреть показатель риска изменения объемных показателей коммерческого банка. Для этого исследуем влияние остатков по кредитным вложениям и привлеченным средствам. Для этого следует продифференцировать уравнение операционного дохода из систем уравнений по Y и X. В результате получим следующую систему уравнений для коэффициентов чувствительности:

$$E_{\text{од}}^Y = \frac{\partial \text{ЧДД}_{\text{од}}}{\partial Y} = \begin{cases} \tau(Y\alpha - X\beta), & \text{если } \tau_{\text{д}} = \tau_{\text{к}} \\ (\tau Y\alpha - \tau_1 X_1 \beta^3), & \text{если } \tau_{\text{д}} < \tau_{\text{к}}, \\ (\tau_1 Y_1 \alpha^3 - \tau X\beta), & \text{если } \tau_{\text{д}} > \tau_{\text{к}} \end{cases} \quad (2)$$

$$E_{\text{од}}^X = \frac{\partial \text{ЧДД}_{\text{од}}}{\partial X} = \begin{cases} \tau(Y\alpha - X\beta) \times \Delta X, & \text{если } \tau_{\text{д}} = \tau_{\text{к}} \\ (\tau Y\alpha - \tau_1 X_1 \beta^3) \times \Delta X, & \text{если } \tau_{\text{д}} < \tau_{\text{к}}, \\ (\tau_1 Y_1 \alpha^3 - \tau X\beta) \times \Delta X, & \text{если } \tau_{\text{д}} > \tau_{\text{к}} \end{cases} \quad (3)$$

Уравнение для $E_{ОД}^Y$ характеризует доход, который получил банк за время τ на одну денежную единицу кредита, а величина $E_{ОД}^X$ — доход, получаемый банком за время τ на одну денежную единицу привлеченного ресурса.

$$\Delta ЧДД_x = \frac{\partial ЧДД}{\partial x} \times \Delta X \tag{4}$$

$$\Delta ЧДД_y = \frac{\partial ЧДД}{\partial y} \times \Delta Y \tag{5}$$

Поправка на риск просроченной задолженности может отражаться в финансовой отчетности коммерческого банка на соответствующих счетах баланса, а также может находиться в скрытой форме в виде продления кредитных договоров или перекредитовании заемщика. В связи с этим перед оценщиком стоит задача определения скрытых форм задолженности.

Рассмотрим один из методов определения скрытой просроченной задолженности — модель гэпа.

Гэп — понятие, принятое в банковской практике и характеризующее разность между величинами активов и пассивов, чувствительных к изменению ставки процента.

Гэп равен разнице между размером чувствительных активов и размером чувствительных пассивов. А возможные варианты положения гэпа: гэп равен нулю; гэп больше нуля; гэп меньше нуля.

Тем не менее в банковской практике не все чувствительные пассивы вовлекаются в кредиты: остатки на расчетных счетах клиентов; депозиты до востребования; отвлечение в фонд обязательных резервов и т. д. Учитывая данную специфику получить положения гэпа равное нулю, либо гэп больше нуля возможно, либо при формировании портфеля долгосрочными ресурсами и краткосрочными кредитами, либо при наличии на балансе просроченные кредиты. В этой связи задача управления структурой пассивов и активов (гэпом) должна сводиться к анализу объемных отношений эффективного кредитного ресурса и кредитных вложений в условиях процентного риска [3]. Под эффективным кредитным ресурсом будем понимать объем денежных средств, который банк потенциально может разместить в кредиты, обеспечив при этом необходимые расчетно-кассовые операции. Определяется эффективный кредитный ресурс, при использовании структуры депозитного портфеля.

$$КР_{эф} = \sum_{i=1}^m \sum_{h \in H} (1 - \gamma) X_{ih} + X_{sh} + X_{kh} + \delta \times X_{\mu} + X_{снетто} - 0,05 ВБ, \tag{6}$$

где δ — уровень оседания денежных средств на счетах до востребования,

X_{μ} — остатки денежных средств на счетах до востребования,

$X_{снетто}$ — собственные средства нетто банка,

ВБ — валюта баланса.

Кредитные вложения банка будут определяться:

$$КВ = \sum_{j=1}^n \sum_{\lambda \in L} Y^{j\lambda} \tag{7}$$

Тогда возможные варианты положения гэпа на момент переоценки активов и пассивов будут иметь следующие соотношения:

$$\Gamma_t = КВ_t - КР_{эфt} = 0 \text{ (нулевой)}; \tag{8}$$

$$\Gamma_t = КВ_t - КР_{эфt} > 0 \text{ (позитивный)}; \tag{9}$$

$$\Gamma_t = КВ_t - КР_{эфt} < 0 \text{ (негативный)}. \tag{10}$$

Считая гэп Γ_t управляющим параметром банковской деятельности, рассмотрим его взаимосвязь с операционным доходом.

Динамика операционного дохода ОД, получаемого при заданном сочетании активов и пассивов, в результате изменения ставки процента α и β , является разностной величиной и зависит от величины гэпа, который также является разностной переменной:

$$\Delta ЧДД_{од} = (\alpha - \beta) \Gamma_t \tag{11}$$

Уравнение (11) получено в предположении о постоянстве величин $КВ_t$ и $КР_{эфt}$, а также неизменности спреда между кредитной и депозитной ставками процента α и β . В случае если получено значение Гэпа положительно и средняя срочность депозитного и кредитного портфеля не определяется соотношением $\tau_d > \tau_k$, то необходимо учесть изменение операционного дохода, рассчитанного по формуле (3.16), как уменьшение операционного дохода за счет скрытой просроченной задолженности.

С учетом выше сказанного, поправка на риск просроченной задолженности заемщиков коммерческого банка будет определяться:

$$\text{ЧДД}_{\text{од}} = \text{ОД} + \Delta\text{ЧДД}_y + \Delta\text{ЧДД}_x - \Delta\text{ЧДД}_{\text{од}} \quad (12)$$

Следует рассмотреть поправку на процентный риск.

Процентный риск — это риск потенциальной подверженности финансового положения банка воздействию неблагоприятного изменения процентных ставок.

Этот риск влияет на доходы банка, экономическую стоимость активов, обязательства и внебалансовые инструменты.

Будущие изменения процентных ставок содержат в себе не только возможность ухудшения финансового положения банка (процентный риск), но и возможность улучшения этого положения [4]. При измерении процентного риска и управлении им необходимо учитывать обе обозначенные возможности

Наиболее легкий способ изменения процентного риска включает в себя определение разрыва между активами и обязательствами по срокам (анализ положения гэпа) [5]. Он является одним из первых подобных методов и на сегодняшний момент широко используется банками.

Определение чувствительности процентного дохода к изменению процентных ставок кредита α и депозитов β выполняется следующим образом.

Продифференцируем уравнение для процентного дохода по параметру α и получим:

$$E_{\text{од}}^{\alpha} = \frac{\partial \text{ОД}}{\partial \alpha} = \tau \left(y + \alpha \frac{\partial y}{\partial \alpha} - \beta \frac{\partial X}{\partial \alpha} - X \frac{\partial \beta}{\partial \alpha} \right) \quad (13)$$

$$\text{Учитывая, что } \frac{\partial y}{\partial \alpha} = \frac{\partial x}{\partial \alpha} = \frac{\partial \beta}{\partial \alpha} = 0, \text{ то } E_{\text{од}}^{\alpha} \frac{\partial \text{ОД}}{\partial \alpha} = \tau y \quad (14)$$

Из уравнения (14) следует, что при увеличении процентной ставки кредита α на один пункт, операционный доход увеличится на τy .

Дифференцируя уравнение для процентного дохода по процентной ставке депозита β , получается:

$$E_{\text{од}}^{\beta} = \frac{\partial \text{ОД}}{\partial \beta} = \tau \left(-x + \alpha \frac{\partial y}{\partial \beta} + \frac{\partial \alpha}{\partial \beta} y - \beta \frac{\partial X}{\partial \beta} \right) \quad (15)$$

$$E_{\text{од}}^{\beta} = \frac{\partial \text{ОД}}{\partial \beta} = \tau \left(-x + \alpha \frac{\partial y}{\partial \beta} + \frac{\partial \alpha}{\partial \beta} y - \beta \frac{\partial X}{\partial \beta} \right) \quad (16)$$

Поскольку $\frac{\partial y}{\partial \beta} = \frac{\partial \alpha}{\partial \beta} = \frac{\partial x}{\partial \beta} = 0$, то из последнего уравнения находим, что:

$$E_{\text{од}}^{\beta} \frac{\partial \text{ОД}}{\partial \beta} = -\tau x \quad (17)$$

Это равенство означает, что с увеличением процентной ставки депозита на один пункт, величина процентного дохода уменьшается на величину τx .

При известных коэффициентах чувствительности дохода, $\frac{\partial \text{ОД}}{\partial \alpha}$, $\frac{\partial \text{ОД}}{\partial \beta}$ и известных величинах изменения рыночных факторов изменение операционного дохода определяется из следующих равенств:

$$\Delta\text{ЧДД}_{\alpha} = \frac{\partial \text{ЧДД}_{\text{од}}}{\partial \alpha} \times \Delta \alpha, \quad (18)$$

$$\Delta\text{ЧДД}_{\beta} = \frac{\partial \text{ЧДД}_{\text{од}}}{\partial \beta} \times \Delta \beta \quad (19)$$

При одновременном изменении нескольких факторов, величина изменения прибыли определится как сумма изменений от каждого фактора [6].

Таким образом, с учетом поправок на риск, возникающий в ходе операционной деятельности $\text{ЧДД}_{\text{од}}$, определится по следующему выражению:

$$\text{ЧДД}_{\text{од}} = \text{ОД} + \Delta\text{ЧДД}_y + \Delta\text{ЧДД}_x - \Delta\text{ЧДД}_{\text{од}} + \Delta\text{ЧДД}_{\alpha} + \Delta\text{ЧДД}_{\beta}, \quad (20)$$

Для построения модели оценки стоимости коммерческого банка определяется ставка дисконтирования, где за базовую процентную ставку берётся коэффициент ROE скорректированная на темп прироста.

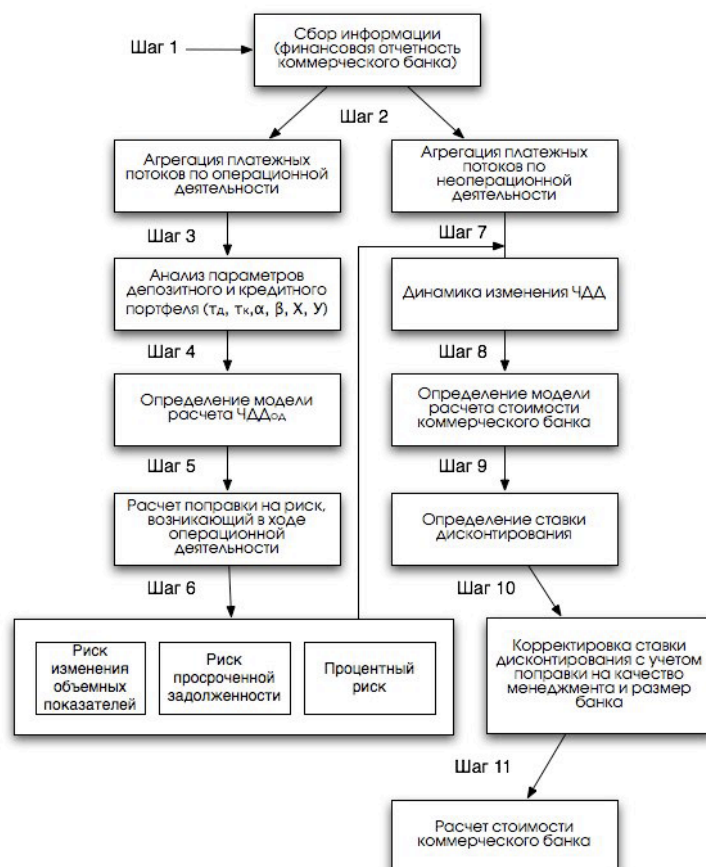
$$I_0 = ROE - g, \tag{21}$$

где $ROE = \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Собственный капитал}}$;

g — темп прироста ЧДД банка.

Обобщенный механизм оценки стоимости коммерческого банка представлен ниже на рис 1.

Таким образом, рыночная стоимость коммерческого банка, определяется с учётом динамики изменения объемных показателей, динамики изменения ставок по кредитным и депозитным портфелям, а также риска просроченной задолженности. Менеджер коммерческого банка может определить перспективы развития коммерческого банка и предотвратить операционные риски на основе стоимостного анализа.



Литература:

1. Мозгалева, Т.Н. Проблемы оценки рыночной стоимости коммерческого банка в России и возможности их решения // Аудит и финансовый анализ: сб. науч. тр. / под общ. ред. П. С. Саврасова — М: изд-во Московск. гос. ун-та, 2010. — Вып. 2. — с. 1–19
2. Антилл, Н., Кеннет Л., Оценка компаний: анализ и прогнозирование с использованием отчетности по МСФО / перевод. с англ. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Альпина Паблишерс, 2011. — 454 с.
3. Коупленд, Т., Колер Т., Муррин Д. Стоимость компаний: оценка и управление/ перевод с англ. — изд. 3-е, доп. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. — 576 с.
4. Дамодаран, А. Инвестиционная оценка, инструменты и методы оценки любых активов / перевод. с англ. — изд. 4-е, доп. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2010. — 1341 с.
5. Роуз, П. Банковский менеджмент/перевод с англ. — изд. 2-е, доп. — М.: Дело Лтд, 2001. — 512 с.
6. Никонова, И.А., Р.Н. Шамгунов., Стратегия и стоимость коммерческого банка — М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. — 304 с.

Девять бизнес-идей, которые возможно реализовать в сети Интернет уже завтра

Стрельченко Екатерина Алексеевна, студент;
Бедина Полина Артемовна, студент
Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

В центре внимания исследовательской работы лежат аналитические выводы, позволяющие выделить девять бизнес-идей, являющихся наиболее востребованными в сети Интернет на начало 2017 года. В данной статье особое внимание уделено таким видам бизнесов в сети Интернет, как SEO-консультант, бизнес-коучинг, специализированный розничный торговец, консультант по социальным сетям, веб-дизайнер, поставитель резюме/сопроводительных писем, ассистент/менеджер задач, процессуальный фрилансер, партнерский маркетинг.

Ключевые слова: экономика, малый бизнес, резюме, поиск работы, рекрутская служба, полный рабочий

Когда вы мечтаете открыть свой собственный бизнес, является возможным представить себе четыре белые стены и беспорядок в коробках, находящихся там? Чтобы распаковать их в коммерческом пространстве потребуется немало сил, так ведь? Именно поэтому создание бизнес-идеи и её дальнейшее воплощение в реальность является самым трудоемким и сложным процессом, его необходимо обдумать «с ног до головы» [1, с. 8].

С помощью современных технологий представляется возможность запустить бизнес, например, в Интернете, зачастую не требующих больших затрат.

Сосредоточив внимание на своих сильных сторонах, вы сможете создать список клиентов и начать свой онлайн-бизнес. Ниже представлены 9 отличных бизнес-идей, с которыми вы можете работать в сети Интернет.

SEO-консультант

Знаете ли вы входы и выходы поисковых систем и обладаете ли навыками в таких платформах, как Google Analytics? Владельцы многих небольших компаний не понимают, насколько эффективна поисковая оптимизация (SEO) в их бизнесе. Обладая владельцем бизнеса силе SEO, чтобы поспособствовать модификации их сайтов в более продуктивную форму. Используйте свои навыки, чтобы показать владельцу бизнеса, как правильно читать и использовать их данные аналитики, как правильно использовать ключевые слова и структурировать контент, чтобы получить гораздо больше трафика.

Бизнес-коучинг

Если вы располагаете большим опытом работы и знаниями, почему бы не создать бизнес, который помогает начинающим предпринимателям добиться успеха? Вы можете использовать свои навыки, чтобы помочь новым владельцам бизнеса выйти на хороший старт и помочь опытным предпринимателям идти в ногу со спросом. Чтобы продемонстрировать свои знания и навыки и привлечь клиентов, вы также можете писать статьи о бизнесе на таких платформах, как LinkedIn.

Специализированный розничный торговец

Необходимо помнить, что аудитория потребителей рынка товаров очень разнообразна, потребности могут доходить до абсурда. Будь то изготовление мебели для ку-

льных домиков или создание органического корма для собак. С помощью специализированного магазина электронной коммерции предоставляется возможность детально проанализировать рынок и связаться с теми клиентами, которые находятся в поиске именно Вашего продукта. Все, что вам нужно — это услуга веб-хостинга с интегрированной функцией корзины покупок или с программным обеспечением для электронной коммерции. Далее Ваш бизнес начнет функционировать в кратчайшие сроки. Вы можете даже работать с поставщиками, чтобы отправлять продукцию клиентам от вашего имени, а это означает, что нет необходимости владеть большим количеством ресурсов.

Консультант по социальным сетям

Большие компании могут нанять агентство или штатного сотрудника для работы с учетными записями в Facebook и Twitter, но малым предприятиям часто приходится заниматься собственным маркетингом в социальных сетях. С таким большим количеством обязанностей владельцы бизнеса как правило не справляются ввиду своей занятости, либо же они недостаточно проинформированы про такой мощный маркетинговый способ продвижения продукта (услуги), как социальные сети. Им нет необходимости (как они считают) тратить собственное время на разработку и реализацию отличной стратегии в социальных сетях. Именно поэтому, в решении данной проблемы могут помочь консультанты, способные обучить предпринимателя основам формирования «социальной» тактики компании и продвижения контента компании для своей целевой аудитории. По мере того, как растет число ее последователей, будет расти и ваш бизнес.

Веб-дизайн

Нет ничего более отвратительного, чем плохо разработанный веб-сайт. Зачастую это вызывает недоверие со стороны потенциальных клиентов. Если вы знаете HTML и хорошо ориентируетесь в дизайне, вы можете запустить сервис для создания привлекательных и простых в использовании веб-сайтов для малого бизнеса. Воспользуйтесь своими навыками для создания эффективного продукта для владельцев бизнеса, которые хотят перенести свое «присутствие» в сети на новый уровень. Создайте всеобъ-

емлющий портфель, а затем уже и собственный веб-сайт для его демонстрации и дальнейшего привлечения постоянного потока клиентов [3, с. 63].

Составитель резюме / сопроводительных писем

Выдающееся резюме и сопроводительное письмо могут внести кардинальные изменения в сознание службы рекрутинга и повлечь за собой крайнюю заинтересованность в сотруднике со стороны абсолютно любой компании. Хотя список достижений в карьере может показаться легкой задачей, искусство «скромного хвастания» ускользает от некоторых из нас. Предлагайте свои услуги в создании «звездного» резюме, но не переусердствуйте, иначе работник в первый же рабочий день будет разоблачен.

Ассистент / менеджер задач

У вас есть безупречные организационные навыки? Можете ли вы быстро и эффективно выполнять любого рода задачи? Может быть, пришло время хорошо использовать уже имеющиеся навыки, став онлайн-помощником или менеджером задач. Такие сервисы, как TaskRabbit или Zirtual (имеющие огромный спрос за пределами Российской Федерации), позволяют подписываться на задачи, которые вам необходимо выполнить. Предоставляется помощь следующего плана: решение обыкновенной линейной задачи компании, сбор/исследование необходимых данных, виртуальный помощник, выполнение поручений, определение клиентской базы и многое другое. Возможно создать подобный аналог на российском рынке [4, с. 50].

Профессиональный фрилансер

Под фрилансером зачастую понимают частного специалиста (свободного работника), одновременно выполняющего заказы для разных клиентов. Вы можете не думать о фрилансе как о бизнесе, но все больше компаний обращаются к работникам, занятым неполный рабочий день, с

целью заполнить пробелы в своих рабочих моментах. Не сложно представить, каково это зарабатывать на жизнь, предоставляя предприятиям разнообразные услуги внештатных сотрудников. В зависимости от ваших навыков вы можете работать с несколькими компаниями в различных областях. Согласно Farpost.ru, технические услуги (программирование, обслуживание ПК и сетей), создание контента и веб-дизайн являются самыми популярными профессиями фрилансеров в Российской Федерации по состоянию на 2017 год.

Партнерский маркетинг

Если вы человек, который любит оставлять отзывы клиентов на сайтах вроде Amazon, то можете сделать это бесплатно. Реклама «из уст в уста» по-прежнему является огромным примером для многих компаний, и многие компании готовы поделиться частью своей прибыли с убедительными людьми, которые будут продвигать необходимый продукт на рынке. Если у вас есть личный веб-сайт с большим числом пользователей (Например, социальная сеть «Instagram», то это проще простого. PR-представители всегда ищут лидеров бренда, которым они могут отправить бесплатные образцы того или иного продукта для рекламных целей [2, с. 119].

Заключение

Из вышесказанного следует вывод: на самом деле, бизнес-идей, с помощью которых можно прилично заработать в сети Интернет, большое количество. В статье выделены девять основных видов бизнеса, которые в настоящее время, в 2017 году, пользуются наибольшим спросом на российском рынке [5, с. 184]. Тем не менее, в каждый из них следует вносить свою «изюминку», чтобы спровоцировать внимание и заинтересованность предпринимателей, иначе можно «слиться» с толпой.

Литература:

1. Бандурина, О. С. Если вы нуждаетесь в бизнесе, а бизнес — в идеях / О. С. Бандурина — Москва: Издательство Информационно-аналитический центр «Патент», 2012. — 7–10 с.
2. Карасева, В. В. Комплекс маркетинга в интернет-бизнесе / В. В. Карасева — Москва: Издательство Центр маркетинговых исследований и менеджмента, 2008. — 117–125 с.
3. Морозов, Е. Я. Использование информационных ресурсов Интернета в экономике и бизнесе / Е. Я. Морозов — Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, 2013. — 63–64 с.
4. Орехов, С. А. Повышение конкурентоспособности в Интернете как важнейший фактор повышения эффективности в бизнесе / С. А. Орехов — Москва: Издательство Издательский центр «Науковедение», 2013. — 75 с.
5. Птуха, А. Как получить дополнительную прибыль в малом бизнесе с помощью Интернета / А. Птуха — Москва: Издательство Издательский дом «Гребенников», 2014. — 184–186 с.

Поощрение и стимулирование как методы эффективного управления персоналом организации

Стукова Юлия Евгеньевна, кандидат экономических наук;

Букарева Елизавета Олеговна, студент

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

В статье рассмотрены методы поощрения и стимулирования, эффективность их применения и влияние на трудовое поведение персонала.

Ключевые слова: поощрение, стимулирование, виды стимулирования и поощрения, управление персоналом, работодатель, персонал, схожесть и отличие поощрения от стимулирования, мотивация

На сегодняшний день проблема совершенствования организации и управление производством является актуальной.

К основным методам управления относят: убеждение, поощрение, стимулирование и принуждение.

Убеждение — это процесс последовательно осуществляемых действий, который включает в себя такие элементы как внушение, воздействие на сознание, побуждение желаний.

Поощрение — это метод внешнего активного стимулирования, побуждение к положительной, инициативной и творческой деятельности, осуществляемый при помощи общественного признания успеха или награждения.

За качественную и продолжительную работу, а также за введение новаторских идей и другие достижения применяются следующие виды поощрения:

- денежное вознаграждение в виде премии;
- объявление благодарности;
- награждение ценными подарками;
- награждение почетной грамотой;
- объявление благодарности.

Стимулирование — это побуждение персонала извне к эффективной работе при помощи материальной заинтересованности. Стимулирование подразумевает под собой, с одной стороны достижение поставленных целей, а с другой стороны — возможность получить или утратить дополнительные блага. Стимулирование делится на материальное и нематериальное. [1]

К материальному относятся:

- денежное (премия);
- неденежное (транспортные расходы, путевки в санатории).

К нематериальному относятся:

- социальное (возможность профессионального роста);
- моральное (награды);
- творческое (самореализация).

Стимулирование не может быть стандартным для каждой фирмы, оно должно ориентироваться на конкретного сотрудника.

Одним из эффективных методов стимулирования является совершенствование системы организации труда

и управления, четкое распределение служебных обязанностей, выстраивание отношений взаимопомощи и поддержки между опытными работниками и сотрудниками, которые только начинают свой путь по карьерной лестнице.

Принуждение — это способ прямого воздействия на работника через приказы, предписания и инструкции.

Таким образом, методы поощрения и стимулирования являются схожими между собой, т. к. их воздействие основывается на применении положительных мер вознаграждения. Главной целью является побуждение работников сделать больше для достижения максимального эффекта.

Стоит выделить некоторые отличия между методом стимулирования и методом поощрения. Так, при поощрении вознаграждение зависит от воли самого работника, а стимулирование подразумевает наличие заранее установленных показателей, при достижении которых работник имеет право на обещанную меру стимулирования. Следовательно, эффективным управление будет считаться при правильном сочетании данных методов.

Рассматривая методы стимулирования и поощрения, необходимо обратить внимание на систему мотивации, которая тесно связана с ними. Мотивация — это функция управления по побуждению человека к деятельности, имеющая определенную целевую направленность. [4, с. 66]. Многие теории мотивации выделяют следующие компоненты, влияющие на трудовое поведение сотрудников: потребности, желания, удовлетворение потребностей. Эти компоненты позволяют руководителям разработать эффективную систему поощрения и стимулирования своих сотрудников. [3]

Чтобы данные методы были действенными, работнику необходимо почувствовать, что его вклад в производство приносит реальные выгоды. Это позволит создать связь между сотрудником и интересами фирмы, что в дальнейшем позволит ему работать эффективнее и удовлетворить потребность в самоутверждении.

Методы стимулирования и поощрения напрямую влияют на трудовое поведение работников, от которого зависит решение стратегических задач фирмы. Как показывает практика, стимулирование и поощрение лучше всего применять по промежуточным достижениям, а не

ждать пока сотрудник выполнит весь объем возложенной на него работы. Для этого необходимо весь объем работы разделить на определенные этапы, по окончании которых работнику будет выдано вознаграждение.

Стимулирование и поощрение широко применяются на предприятиях зарубежных государств. Западные руководители поняли, что работник — это ценность компании и успех фирмы напрямую зависит от трудоспособности всего коллектива. Таким образом, руководители стараются всячески поощрить своих работников. Так, например, во многих американских компаниях, кроме системы вознаграждения сотрудникам предоставляется медицинское страхование за счет компании, программы повышения квалификации и другое. В Японии считается, что фирма, где работает сотрудник, становится для него второй семьей. Так, компания способствует получению кредита, берет на себя расходы по обучению работника и его детей.

Стоит также отметить социальную политику организации, являющуюся одним из важнейших инструментов стимулирования и поощрения. Организациям необходимо представлять льготы и гарантии, установленные на государственном или региональном уровне, предоставлять сотрудникам и членам их семей дополнительные льготы, относящиеся к элементам материального стимулирования, за счет выделения средств из фонда социального развития организации.

Во избежание ошибок, руководитель должен точно понимать, что такое методы поощрения и стимулирования и что является приоритетом для его сотрудников. Поэтому можно использовать следующую последовательность для создания эффективного стимулирования и поощрения: [2]

1. В первую очередь, все руководители организации должны ознакомиться с вопросами стимулирования и поощрения, а также оплаты труда сотрудников.

2. Необходимо определить сложившуюся ситуацию внутри организации; выявить причины, по которым персонал плохо справляется со своими обязанностями.

3. Провести изучение системы оплаты труда с учетом таких факторов как стаж работы каждого сотрудника, уровень его квалификации, вид выполняемой работы. Таким образом. Поощрение заслужит только лучший работник, что будет являться стимулом для других, улучшить свою работоспособность.

4. Следует разобрать надежные формы стимулирования. Без использования неденежных стимулов любая

программа по стимулированию и поощрению сотрудников будет малоэффективной.

Для эффективного управления кадрами стимулом не может быть только деньги, поскольку уже доказано, что стимулы в виде денежных вознаграждений влияют на мотивацию эффективности труда, только в том случае, если их размер составляет не менее 20% от постоянной заработной платы.

Если работа выполняется сотрудником хорошо, она замечается руководством и вознаграждается, то работоспособность усиливается, а если такая работа не отмечается и не вознаграждается, то произойдет снижение трудоспособности.

Некоторые руководители думают, что человек работает ради денег. На данное утверждение можно посмотреть с двух сторон: с одной стороны — человек, действительно, работает, ради денег, при помощи которых он может удовлетворить свои потребности, а с другой стороны — если человек любит свою работу, мечтает о продвижении по карьерной лестнице, в таком случае он не сможет без работы.

В современных условиях стало очень сложно говорить об эффективном управлении организации, потому что многие работодатели сокращают количество рабочих мест, уменьшают заработную плату, не могут в полной мере оценить профессиональные качества сотрудников, их опыт и знания. Особенно уязвимыми в данных условиях являются жители небольших городов, поскольку количество рабочих мест ограничено, выбор места работы небольшой. Работодатель понимает, что в сложившихся условиях, работнику некуда идти, он согласится работать за маленькую заработную плату и без стимулов и поощрений. Следовательно, совокупность данных условий приведет к тому, что работник не будет выполнять свою работу качественно и стремиться к достижению максимального эффекта в своей деятельности.

Если руководитель правильно и качественно организует работу своих сотрудников на предприятии, разработает эффективную систему поощрения и стимулирования, то это незамедлительно приведет всех работников к повышению эффективности и качества своей деятельности. При этом надо помнить слова руководителя корпорации General Electric Джека Вельча: «Если человек хорошо делает свою работу, его надо любить, если плохо — ругать, но делать это надо часто», потому что для эффективного метода поощрения не стоит ставить на первое место только поощрение.

Литература:

1. Кибанов, А. Я. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: учеб. для вузов / А. Я. Кибанов, И. А. Баткаева, Е. А. Митрофанова, М. В. Ловчева; под ред. А. Я. Кибанова. М.: ИНФРА-М, 2009. 528 с.
2. Трусова, Е. А. Методы стимулирования эффективной деятельности работников // Гуманитарные научные исследования. 2013. № 6 [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2013/06/3475>
3. Дорофеев, В. Д., Шмелева А. Н. Менеджмент: учеб. пособие. ИНФРА-М, 2008. 440 с.
4. Парамонов, П. Ф. Менеджмент: учеб. пособие / П. Ф. Парамонов, И. Е. Халявка, Ю. Е. Стукова. — Краснодар: КубГАУ, 2015. — 173 с.

Особенности функционирования многоквартирного дома

Сустава Наталья Петровна, магистрант
Уральский государственный экономический университет

Многоквартирный жилой дом, как основной вид жилой недвижимости в нашей стране, представляет собой особый интерес. Данный вид застройки является оптимальным в нашей стране по ряду причин: климат, большой спрос на жилье именно в городах, относительная дешевизна строительства и в то же время дороговизна приобретения, а так же ограниченность пригодных участков под жилую застройку. К тому же, большая часть жилого фонда является наследием 60–70–80 х годов прошлого века. [4]

Многоквартирный дом имеет некоторые особенности функционирования:

1. Жилые помещения в МКД не могут оставаться без собственника: даже если в квартире никто не проживает, она кому-то принадлежит, следовательно, начисления за содержание жилья и предоставление коммунальных услуг производятся.

2. В многоквартирных домах сосуществуют много собственников, по сути, это стихийное сообщество, и оно должно принять на себя бразды управления и ответственности не только за свою квартиру, комнату, но и за площади общего пользования жилого дома, а так же инженерное оборудование, кровлю, придомовую территорию.

3. Так как дома многоквартирные возникает сложность с воздействием на безответственных собственников, к примеру на должников: отключение от подаваемого ресурса вызывает сложности технического порядка — ограничить потребление воды и водоотведения, а так же отопления не представляется возможным, так как коммуникации имеют общее пользование, а ущемление сознательных граждан в предоставлении коммунальных услуг является недопустимым. Таким образом ограничить неплательщика можно только в потреблении электроэнергии. [1]

4. Социальное значение — это невозможность оставить без ресурсов жилой фонд, отсюда возникает необходимость четкого отслеживания процессов, в которых участвует инженерное оборудование жилого дома: теплосети, водопроводные сети, электрохозяйство, система водоотведения. От правильной эксплуатации и своевременного ремонта зависит долговечность сетей и бесперебойность снабжения энергоресурсами весь жилой дом. [3]

5. Так как многоквартирный жилой дом имеет большое количество собственников, то возникновение спорных ситуаций между ними являются довольно частым явлением.: незаконно захваченные одним из собственников места общего пользования путем отгораживания части общего коридора, шум в вечернее или ночное время, животные-все это ведет к разбирательствам, в которые

втягиваются и управляющая компания и государственные органы-суды, госжилинспекция.

6. Жилая недвижимость, как, впрочем, и любая другая, подвержена износу. Износу подвергаются не только фасады, крыши, перекрытия, но и внутренние инженерные системы. Основная причина-время. Есть и еще несколько причин, таких как: недоделки или несоблюдение застройщиком необходимых норм при строительстве. К примеру, при сдаче ИТП (индивидуального теплового пункта) выявилось несоответствие проекта насосов установленным. Причина — застройщик таким образом удешевил строительство. Или установка водоотводных ревизий на высоте 6 метров под потолком подвала. Это влечет за собой удорожание обслуживания, к трудностям по регулярному обслуживанию водоотводной системы дома, а, следовательно, и к скорейшему износу системы. Бывают случаи установки труб ХВС или ГВС не надлежащего качества, таким образом, уже на стадии строительства можно говорить о более раннем износе инженерного оборудования, и как следствие, более ранних плановых или капитальных ремонтах.

Жилая недвижимость требует от управляющих определенных знаний и навыков. Этот фактор долго оставался недооцененным. Считалось, что сложностей в управлении МКД нет, и любой дилетант сможет разобраться в этом виде деятельности. Но основная масса трудностей, возникающих в процессе эксплуатации и управления МКД скрыта. В частности, самой главной частью МКД является инженерное и теплохозяйство. Без специальных знаний и навыков содержать дом в надлежащем состоянии невозможно. [2]

Жилая недвижимость, как и коммерческая, нуждается в грамотном управлении. Согласно ст. 161 ЖК РФ собственники помещений в многоквартирном доме обязаны выбрать один из способов управления многоквартирным домом:

1) непосредственное управление собственниками помещений в многоквартирном доме, количество квартир в котором составляет не более чем тридцать;

2) управление товариществом собственников жилья либо жилищным кооперативом или иным специализированным потребительским кооперативом;

3) управление управляющей организацией.

На начальном этапе реформирования предполагалось, что управление многоквартирными домами в большинстве случаев будут осуществлять товарищества собственников жилья, т. к. именно собственникам необходимо и выгодно содержать и обслуживать дом на надлежащем уровне. Однако, с ходом времени оказалось, что управление МКД это отдельный вид деятельности, для которого необходимы и время и знания и опыт.

Литература:

1. Горовцова, М. Ю. «Взыскание задолженности за услуги ЖКХ сегодня и завтра» [Электронный ресурс]. — Доступ из справочно-правовой системы «Гарант». — Режим доступа: <http://www.garant.ru/article/490131/>
2. Казакова, Т.Е., Габбасова А.Р. Подготовка кадров для инновационного развития жилищно-коммунального хозяйства // Вестник УГУЭС. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2014. № 1 (7). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/podgotovka-kadrov-dlya-innovatsionnogo-razvitiya-zhilishno-kommunalnogo-hozyaystva#ixzz44UPywBvp>
3. Мищенко, С. В., Строилова Э. В. Стандарты социальной ответственности как фактор удовлетворенности потребителя // Фундаментальные исследования. — 2013. — № 1–2. — с. 492–494; URL: <http://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=30977>.
4. Печенкин, А. В. Почему в России до сих пор строят многоэтажки? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://professional.ru/Soobschestva/novosti-nedvizhimosti-i-stroitelstva/pochemu-v-rossii-do-sih-por-strojat/>

Анализ собираемости налога на доходы физических лиц

Хамзин Аскар Халилович, магистрант

Научный руководитель: Растагаева Фания Саитовна, доктор экономических наук, профессор

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Уфимский филиал

Стать богатым, при этом сохраняя нравственные устои, можно лишь за счет эффективности своего труда, накапливая его результаты в течение достаточно длительного времени. [7, с. 4] Налогообложение доходов населения представляет собой важнейший элемент налоговой политики каждого государства. Конституцией Российской Федерации (ст. 57) установлена обязанность уплаты регламентированных законодательством налогов и сборов, среди которых налог на доходы физических лиц (далее — НДФЛ).

В настоящее время роль решения социальных проблем повышается. [6, с. 280] Актуальность темы исследования продиктована существующей динамикой поступления средств в бюджет по статье НДФЛ.

Целью написания данной статьи является проведение анализа собираемости НДФЛ. При этом стоит принять во внимание тот факт, что налогоплательщиками данного вида налога признаются физические лица, являющиеся налоговыми резидентами РФ, а также физические лица, получающие доходы от источников в РФ, не являющиеся налоговыми резидентами РФ. И вполне рационально, что государство, как контролирующий орган осуществляет налоговый контроль. Под налоговым контролем подразумевается: проверка на соответствие нормативным актам совокупность используемых приёмов на предприятии; наблюдение за подконтрольными объектами; принятие мер по предотвращению и пресечению налоговых нарушений; выявление виновных и привлечение их к ответственности [1, с. 45]

Методологической и теоретической базой написания статьи стали: Налоговый кодекс Российской Федерации, определяющий порядок взимания НДФЛ и научные труды ведущих теоретиков в области налогообложения.

Информационной базой исследования послужили Указы президента РФ, законы, постановления, нормативно-правовые акты Министерства Финансов РФ, а также статистические сборники и регистры аналитического учета. Создан весомый комплекс нормативных правовых актов по регулированию деятельности в данной сфере. Тем не менее, наблюдается недостаточная эффективность государственного контроля и надзора в этой сфере [2, с. 41].

В процессе написания статьи автором были задействованы общие методы исследования такие как: системный подход, сопоставительный и экономический анализы, которые были применены при анализе теоретического материала, накопленного по данной проблеме в настоящее время.

В рамках процесса формирования налоговой системы, обосновании конкретных видов налогов и нормативов их распределения ключевое значение имеет выявление соотношения поступления каждого вида налога. Так, в 2016 году в консолидированный бюджет РФ поступило 14482,4 млрд. руб., что в 2 раза больше чем в федеральный 6928,7 млрд. руб. Для наглядности отобразим в таблице 1 величину поступлений налогов, сборов и иных обязательных платежей в консолидированный бюджет Российской Федерации за 2016 год.

Как видно из таблицы видно, что наиболее значительную статью доходов в консолидированном бюджете составляют «Налоги, сборы и регулярные платежи за пользование природными ресурсами» — 2929,4 млрд. руб., в федеральном бюджете аналогичная статья дохода составила 2863,5 млрд. руб. В свою очередь, наименьшую сумму поступлений в консолидированный бюджет составляют «Налоги на имущество», а именно 1116,9. руб. До-

Таблица 1. Поступления налогов, сборов и иных обязательных платежей в консолидированный бюджет Российской Федерации по видам (млрд. руб.)

Показатель	Консолидированный бюджет	В том числе		Доля федерального бюджета	Доля регионального бюджета
		Федеральный бюджет	Консолидированные бюджеты субъектов РФ		
Всего	14482,4	6928,7	7553,7	47%	53%
из них:					
Налог на прибыль организации	2770,2	491,0	2279,1	17%	83%
Налог на доходы физических лиц	3017,3	-	3017,3	-	100%
Налог на добавленную стоимость на товары	2808,2	2808,2	-	100%	-
Налоги на имущество	1116,9	-	1116,9	-	100%
Налог на добычу полезных ископаемых	2951,8	2883,0	68,9	97%	3%
Налоги, сборы регулярные платежи за пользование природными ресурсами	2929,4	2863,5	65,9	97%	3%

Источник: [6]

левое соотношение поступлений налогов в бюджет за 2016 год показано на рисунке 1.

Существенным весом в общей сумме доходов бюджета обладает налог на доходы физических лиц, в консолидированном бюджете он составил 3017,3 млрд. руб. В долевом выражении его доля равна 100%. Наименьший показатель занимает налог на имущество — 1116,9 млрд. руб.

Если рассматривать поступление налога на доходы физических лиц в консолидированный бюджет Российской Федерации в динамике, то за 2014–2016 гг. при-

рост данного вида налога составил 314,68 млрд. руб. (рисунок 2).

Согласно данным размещенным на официальном сайте Федеральной налоговой службы, собираемость налогов, сборов и других обязательных платежей на территории Республики Башкортостан сохраняет стабильный уровень. В свою очередь, задолженность по налогам и сборам, учитываемая с момента ее возникновения [2], в консолидированный бюджет Республики Башкортостан за 2016 год составила 163,1 млрд. рублей. Для наглядности отобразим

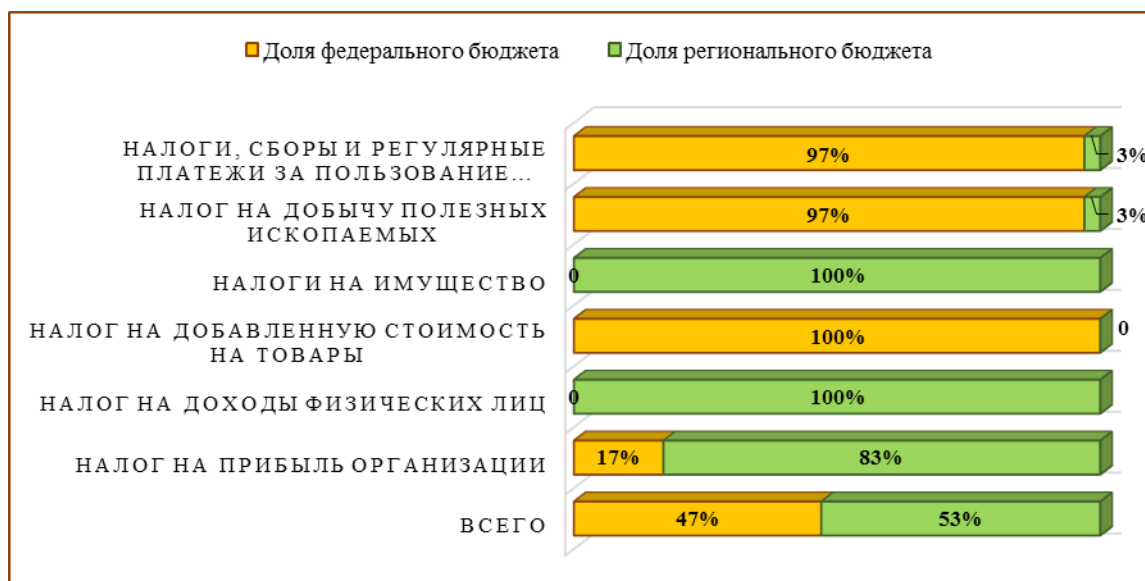


Рис. 1. Поступления налогов, сборов и иных обязательных платежей в консолидированный бюджет Российской Федерации по видам

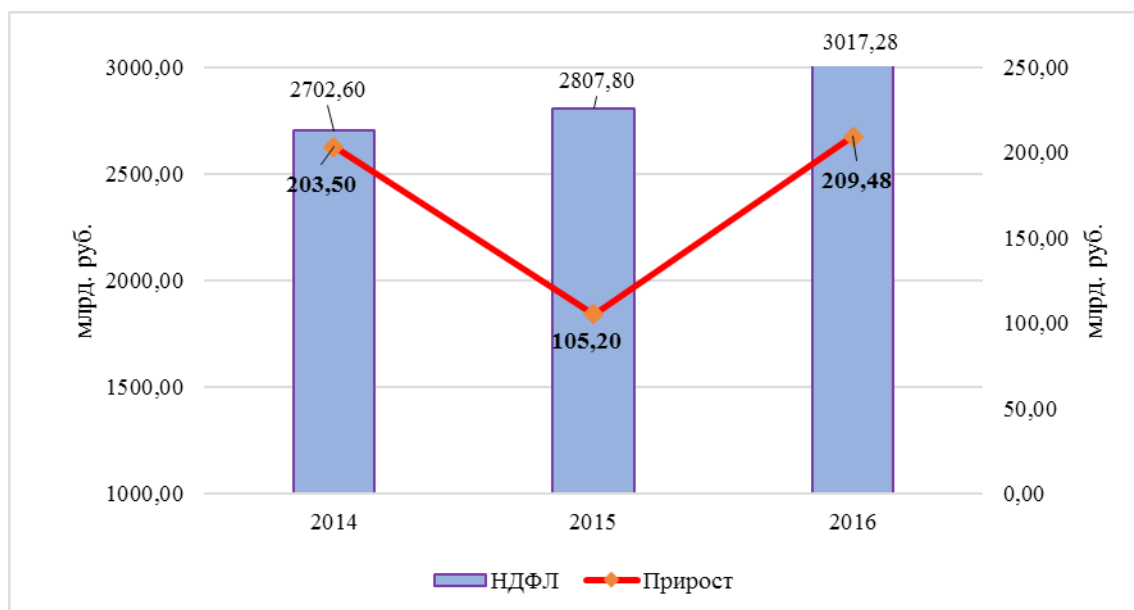


Рис. 2. Поступление НДФЛ в консолидированный бюджет Российской Федерации за 2014–2016 гг.

в таблице 2 расчет уровня собираемости налогов, сборов и других обязательных платежей за 2014–2016 гг.

По данным таблицы видно, что за 2016 год в консолидированный бюджет РБ поступило значительно больше налогов, сборов и других обязательных платежей по сравнению с предыдущими периодами. Для наглядности отобразим эту динамику на рисунке 3.

По расчетам Министерства финансов Республики Башкортостан собираемость налогов в республике за последние годы находилась в диапазоне 98–100%. Стоит отметить, что в анализируемый период уполномоченными органами были проведены конкретные мероприятия, направленные на взыскание налоговой задолженности и сокращению числа убыточных организаций, путем проведения рейдов по адресам должников совместно со службой судебных приставов.

Далее, для выявления значения и зависимости объема поступлений в бюджет от НДФЛ в целом от доходов, облагаемые по ставке 13%, проанализирует структуру налоговой базы по налогу на доходы физических лиц согласно

данным представленным в отчетности по форме 5-НДФЛ за 2014–2016 гг. (таблица 3).

Приведенные данные в таблице 3 свидетельствуют о том, что наибольшую долю (95,9%) в налоговой базе занимают доходы, облагаемые по ставке 13%, как показано на рисунке 4, тогда как остальные виды доходов влияют на размер налоговой базы незначительно.

На рисунке видно, что налоги, облагаемые по ставке 15% занимают наименьшую долю, т. е. доходы нерезидентов, полученные ими в виде дивидендов от долевого участия в российских организациях. Следующими по размеру удельного веса идут прочие доходы лиц, не являющихся налоговыми резидентами, а также стоимости выигрышей, призов, процентные доходы по вкладам в банках и суммы экономии на процентах при получении кредитных средств, но их доля также незначительна. Доходы, облагаемые по ставке 9% занимают более высокую долю в структуре налоговой базы, прежде всего это доходы от долевого участия в деятельности организаций, полученные в виде дивидендов физическими лицами, яв-

Таблица 2. Расчет уровня собираемости налогов, сборов и других обязательных платежей в РБ за 2014–2016 гг.

Показатели	2014	2015	2016	Темп роста, %	
				2015/2014	2016/2015
Фактически поступило консолидированный бюджет РБ налогов, сборов других обязательных платежей, млрд. руб.	139,1	146,6	163,1	105,4	111,2
Сумма налоговой задолженности, млрд. руб.					
на начало года	10,8	9,7	10,2	89,8	105,1
на конец года	9,7	10,2	11,4	105,1	111,7
Сумма прироста налоговой задолженности, млрд. руб.	-1,1	0,5	1,2	45,4	240
Уровень собираемости налогов, %	99,2	99,6	99,2	+0,4	-0,4

Источник: [6]

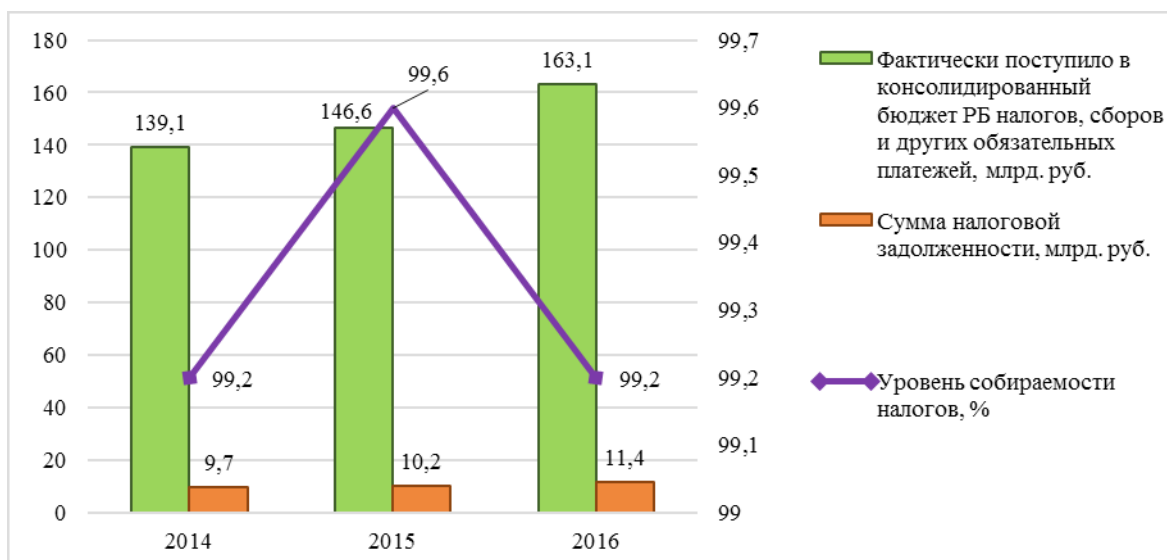


Рис. 3. Динамика уровня собираемости налогов, сборов и других обязательных платежей в РБ за 2014–2016 гг.

Таблица 3. Структура налоговой базы НДФЛ

Налоговая ставка	Размер налоговой базы, млн. руб.			Доля, %		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016
13%	322117,6	19749106,4	21535286,2	96,71	94,30	99,46
30%	277,1	48651,4	37585,9	0,08	0,23	0,17
9%	10413,1	1119702,3	4031,3	3,12	5,34	0,01
35%	159,1	7018,9	18130,2	0,04	0,03	0,08
15%	31,5	6271,3	14676,2	0,01	0,02	0,06
иные	59,1	11072,7	40951,3	0,01	0,05	0,18
Итого	333057,5	20941823	21650661,4	100	100	100

Источник: [6]

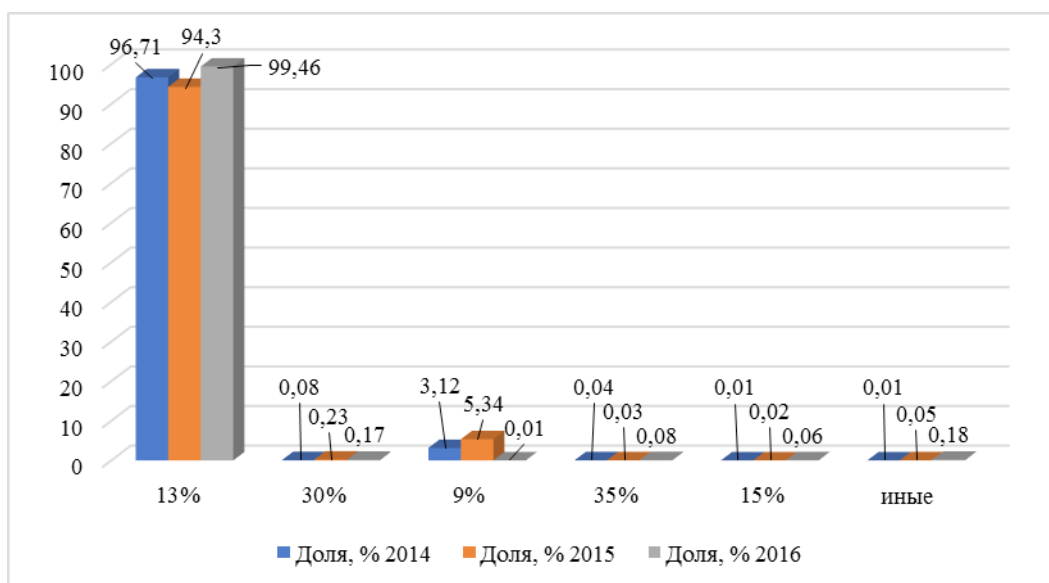


Рис. 4. Структура налоговой базы НДФЛ за 2014–2016 гг.

ляющимися налоговыми резидентами Российской Федерации. Все остальные виды доходов физических лиц облагаются по ставке 13% и, очевидно, играют наибольшую роль в формировании налоговой базы по налогу, а соответственно и поступлений от налога в бюджетную систему страны.

Однако, следует отметить, существование ряда факторов, влияющих на потенциал НДСЛ, в первую очередь речь идет об усугубление социального неравенства, вызванного применением пропорциональной ставки, не отвечающей принципу справедливости налогообложения.

Пересмотр данного аспекта налогообложения доходов физических лиц позволит снизить уровень налоговой нагрузки на налогоплательщиков с низкими доходами, тем самым сократив социальную напряженность в обществе и повысить доходную базу бюджетной системы как региона, так и страны в целом, тем самым формируя положительный экономический имидж России как в социально-политическом, так и в экономическом плане [3, с. 64; 4, с. 326], а как известно экономический имидж страны в первую очередь характеризует ее конкурентоспособность [5, с. 72].

Литература:

1. Растегаева, Ф. С., Вальтер М. К. Налоговый анализ и контроль при слиянии и поглощении компании // Международный научно-исследовательский журнал. — 2017. — № 2–3 (56). — с. 44–46.
2. Растегаева, Ф. С., Гундорова Д. З., Игтисамова Л. З. Налоговая база по земельному налогу: современные проблемы и пути решения // Международный научно-исследовательский журнал. — 2017. — № 2–3 (56). — с. 41–43.
3. Растегаева, Ф. С. Методические аспекты оценки экономического имиджа // Социально-экономические явления и процессы. — 2008. — № 3 (11). — с. 64–70.
4. Растегаева, Ф. С. Содержательные аспекты и проблемы формирования экономического имиджа хозяйственной системы // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. — 2009. — № 2 (70). — с. 326–331.
5. Растегаева, Ф. С. Проблемы обеспечения положительного экономического имиджа российской хозяйствующей системы // Социально-экономические явления и процессы. — 2008. — № 4 (12). — с. 72–76.
6. Растегаева, Ф. С. Социальная защита как элемент социальной политики / Ф. С. Растегаева // Региональная инвестиционная политика: от эксперимента — к практике. Материалы IV экономического форума Центрального федерального округа: сборник докладов. — Уфа. — 2003. — с. 280–286.
7. Официальный сайт Федеральной налоговой службы [Электронный источник] URL: https://www.nalog.ru/rn02/related_activities/statistics_and_analytics/forms/#
8. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики службы [Электронный источник] URL: <http://www.gks.ru/>

Институциональные возможности стабилизации и развития российского предпринимательства

Царев Владислав Евгеньевич, студент;

Вершина Дарья Андреевна, студент

Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

В данной исследовательской работе рассматривается институциональное влияние на развитие российского предпринимательства. В настоящее время прослеживается тенденция слабого внедрения государственных программ поддержки предпринимательства. Как показывает практика, государственная политика, которая внедряет сложную бухгалтерскую отчетность и повышенную налоговую нагрузку, вынуждает многих предпринимателей уходить в тень своего бизнеса. Отмечены условия функционирования института предпринимательства в РФ.

Ключевые слова: институциональный взгляд на предпринимательство, экономика, предпринимательство в РФ, налоги

В настоящее время вопросы стабилизации и переход к динамичному развитию российской экономики приобретают особое значение. Российская Федерация — самая

большая страна на карте мира по площади занимаемой территории. Наша страна обладает значительными природными ресурсами по сравнению с другими странами

мира, в том числе, с лидерами мировой экономики. Высокий уровень развития науки и образования, дают возможность России конкурировать с лидерами в сфере производства высоких технологий и высокотехнологичной продукции. Однако данная возможность не была реализована. Данные международной и российской статистики определяют долю России в мировом ВВП в 2016 году в пределах 3,1%, в мировой торговле — чуть более 2,0%. При этом большая часть торгового оборота приходится на торговлю углеводородами. По всей условности оценок мировых агентств Россия не вошла в первую десятку стран в мировом рейтинге конкурентоспособности, а в рейтинге инновационной экономики Россия занимает 43-е место в списке инновационных стран мира [1].

В этой связи возникает ряд принципиальных вопросов: «Почему, обладая таким мощным потенциалом и богатствами, Россия пока не заняла достойное ее положение в мировой экономике и мировой торговле?».

Для ответа на данные вопросы необходимо, по мнению отечественных экономистов, рассмотреть различные внешние и внутренние факторы влияния, воздействующие на российскую экономику [2]. В этом отношении является принципиально важным анализ институциональной среды развития российской экономики.

Влияние институциональной среды на развитие экономики

Институциональная среда развития экономики представляет собой систему институтов, воздействующих на хозяйственную деятельность основных экономических субъектов (государство, фирмы, домохозяйства). Правила, определяющие взаимодействия субъектов экономических отношений, могут способствовать развитию данных отношений, росту эффективности экономического взаимодействия, и наоборот создавать барьеры, препятствующие экономической активности данных субъектов.

Институциональные условия, в которых действуют субъекты экономических взаимодействий, определяют уровень мотивации к осуществлению эффективной экономической деятельности, влияют на формирование краткосрочных и долгосрочных целей, характер экономических процессов, происходящих в экономике общества.

Между тем главной движущей силой развития экономики, построенной на основе рыночного механизма, является предпринимательство, оно же является главным инструментом сохранения и развития конкуренции без которой рыночная экономика не может функционировать. Высокая мотивация и высокие риски вынуждают предпринимателей всегда действовать рационально и эффективно, находить оптимальные сочетания и комбинации экономических ресурсов при производстве товаров и услуг, необходимых обществу. [6].

Несмотря на то, что процессы функционирования и управления крупными компаниями и корпорациями свя-

заны с наличием проблемы взаимоотношений между собственниками и управляющими («принципалом» и «агентом»), показатели эффективности частного корпоративного бизнеса, как правило, превышают показатели подобных им государственных корпораций.

Проблема отношений «принципала» и «агента» глубоко исследована Майклом Дженсенем и Уильямом Меклингом, а также рядом других западных и российских исследователей [3, 9]. Можно найти общие черты в проблемах управления государственными и частными корпорациями, но все же нужно отметить, что управление государственными корпорациями тесно связано на реализацию интересов бюрократической системы управления государством, которая имеет свои характерные особенности и цели [5].

Таким образом, частная предпринимательская деятельность во всех существующих видах (крупное, малое и среднее предпринимательство, деятельность микропредприятий) потенциально может обеспечивать эффективное использование экономических ресурсов за счет своей нацеленности на реализацию частных интересов.

Условия функционирования института предпринимательства в РФ

Характер взаимоотношений между экономическими субъектами определяются уровнем развития и качеством институциональной среды, конкретными правилами, отражающими взаимную согласованность интересов субъектов экономического взаимодействия. Одновременно необходимо учитывать роль государства, которую оно выполняет в процессе формирования жестких институтов и контроле выполнения их требований, а также необходимо учитывать исключительный потенциал насилия и принуждения, который есть только у государства.

Возможность формирования жестких правил в своих интересах приводит к укрупнению бизнеса и снижению уровня конкуренции в экономике, выдавливанию из бизнеса малых и средних предприятий. В 2016 году в Российской Федерации действует 3 млн. 990 тыс. 335 частных коммерческих юридических лиц, из них 2 млн. 727 тыс. 504 предприятия представлены малыми и средними предприятиями, зарегистрированными в качестве юридического лица [10]. Это означает, что на долю крупного бизнеса приходится 1 млн. 262 тыс. 831 предприятие, т. е. 32% от общей численности коммерческих юридических лиц. При этом количество зарегистрированных средних предприятий составляет всего 20188 единиц.

Получается приблизительное соотношение: одно крупное предприятие к двум предприятиям сферы малого и среднего предпринимательства.

Возможный вклад одного малого предприятия и одного крупного предприятия в производство ВВП бессмысленно сравнивать, поэтому весь вклад малого и среднего бизнеса в российский ВВП составляет не более 20%, в то время как в США от 40 до 50%.

Численность малых предприятий в США превышает 90% в общей численности зарегистрированных предприятий [4, 7].

В последние годы государством на разных уровнях декларируется, разрабатывается и внедряется целый ряд программ, направленных на поддержку и развитие малого и среднего предпринимательства. Однако в наиболее острых проблемах малого предпринимательства, таких как привлечение дешевых заемных средств, государственной поддержки явно недостаточно. Фактическую позицию многих государственных структур в отношении малого предпринимательства можно расценить как незаинтересованность в его развитии. Это следует, в том числе, и из заявления руководителя одного из крупнейших российских банков с государственным участием — банка ВТБ о невостребованности в стране малого и среднего бизнеса.

Роль и значение предпринимательства, как экономического института, подчеркивается многими экономистами [11]. В настоящее время Правительством Российской Федерации разработаны стимулирующие меры в сфере налогового регулирования. Но они явно недостаточны. Опыт экономического развития многих стран свидетельствует о том, что необходимо осуществлять комплексное стимулирование предпринимательской деятельности, в том числе, через стабилизацию или снижение налоговой нагрузки на бизнес.

Российская практика регулирования экономики в настоящее время заключается в политике ежегодного прямого и скрытого повышения налоговой нагрузки как на население, так и на все виды бизнеса [8]. Российское предпринимательство, практически лишённое финансовых льгот и доступа к дешевым финансовым ресурсам, сталкивается со все более усложняющимся взаимодействием с регулирующими и контролирующими государ-

ственными структурами (например, увеличение частоты предоставления финансовой отчетности во внебюджетные фонды), постепенно уходит в «тень».

Несмотря на заверения чиновников, в настоящее время усиливается административный контроль и давление на российский бизнес, что проявляется, прежде всего, в увеличении числа отчетов в контролирующие органы.

Заключение

Несмотря на предпринимаемые Правительством РФ меры по развитию малого и среднего бизнеса можно констатировать снижение влияния на стабилизацию и рост российской экономики со стороны одного из самых сильных факторов рыночной экономики — института предпринимательства. Существующие институциональные условия сдерживают развитие российской экономики, а институциональные изменения в сфере предпринимательства и налогового законодательства способны создать условия еще большего замедления роста экономики и формирования масштабного «теневого» сектора.

Дальнейшее усиление негативных тенденций в предпринимательской среде может привести к затуханию предпринимательской активности в российской экономике. Это будет являться, на наш взгляд, основной причиной экономической рецессии, связанной с влиянием институциональной среды.

Для усиления предпринимательской активности и развития предпринимательского потенциала органам государственной законодательной и исполнительной власти следует отказаться от политики увеличения административной нагрузки и контроля в сфере предпринимательства, принять меры по снижению налоговой нагрузки на малый бизнес, обеспечить формирование благоприятной инвестиционной среды.

Литература:

1. Жохова, В. Г. Неформальное предпринимательство: сущность и понятие / Известия Дальневосточного федерального университета. Экономика и управление, 2015 г. № 1. — 85–98 с.
2. Каспашников, Р. И. Сколько стоит человеческий капитал в России? / М.: Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 2015 г. — 62–64 с.
3. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана / М.: ГУ ВШЭ, 2010 г. — 608 с.
4. Конобевцев, Ф. Д. Неформальная занятость в России и направления ее государственно-общественного регулирования / Вестник государственного университета управления, 2015 г. № 1. — 85–98 с.
5. Корицкий, А. В. Введение в теорию человеческого капитала / Изд.: Новосибирск: СибУПК, 2010 г. — 95 с.
6. Кубишин, Е. С. Неформальная занятость: сущность, структура // Человек и труд / Изд.: Новосибирск: СибУПК, 2015 г. — 112 с.
7. Смирнов, В. П. Выявление методологических основ предпринимательской деятельности / Изд.: Проблемы современной экономики. 2011 г. № 2 (38). — 163–167 с.
8. Смирнов, В. П. Направления развития современного предпринимательства / Изд.: Современная экономика: проблемы и решения. 2015 г. № 10 (22) — 16–23 с.
9. Смирнов, В. П. Научные подходы к пониманию предпринимательства / Изд.: Теория и практика общественного развития. 2012 г. № 2. — 272–274 с.

10. Смирнов, В.П. Предпринимательская деятельность с позиции методологии: направления разработки методологии предпринимательской деятельности / Изд.: Российские предприниматели. 2011. № 11 (1) — 22–28 с.
11. Смирнов, В.П. Проблемы развития предпринимательства в Азиатско-Тихоокеанском регионе / Изд.: Известия Дальневосточного федерального университета Экономика и управление. 2015 г. № 3—113–116 с.

Особенности формирования имиджа города

Ченцова Елена Павловна, кандидат экономических наук, доцент;

Лесунова Людмила Юрьевна, студент

Старооскольский технологический институт имени А. А. Угарова (филиал) Национального исследовательского технологического университета «МИСиС»

В данной статье раскрыто понятие «имидж города», отражены основные особенности формирования имиджа города. В работе сделан акцент на весомых факторах успеха при продвижении имиджа города, указаны основные условия его формирования.

Ключевые слова: имидж города, территориальная индивидуальность, целевые группы, продвижение имиджа города

В современном обществе интегрированные знания о городе приобретают особое значение. Именно в городах в наибольшей степени заметны тенденции развития общества в целом. В связи с тем, что приоритетной задачей развития городов является улучшение качества жизни населения, власти городов вынуждены создавать благоприятное представление о своих территориях. Для этого необходимо выбрать правильную стратегию формирования и позиционирования имиджа города, которая бы выгодно отличала один образ от другого. Особенно остро эта проблема стоит перед муниципальными образованиями, имеющими в своей основе лишь одно градообразующее предприятие [1,2].

Конструированием имиджа города могут заниматься администрация, выдающиеся деятели различных сфер общества, средства массовой информации, а также население, не только данного города, но и других населённых пунктов. Модернизируя существующий или же формируя новый имидж города, необходимо помнить, что город уже обладает определённым имиджем, то есть у города есть свой образ. При этом необходимо помнить, что имидж основан на образе (образ первичнее), а бренд — на имидже.

Одной из главных составляющих при формировании имиджа, бренда, а также, что тоже немаловажно, репутации города является территориальная индивидуальность. Она включает в себя: «паспорт» города (местоположение, название, герб и т. д.); совокупность особенностей и ресурсов города (природные, демографические, исторические); различные технологии, доверие партнеров, качество руководства и многое другое [3]. На базе территориальной индивидуальности формируются имидж, бренд и репутация города.

Изменение имиджа города происходит в результате имиджевой политики, проявляющейся в городском планировании и пропаганде разных сторон жизнедеятель-

ности города [3]. В данном случае город рассматривается как «продукт», который предлагается «целевым группам».

Основными целевыми группами маркетинга города являются его жители, представители бизнеса и туристы. Всех их можно назвать потребителями города. При рассмотрении города как продукта потребители, в первую очередь, интересуются не самим продуктом, а его ценностью. Определяют несколько параметров ценности города и место имиджа в системе потребительского спроса (рисунки 1) [4]. Имидж города включает в себя сумму материальных и нематериальных характеристик и является одним из важнейших факторов конкурентоспособности.

Следует заметить, что весомым фактором успеха в формировании и продвижении города является оценка основных характеристик конкурентного преимущества города, а также рациональность расстановки приоритетов при формировании имиджа в будущем.

Важным этапом в стратегии формирования имиджа города и вместе с тем необходимым условием его дальнейшего продвижения являются исследования целевой аудитории внутренней и внешней среды.

Существует следующая система показателей для контроля при формировании имиджа города [5]:

- показатели стратегической эффективности имиджа города;
- показатели коммуникативной эффективности имиджа города;
- показатели текущей экономической эффективности формирования имиджа города;
- показатели динамики символического имиджа капитала города;
- нормативные показатели эффективности формирования имиджа города.

Рассмотрим стратегию формирования имиджа города на примере города Владимир. Имидж и репутация



Рис. 1. Имидж города в системе потребительского спроса [4]

этого города являются существенным фактором продвижения экономических проектов и идей, важнейшим конкурентным ресурсом для налаживания партнерских отношений, а также выступают предпосылками для ускорения социально-экономического развития города, повышения уровня и качества жизни горожан [6].

Следует отметить, что создание уникального имиджа города способствует привлечению креативного класса и инвестиций на территорию муниципального образования [7]. В дальнейшем это может привести к увеличению налоговых поступлений, которые положительное влияние могут оказать на развитие муниципального образования в целом [8].

Владимир позиционирует себя как город, комфортный для жизнедеятельности, в котором каждый может найти возможности для совершенствования и самореализации. К сильным сторонам данного города можно отнести следующие особенности: принципы муниципальной поддержки инвестиционной деятельности; месторасположение города и его территориальные особенности; развитие внешних коммуникаций; комфорт для жизнедеятельности (во Владимире хорошо организована работа общественного транспорта, развита социальная сфера, город неплохо озеленен); богатое историческое наследие; наличие объектов туристического показа и туристической инфраструктуры; наличие возможностей для получения качественного образования; наличие квалифицированной и недорогой рабочей силы; наличие развитой производственной и коммунальной инфраструктуры; наличие стратегии городского развития.

Другим направлением продвижения города Владимира являются внутрисюрийские, межрегиональные и международные связи [6].

Для продвижения города Владимира необходимо:

- постоянно обновлять информацию на официальном сайте органов местного самоуправления г. Владимира;
- публиковать материалы о городе и его возможностях в отечественных и зарубежных СМИ, а также проводить PR-кампании;
- подготавливать и распространять материалы, содержащие презентабельную информацию о предприятиях-экспортерах товаров и услуг;
- организовывать и проводить федеральные и межрегиональные конференции по актуальным вопросам развития;
- обеспечивать постоянное взаимодействие с организациями города по вопросам развития партнерских связей;
- распространять информацию о перспективных проектах города;
- предоставлять информацию потенциальным инвесторам, а также покупателям товаров и услуг, производимых на территории города Владимира;
- способствовать проведению в городе международных и межрегиональных мероприятий российских городов-партнеров.

Подводя итоги вышесказанному, следует констатировать, что имидж на сегодняшний день оказывает колоссальное влияние на повышение конкурентоспособности города. Очевидно, такой результат возможен лишь при реализации следующих условий: выбора наиболее эффективной стратегии формирования имиджа города, которая будет ориентирована именно на продвижение конкурентных преимуществ данного города; формирования целевых аудиторий имиджа города; проведения активной коммуникационной политики позиционирования; осуществления широкомасштабной имиджевой политики региона и города; полноценного финансирования вышеперечисленных мероприятий.

Литература:

1. Ченцова, Е. П. Формирование, развитие моногородов и градообразующих предприятий // Современные проблемы горно-металлургического комплекса. Наука и производство: материалы Тринадцатой Всероссийской научно-практической конференции, Том II, 23–25 ноября 2016 г. — Старый Оскол, 2016. — с. 248–252.
2. Ченцова, Е. П., Ткачева А. С. Актуальные направления развития монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации // Современные проблемы горно-металлургического комплекса. Наука и производство: материалы Тринадцатой Всероссийской научно-практической конференции, Том II, 23–25 ноября 2016 г. — Старый Оскол, 2016. — с. 260–263.
3. Абышева, Ю. Ю. Разные целевые группы в одной программе как источник конфликта (на примере продвижения идеи столичности в Нижнем Новгороде / Ю. Ю. Абышева // Нижний Новгород в историко-культурной традиции России: Материалы VI международной научно-практической конференции по региональной культуре (22 сентября 2004 г.) — Н. Новгород, 2005. с. 66.
4. Петрякова, Е. С., Лимарева Ю. А. Экономика и право // Факторы формирования стратегии имиджа территории, 2016 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [www.colloquium-publishing/1706-3372-1-SM %20.pdf](http://www.colloquium-publishing/1706-3372-1-SM%20.pdf) (Дата обращения: 10.03.2017).
5. Тихонова, Н. С. Необходимость стратегического планирования территории в условиях рынка // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. СПб., 2007. № 1 (49). — с. 216–220.
6. Стратегия развития города Владимира на период 2012–2027 годы 2007 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://finans.vladimir-city.ru/upload/static/economics/Strategia.pdf> (Дата обращения: 10.03.2017).
7. Хазова, Е. О. Мониторинг современных тенденций городского развития // Молодой ученый. — 2017. — № 4. — с. 550–552.
8. Ильичева, Е. В., Григорян Д. Р. Факторный анализ структуры и динамики налоговых поступлений в бюджет Орловской области // Современные проблемы горно-металлургического комплекса. Наука и производство: материалы двенадцатой Всероссийской научно-практической конференции. 2015 г. — с. 125.

Стратегии кредитно-финансовых институтов на рынке банковских услуг в условиях конкуренции

Четвергов Виталий Вячеславович, магистрант
Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону)

Для рынка банковского ритейла характерна тенденция усложнения традиционных видов, предоставляемых розничных банковских продуктов, в том числе и в сфере кредитования, появление инновационных банковских продуктов и технологий, что актуализирует проблему конкурентоспособности банковских продуктов и разработки эффективной кредитной политики.

Эффективность кредитной политики непосредственно определяет результаты деятельности коммерческого банка. Однако, несмотря на признание значимости кредитной политики как со стороны регулирующих банковских органов и работников банковской сферы, так и со стороны ученых, до настоящего времени не выработано стройной и ясной концепции формирования кредитной политики банка и эффективных методических подходов к её разработке. Необходимость системного подхода к формированию продуктовой политики коммерческих банков в сфере розничного кредитования требует дальнейшего исследования.

Процесс развития розничных банковских услуг заключается в переходе на новые стандарты розничного банков-

ского обслуживания, что позволяет адекватно проводить оценку финансового положения и перспектив развития кредитной организации, а также определять готовность банков к преодолению кризисных явлений.

Развитие национальной экономики, происходящее в условиях инновационной модернизации реальных и финансовых рынков, — отмечают А. Аганбегян и И. Руденский, — оказывает положительное воздействие на отечественную банковскую систему, способствуя формированию инновационного финансового поведения банковских кредитно-финансовых институтов [1, с. 8]. Однако наряду с поступательным движением банковской системы наблюдается низкий уровень капитализации ресурсной базы, узость ассортимента ряда банковских продуктов и услуг, высокий уровень негативного воздействия банковских рисков.

Эти факторы, в значительной степени детерминируют недостаточную конкурентоспособность мелких и средних отечественных кредитно-финансовых институтов, их ограниченность в способности качественно удовлетворять фи-

нансовые потребности субъектов экономики в источниках поступательного развития бизнеса.

Именно поэтому представляется необходимым изучение банковских конкурентоспособных стратегий кредитных организаций на розничном рынке банковских услуг. Все это обуславливает необходимость исследования и осмысления теоретико-методологических подходов к системе формирования инновационного финансового поведения банков на основе реализации банковской конкурентоспособной стратегии на розничном рынке банковских продуктов и услуг в условиях жесткой конкуренции.

Так И. Ю. Артемьев отмечает, что конкуренция на рынке имеет место быть только тогда, когда присутствует множество товаропроизводителей, которые реализуют свои услуги и продукцию [2, с. 123].

По мнению Л. С. Архиповой, Г. Ю. Гагарина и А. М. Архипова конкуренция на рынке представляет собой борьбу за ограниченный платежеспособный спрос со стороны потребителей, которая осуществляется предприятиями в тех сегментах рынка, где они работают [3]. Исследователи основываются на позитивном воздействии ряда признаков:

- конкурентная борьба между производителями возникает при продвижении своих услуг и продуктов на рынок;

- конкуренция ведется только за ограниченный объем платежеспособного спроса, так как удовлетворение спроса услугами какой-либо организации автоматически лишает возможности реализовать свои услуги остальных конкурентов;

- конкуренция на рынке может получить развитие только на доступных сегментах.

Кирцнер И. М. отмечает, что современное видение конкуренции рассматривается скорее как «ситуация», а не как «процесс» [5]. Автор же считает, что изучение конкурентного характера должно заключаться именно в кон-

тексте понимания конкуренции как «процесса», т. к. конкуренции свойственна динамическая изменчивость.

Е. М. Маркевич трактует конкуренцию, как неотъемлемую часть рыночной среды, без которой развитый рынок не мыслим [6, с. 437–438]. В этой связи автор отмечает, что необходимо изучать уровень интенсивности конкуренции, определять преимущества и рыночные возможности наиболее сильных конкурентов, а также перспективы развития конкуренции на выбранных рынках.

Конкуренция выступает самым дешевым методом экономического контроля, который не имеет себе равных. Такой контроль реализуется посредством минимизации общественных затрат, который не только формирует условия обеспечения потребителей продуктами и услугами необходимого качества в определенный срок, но и представляет важную динамическую силу, которая постоянно мотивирует производителя на снижение издержек производства при его одновременном увеличении, на снижение цен.

Как утверждают Е. Ф. Сысоева и Н. А. Кротова, — конкуренция динамична, изменчива и наряду с положительными сторонами порой выступает в качестве сдерживающего фактора развития кредитно-финансовых институтов. Вследствие вероятности наступления неблагоприятных событий, кредитно-финансовым институтам необходимо постоянно изучать конкурентную среду, а также деятельность конкурентов [8, с. 12].

В. В. Зорина считает, что банковская конкуренция осуществляется посредством деятельности субъектов общества и выступает в качестве конкретного механизма функционирования и развития рынка банковских услуг. Она основана на экономических законах, которые направлены на осуществление разнообразных экономических интересов [4, с. 261].

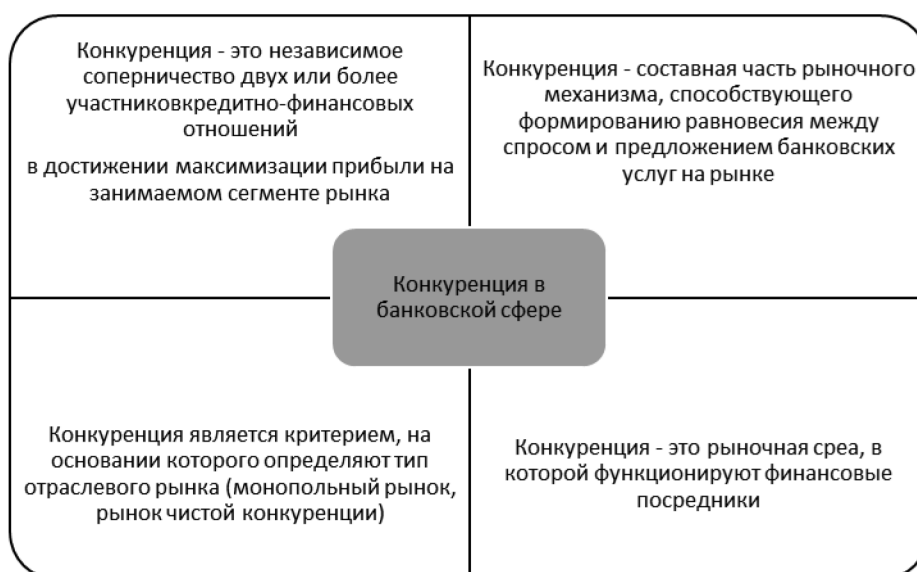


Рис. 1. Подходы к пониманию конкуренции в банковской сфере

Анализ различных походов к пониманию сущности и роли конкуренции в банковской сфере позволяет выделить четыре основных подхода (Рисунок 1).

Таким образом, конкуренция в банковской сфере характеризуется двуединой природой. С одной стороны, конкуренция представляет собой процесс соперничества коммерческих банков, направленный на обеспечение каждым субъектом рынка банковских услуг более прочного положения. С другой стороны, конкуренция является средой, где функционируют кредитно-финансовые институты. Банковская конкуренция выступает механизмом регулирования, который обеспечивает эффективность функционирования всей банковской системы.

Влияние конкуренции на розничный рынок банковских продуктов и услуг, и на формирование финансового поведения банков следует рассматривать через выявление и анализ ряда важных ее функций:

1) Регулирующая функция — увеличение или снижение спроса и предложения на розничные банковские продукты и услуги как в количественном выражении, так и в качественном приводят к постоянной трансформации финансового поведения банков; перелив капитала в другие направления ведения бизнеса банка.

2) Распределительная функция — справедливое распределение доходов, выражающееся в получении большей прибыли теми банками, которые сформировали свое финансовое поведение на основе оптимального сочетания предлагаемых продуктов и услуг, отвечающих потребностям и ожиданиям клиентов, с эффективными каналами дистрибуций и коммуникаций.

3) Стимулирующая функция — в целях достижения конкурентных преимуществ финансово-кредитные институты формируют свое финансовое поведение на основе постоянного поиска путей снижения издержек и внедрения финансовых инноваций.

Могут быть выделены специфические качественные и количественные характеристики специфических особенностей банковского ритейла:

— конкурентным товаром, обращающимся на рынке розничных банковских продуктов, выступают деньги и финансовые инструменты, связанные с деньгами;

— характер конкуренции более жесткий по сравнению с промышленностью или торговлей;

— российская действительность детерминирует такую специфику банковской конкуренции как её влияние на внутреннюю и внешнюю политику государства;

— наибольшей конкурентоспособностью обладают кредитно-финансовые институты доля собственности в которых принадлежит федеральным или региональным органам власти;

— на характер конкурентной борьбы кредитно-финансовых институтов накладывает отпечаток ограниченность перечня представляемых ими услуг и продуктов.

Конкурентоспособность коммерческого банка и конкурентоспособность банковских услуг — это отличающиеся друг от друга категории. Конкурентоспособность коммерческого банка как является отражением эффективности большинства направлений его деятельности.

Понятие конкурентоспособности может быть раскрыто в свете определенных свойств объекта, имеющего определенную долю на рынке, которые характеризуются соответствующей степенью экономических, организационных и других характеристик в соответствии с требованиями потребителей, определяет его долю и препятствует перераспределению рынка в пользу других объектов.

Несколько иных подходов в определении конкурентоспособности коммерческого банка придерживаются Никонова И. А. и Шамгунов Р. Н. [7], которые полагают, что конкурентоспособность в современных условиях находит отражение в степени соответствия потребностям клиентов банка и высокими темпами роста клиентской базы.

Таким образом, анализ различных подходов к определению конкурентоспособности коммерческого банка показывает, что её можно рассматривать на микро- и макроуровнях. Для конкретного банка конкурентоспособность обеспечивается оптимальным соотношением цены и качества предоставляемых банком услуг с целью закрепиться на определенном сегменте рынка или удерживать лидирующие позиции. Благодаря конкурентоспособности предлагаемого банком продукта, он имеет возможность эффективно функционировать, оказывая услуги клиентам. Определенные потребительские качества реализуемого банковского продукта должны удовлетворять запросы потребителей банковских услуг, а эффективная ценовая и продуктовая стратегия должна обеспечить преимущество банка перед потенциальными клиентами.

Конкурентоспособность банка как элемента банковской системы (на макроуровне) предполагает его стабильное и устойчивое развитие в условиях меняющейся внешней среды.

Основная логика повышения конкурентоспособности Российских банков во всех сегментах банковского и финансового рынков определяется тем, как отечественная банковская система будет позиционировать себя на внешнем рынке. Стратегические интересы банков и государства совпадают, так как общество заинтересовано в создании стабильной кредитно-финансовой системы, устойчивой к различного рода воздействиям внутренних и внешних факторов среды.

Литература:

1. Аганбегян, А., Руденский И. О роли банковской системы России в преодолении рецессии и возобновлении социально-экономического роста // Проблемы теории и практики управления — 2016. — N 8. — с. 8

2. Артемьев, И. Ю. Научно-практический комментарий к Федеральному закону «О защите прав конкуренции» — М.: Статут, 2015
3. Архипова, Л. С., Гагарина Г. Ю., Архипов А. М. Конкуренция как основа экономики: концептуальные подходы к исследованию роли конкуренции: Монография. — М.: ИНФРА-М, 2015.
4. Зорина, В. В. Банковская конкуренция в российской экономике//Молодой ученый. 2015. № 18. с. 260–263.
5. Кирцнер, И. М. Конкуренция и предпринимательство. — М.: ЮНИТИ — ДАНА, 2011. — 238 с.
6. Маркевич, Е. М. Факторы банковской конкуренции как способ роста конкуренции на рынке банковских услуг// Экономика и социум. 2015. № 2–3 (15). с. 437–438
7. Никонова, И. А., Шамгунов Р. Н. Стратегия и стоимость коммерческого банка — М.: Альпина Бизнес Букс, 2014. — 304 с.
8. Сысоева, Е. Ф., Кротова Н. А. Банковская конкуренция и необходимость ее развития в Российской Федерации// Финансы и кредит. 2013. № 25 (553). с. 12–21.

Задачи экологического менеджмента в формировании природосберегающей модели функционирования организации

Шиленко Сергей Михайлович, магистрант

Научный руководитель: Ферару Галина Сергеевна, доктор экономических наук, доцент, профессор
Белгородский государственный национальный исследовательский университет

В статье рассмотрена практика функционирования крупного сельхозпроизводителя с позиции соблюдения норм охраны окружающей среды, баланса интересов производства сельскохозяйственной продукции и экологической безопасности региона. Произведена оценка качества системы управления экологического менеджмента организации и сформулированы основные задачи по формированию природосберегающей модели функционирования организации.

Ключевые слова: экологический менеджмент, природосберегающая модель, затраты на охрану окружающей среды, экологические платежи, система управления

Техногенное воздействие на окружающую среду сельским хозяйством является очевидным фактом. Интенсивное развитие сельского хозяйства способно наносить непоправимый вред водным, земельным ресурсам, загрязнять атмосферу.

Понимания тот факт, что нарушение норм экологического равновесия может, в соответствии, с известным «эффектом бумеранга» наносить ущерб уже более глобальный, воздействия на природу, экономику и самого человека, считаем, что изучение задач экологического менеджмента в формировании природосберегающей модели функционирования организации в настоящее время являются особо актуальными, учитывая тот факт, что в соответствии с политикой импортозамещения развитие сельского хозяйства получило значительный импульс роста.

В качестве объекта исследования для изучения проблем и задач в области экологического менеджмента изучим опыт организации экологического менеджмента в крупном сельскохозяйственном предприятии Белгородской области, в — колхозе имени «Горина».

Поскольку проблемы экологического менеджмента сегодня приобретают особую актуальность, опыт передовых хозяйств может быть полезен и другим организациям в сохранении благоприятной экологической обстановки

в своем регионе и повышения конкурентоспособности своей организации.

Трудовой и поселенческий потенциал, а также агропродовольственный рынок Белгородского района и его безопасность во многом сформированы за счет колхоза имени Горина.

Колхоз имени Горина, согласно, своего устава является сельскохозяйственным производственным кооперативом.

В колхозе имени Горина используется линейно-функциональная структура управления. При этом, хозяйство является передовым в области высокой организационной культуры, органично сочетая рыночные инструменты ведения бизнеса и высокую социальную ответственность.

Хозяйство специализируется на выращивании продукции растениеводства (зерновые и зернобобовые, сахарная свекла и прочая продукция растениеводства), а также на выращивании поголовья крупного рогатого скота, развитии отрасли свиноводства и молочного животноводства). Общая площадь сельскохозяйственных угодий на протяжении ряда лет остается неизменной и составляет — 17644 га.

Наибольший удельный вес в структуре товарной продукции занимает продукция свиноводства, ее объем составляет более 59% от общего объема реализации. На

территории колхоза создается социально-экономический кластер, в состав которого войдут мясокомбинат, молочный комбинат, биогазовая установка, теплицы и торговый дом.

В таблице 1 представлены основные хозяйственно-финансовые показатели деятельности колхоза имени Горина за 2014–2016 гг.

Таблица 1. Основные экономические показатели деятельности колхоза имени Горина за 2014–2016 гг.

Показатели	2014 г	2015 г.	2016 г.	Отклонение 2016 г. к 2014 г.	
				+, –	%
Выручка от реализации, тыс. руб.	1801679	2033968	2015091	213412	1,12
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	1229083	1447588	1531886	302803	1,24
Среднесписочная численность работников, чел.	1395	1392	1379	–16	0,98
Прибыль, тыс. руб.	486070	522587	479026	–7044	0,99
Уровень рентабельность, %	39,5	36,1	31,3	–8,2	

Анализ данных, показывает, что колхоз имени Горина имеет высокий уровень доходов, а соответственно и рентабельности. Так рост выручки в 2016 году по сравнению с показателями 2014 года увеличился на 12%, и соответственно увеличился более чем на 213 млн. рублей. Уровень рентабельности составляет более 31,3% и устойчивость данного показателя характеризуют стабильную работу хозяйства в целом.

Продукция колхоза имени Горина — это уже сложившийся бренд высококачественной продукции прежде всего мяса, которая отличается отличным качеством и пользуется спросом как в Белгородской области, так и на Федеральном уровне.

В колхозе имени Горина структура управления экологического менеджмента представлена на рис. 1 следующей схемой:

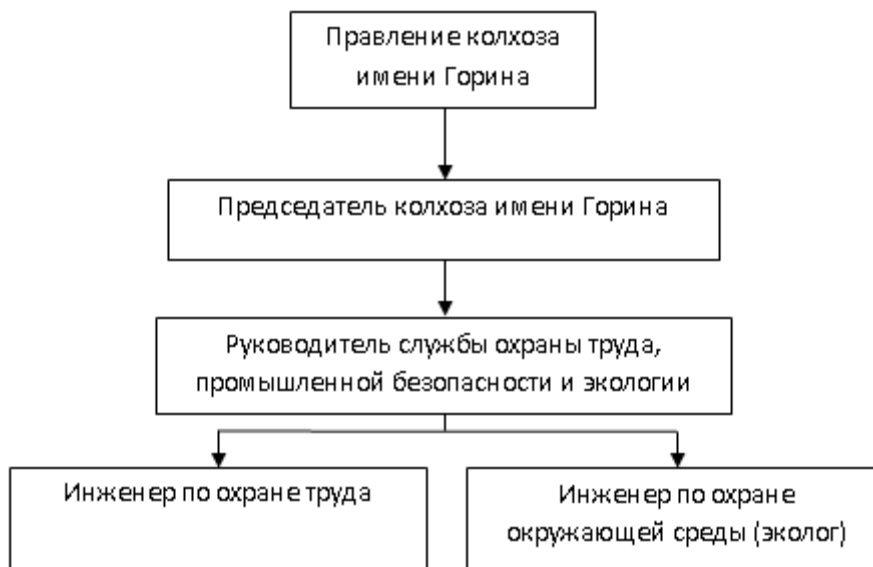


Рис. 1. Линейно — функциональная схема экологического менеджмента в колхозе имени Горина

Следует отметить, что в таком крупном сельскохозяйственном предприятии, как колхоз имени Горина большое значение уделяется вопросам экологии, промышленной безопасности и охране труда. Выделена специальная служба которая разрабатывает стратегии развития экологического менеджмента в хозяйстве и контролирует соблюдение норм экологической безопасности. В организационно-управленческой модели экологического менеджмента колхоза имени Горина выделены должности инженера-эколога и инженера по охране труда.

Служба охраны труда, промышленной безопасности и экологии разрабатывает и представляет на утверждение Председателю колхоза различные Проекты зон санитарной охраны источников водоснабжения, Расчеты нормативов сбросов загрязняющих веществ, поступающих на рельеф местности с дождевыми, тальными и поливочными водами, проекты нормативов образования отходов и лимитов на их размещение, а также технологические регламенты по использованию твердой и жидкой фракции животноводческих стоков. Все проекты нормативов пре-

дельно-допустимых выбросов загрязняющих веществ разрабатываются в строгом соответствии и нормами законодательства.

Согласно должностной инструкции инженер по охране окружающей среды (эколог), должен знать:

Нормативно-правовое законодательство и экологические стандарты;

— организационно-управленческую и производственную структуру хозяйства,

— порядок контроля и проведения экологической экспертизы проектных материалов;

— порядок проверки соответствия технического состояния оборудования хозяйства требованиям охраны окружающей среды и рационального природопользования

— новые научные и инновационные методики отечественного и зарубежного опыта в области управления и рационального использования природных ресурсов;

Инженер-эколог несет ответственность по разработке и контролю за проектами перспективных и текущих планов по поддержанию экологической обстановки в соответствии с действующими правилами и нормами.

Все проекты по реконструкции действующих производств, а также все внедряемые новые технологии и оборудование новая техника, проходит контроль со сто-

роны экологической службы исследуемой организации на предмет ее соответствия нормативам природоохранных мероприятий.

Инженер по охране окружающей среды (эколог) проводит исследования по очистке технологических и коммунальных стоков, контролирует количество вредных веществ при выбросе их в атмосферу, уменьшению или полной ликвидации технологических отходов. Его основная задача — обеспечить рациональное использование земельных и водных ресурсов.

В соответствии с действующим законодательством инженер-эколог составляет отчетность по охране окружающей среды и предоставляет в органы статистики.

В колхозе внедряются инновационные технологии обработки почвы, которые базируются на современных экологических принципах биологической системы земледелия.

В 2015 году состоялся ввод в эксплуатацию и стал функционировать мясокомбинат «Горин продукт», который является структурным подразделением колхоза имени Горина Мясокомбинату присвоена самая высокая степень биобезопасности — IV компартимент.

Рассмотрим в таблице 2 показатели о текущих затратах на охрану окружающей среды и экологических платежах в колхозе имени Горина за 2014–2016 г.г.

Таблица 2. Основные показатели о текущих затратах на охрану окружающей среды и экологических платежах в колхозе имени Горина за 2014–2016 гг. (тыс. руб.)

Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение 2016 г. к 2014 г.	
				+, -	%
Плата за допустимые выбросы (сбросы) загрязняющих веществ (размещение отходов производства и потребления) — всего, в том числе:	146	238	118	-72	0,81
В водные объекты,	27	151	51	24	1,89
В атмосферный воздух,	66	43	45	-21	0,68
За размещение отходов производства и потребления	53	44	22	-31	0,42
Плата за допустимые сверхнормативные выбросы (сбросы) загрязняющих веществ (размещение отходов производства и потребления)	238	238	228	-10	0,96
Средства (иски) и штрафы, взысканные в возмещение ущерба, причиненного нарушением природоохранного законодательства	-	3	130	130	

В 2016 году были произведены колхозом имени Горина платежи за сверхнормативные выбросы (сбросы) загрязняющих веществ (размещение отходов производства и потребления).

Таким образом, экологический менеджмент колхоза имени Горина обеспечивает принятие своевременных управленческих решений, относящихся к экологической результативности, путем соблюдения норм охраны окружающей среды и внедрения инновационных методов возделывания пахотных земель, а также передовых технологий по производству, выращиванию и переработке мяса свинины.

Вместе с тем, на основании анализа данных показателей о текущих затратах на охрану окружающей среды и экологических платежах в колхозе имени Горина за 2014–2016 гг. можем сделать вывод, который отмечает большинство исследователей в области экологического менеджмента и экономических проблем природопользования.

На лицо тот факт, что тарифы на размещение единиц загрязнений в природную среду достаточно низкие и зачастую они не отражают всей величины ущерба, который наносится природной среде.

Как свидетельствует зарубежный опыт развитых стран, тарифы за загрязнения окружающей среды очень высокие и неуклонно растут.

На сегодняшний день резкое повышение тарифов на экологические сборы и охрану окружающей среды невозможно в сложившейся модели экономики и будет губительным даже для успешных сельхозпроизводителей.

На основании проведенного исследования можем сформулировать ряд задач экологического менеджмента в формировании природосберегающей модели функционирования организации:

- повышение экологической эффективности деятельности предприятия;
- планирование экологической деятельности, позволяющей систематизировать многочисленные мероприятия и действия, направленные на достижение экологических целей;

— проведение внутреннего экологического мониторинга и экологического контроля, с целью своевременного выявления превышения предельно допустимых экологических норм по видам деятельности организации;

— обеспечение выполнения управленческих решений, относящихся к экологической результативности организации.

На наш взгляд, именно высокая социальная ответственность экологического менеджмента на предприятии, внедрение инновационных методов в практику деятельности сельхозпроизводителей, их ориентация на природосберегающую модель управления обеспечит рациональное использование природных ресурсов, а организация при этом получит конкурентные преимущества в формировании имиджа сельхозпроизводителя экологически чистой продукции.

Литература:

1. Приказ Федеральной службы государственной статистики от 29 августа 2014 года № 540 Об утверждении статистического инструментария для организации федерального статистического наблюдения за сельским хозяйством и окружающей природной средой (с изменениями на 4 августа 2016 года) // <http://docs.cntd.ru/document/420217611#1>
2. Постановление Администрации Белгородского района Белгородской области от «29» марта 2013 г, № 64 Об утверждении долгосрочной целевой программы «Развитие сельского хозяйства Белгородского района на 2013–2020 годы» // <http://belm.ru/wp-content/uploads/2014/05/64.pdf>
3. Заватски, Р.Р., Шиленко С.И., Шиленко С.М. Сравнительный анализ предпринимательской активности малого и среднего бизнеса в России и Германии на примере Белгородской области и Гамбурга // *Современные проблемы науки и образования*. 2014. № 3. с. 422.
4. Макринова, Е.И., Святая Е.О. Разработка программы дистанционной подготовки кадров для сельских гостевых домов в системе кооперативного образования // В сборнике: Кооперативное образование в современном социально-экономическом пространстве России: опыт и потенциал развития материалы международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава и аспирантов. 2015. с. 229–237.
5. Матузенко, Е.В., Шиленко С.И. Фермерское предпринимательство Белгородчины: практика функционирования и направления развития // *Современные проблемы науки и образования*. 2014. № 1. с. 293.
6. Мешечкина, Р.П., Шиленко С.И. Инновационное развитие России: региональный аспект и перспективы международного сотрудничества // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*. 2016. № 3 (59). с. 62–77.
7. Роздольская, И.В., Ледовская М.Е., Мозговая Ю.А., Лысенко В.В. целевые ориентиры и ценностное измерение экологического пространства организаций на территории Белгородской области: менеджмент-маркетинговая направленность // *Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права*. 2017. № 2 (63). с. 41–53.
8. Роздольская, И.В. Развитие процессов эколого-экономического взаимодействия в процессе использования земельных ресурсов в региональном формате [Текст] / И.В. Роздольская, Ю.А. Мозговая, Д.Н. Черкасова // *Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика*. — 2016. — № 25. — с. 24–29.
9. Слинков, А.М. Социально-трудовой мониторинг как инструмент проактивного менеджмента // *Проблемы современной науки и образования*. 2016. № 38 (80). с. 61–67.
10. Тхориков, Б.А. Некоторые вопросы методологии индикативного управления // В сборнике: Проблемы современной экономики. Материалы II Международной научной конференции. 2012. с. 187–188.
11. Ферару, Г.С. Экологический менеджмент. Учебник для студентов бакалавриата и магистратуры, учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080502 «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)», 080507 «Менеджмент организации». Ростов на Дону, 2012, Сер. Высшее образование.
12. Ферару, Г.С., Растворцев А.Ф. Экологические проблемы и пути их решения на региональном уровне (на примере Белгородской области) // *Региональная экономика: теория и практика*, 2010, № 41, с. 2–8.

ИСТОРИЯ

Археологические находки как часть материальной и духовной культуры страны

Кенжегалиев Жигер Маликович, студент

Актюбинский региональный государственный университет имени К. Жубанова (Казахстан)

В научной статье рассматриваются материальные предметные компоненты, являющиеся древними останками сферы как материальной, так и духовной культуры прошлых человеческих обществ.

Ключевые слова: археология, эпоха, бронзовый век, кувшин, территория, культурное наследие, история, памятники, искусство, духовность, могильник, орнамент, исследование, цивилизация, масштабный проект, целостная система, курган

Одной из характерных черт творческой работы мысли является, разрешение противоречия, любое научное открытие представляет собой создание нового, которое неизвестно связано с отрицанием старого. В этом и состоит диалектика развития мысли. Творческий процесс вполне логичен. Это цель логических операций, в которой одно звено закономерно следует за другим: постановка задачи, предвидение идеального конечного результата, отыскания противоречия, меняющего достижение цели, открытие причины противоречия и наконец, разрешения противоречия. Сделать открытие — значит правильно установить надлежащее место нового факта в системе в теории в целом, а не просто обнаружить его. А осмысление новых фактов не редко ведет к построению новой теории. Сила творческого воображения позволяет человеку взглянуть на примелькавшиеся вещи по-новому и различить в них черты, доселе никем не замеченные.

Открытие — это установление новых, ранее не известных фактов, свойств и закономерностей реального мира. И. Кант проводит такое разграничение между открытием и, например, изобретением: открывают то, что существует само по себе, оставаясь неизвестным, а изобретение есть, создание ранее не существующего. [1] И открытие, и изобретение есть завершение искомого. Подлинно научное открытие состоит в том, чтобы найти принципиальное решение еще не решенных задач, еще не раскрытых проблем. Бывает так, что новое есть, лишив, оригинальная комбинация старых элементов.

Творческая мысль та, которая ведет к новым результатам или посредством комбинации обычных способов, или современно новыми методами нарушающими ранее принятые.

Открытие никогда не вырастают на пустом месте. Они результат постоянной, заполненной сознания ученого на-

пряженными поисками решения каких-либо творческих задач.

В научных открытиях немало важную роль играет аналогия. Археологические памятники — часть объективной реальности, на которую непосредственно направлено наша чувственно воспринимаемая исследовательская деятельность. Они составляют специфическую категорию реальности, и обладают двойственной природой.

Онтологическая (объективно-диалектическая) природа археологических памятников обусловлена тем, что они являются останками результатов жизни деятельности прошлых обществ и сохранились до нашего времени определенных объективных закономерностей развития природы.

Гносеологическая природа археологических памятников определяется их «свойством в отраженной форме удерживать в себе информацию о жизни общества» деятельностью, которого они были созданы.

За последние пять лет на территории Казахстана были найдены множество исторических находок, и один из них в Джамбульской области это местности под названием, «Древний Тараз», и «Средневековый Бектобе». А также исторические раскопки в Западном Казахстане: «Рабат Батыс», «Жайык», «Озен», «Аксай», «Алтын Ханшайым» и т. д. С каждым годом появляются все новые и новые археологические находки. Президентом Республики Казахстан Н.А. Назарбаевым принята Государственная программа «Культурное наследие», где приоритетной задачей ставится создание целостной системы изучения огромного культурного наследия Казахстана, обеспечение воссоздания историко-культурных и архитектурных памятников, обобщение многовекового опыта национальной литературы и письменности. Государственная программа «Культурное наследие» стала основным документом в сфере развития духовной и образовательной деятельности, стра-

тегическим национальным проектом, определившим государственный подход к культуре. [2] Казахстан первым из стран в СНГ начал реализацию столь масштабного проекта.

Цель «Культурного наследия» — изучение, восстановление и сохранение историко-культурного наследия страны, возрождение историко-культурных традиций, пропаганда культурного наследия Казахстана за рубежом.

«Культура — это отражение нации, ее душа, ум и благородство. Цивилизованный народ гордится ходом своей истории, развитием культуры, великими людьми, прославившими страну и внесшими огромный вклад в золотой фонд мировых достижений мысли, искусства. Именно посредством культуры, традиций нация становится известной», отмечает Глава Государства Н.А. Назарбаевым. [3]

Открытие эпохи поздней бронзы. На местности, на которой несколько раз работали археологи, открыт древний могильник, на правом берегу реки Илек. Предметные компоненты содержатся как в той, так и другой сферах культуры. Археологические материалы содержат именно материальные, предметные останки сферы как материальной, как и духовной культуры. Следовательно, археология, изучающая материальные остатки прошлых человеческих обществ, имеет дело с определенной, и материализованной

частью культуры как материальной, так и духовной которые могут стать источниками познаний археологии.

Открытие способствовал ряд случайностей, однажды, в холодный в сентябрьский день (а было это 2012 году) спеша в школу соседнего аула Каратаогай я решил сократить путь, и пойти лугами напрямик, что вдвое сокращало расстояние. Единственную водную преграду реки можно было пересечь около мыса. Долгий мыс представлял собой плато из четвертичных глин (25 тыс. лет) высотой около десяти метров и в форме огромной возвышенности. Его ровная поверхность, наверное, лет десять назад было поле, около пяти гектаров которое засеивалось злаковыми культурами. Потом колхозники забросили поле, и оно стало пастбищем. Подъехав к реке, я увидел размытую дамбу, около нее был устроен перегон для скота, который представлял собой больше засохшие кочки. «Только вперед!» решил я, и разувшись стал перебираться по кочкам на правый берег. Почти дойдя до берега, неожиданно под ногами на кочках я увидел несколько осколков светло — коричневого и серого цветов от керамического кувшина небольших размеров. На осколках хорошо был виден геометрический орнамент, и было уже понятно, что они очень древние. Я хорошенько обследовал место находки, и нашел четыре фрагмента, которые оказались все от одного кувшина.



Рис. 1. Фрагменты кувшин эпохи поздней бронзы (находка автора). Актюбинская область, поселок Мартук

Позже, изучая труды К.М. Байпакова, и Ж.К. Таймаганбетова, относительно глиняных изделий бронзового периода нам стало ясно, что в их археологических находках преобладала в основном посуда с плоским дном, круглым изгибом или вырез между горловиной и боковиной. Ор-

намент выполнен в виде прямых, поперечных, волнистых, углообразных линий и черточек, которое наполняют фигуры пересекающихся между собой треугольников. Изредка встречаются кувшины с вытянутой верхней частью с орнаментом из углублений или без них. [4]

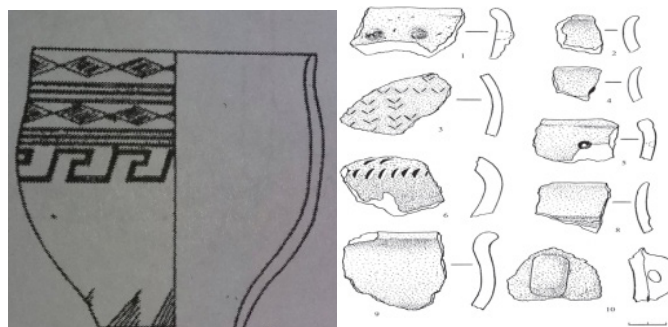


Рис. 2. Из книг К. М. Байпакова и Ж. К. Таймаганбетова

Теперь обратите внимание на наши находки. Данная посуда из глины, как вы заметили, соответствует вышеуказанному описанию. Первый глиняный кувшин бледно-желтого цвета, имеет прямые наклонные линии ниже приведенного орнамента. Второй глиняный кувшин тоже

коричневого цвета, с волнистыми линиями. Что соответствует вышеприведенным сведениям. Кроме кувшина на этой же территории позже были найдены и другие артефакты, такие как острие копья и наконечники стрел.



Рис. 3. Фрагмент кувшина (находка автора)

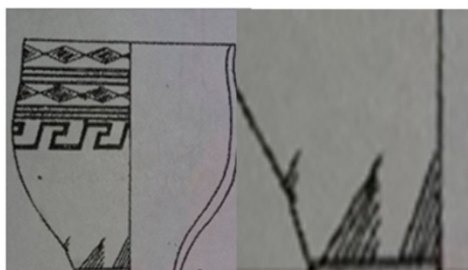


Рис. 4. Фрагмент эпохи поздней бронзы (из трудов К. М. Байпаков и Ж. К. Таймаганбетова)



Рис. 5. Фрагменты кувшина (находка автора)

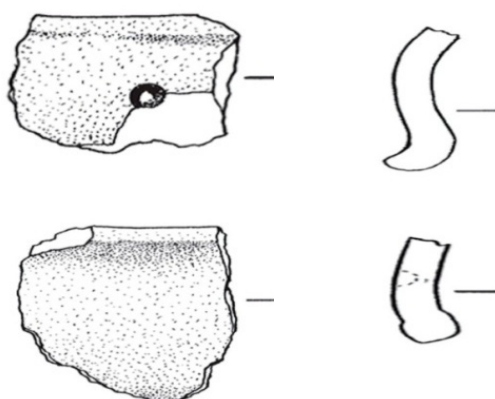


Рис. 6. Фрагменты кувшина эпохи поздней бронзы (из трудов К. М. Байпаков и Ж. К. Таймаганбетова)

Каждый элемент древней находки является совокупностью знаков, семантических признаков, по которым мы его идентифицируем.

Мы проследили, как цепочка наших случайных находок привела нас открытию древних археологических памятников относящиеся к эпохе поздней бронзы.

Наше открытие на этом не заканчиваются. Подводя итоги, хочется отметить, что археологические памятники древней материальной культуры, требует дальнейшего продолжительного изучения, и мы надеемся, что еще будут новые археологические находки найдут свое продолжение, и в дальнейшем будут исследованы историками и археологами нашей страны.

Литература:

1. Кант, И. Критика чистого разума (пер. с нем. Предисл. И. Евлампиева) М.: Эксмо; Спб.: Мидгард, 2007,. — 1120 с.
2. www.madenimura.kz.
3. Назарбаев, Н. А. В потоке истории. Алматы: Атамұра 1999—292 с.
4. К. М. Байпакова, Ж. К. Таймаганбетова. Археология Казахстана: Учебное пособие для студентов вузов. Алматы: Қазақ университеті, 2006, — 366 с.

Торговая навигация Барселоны в XIII–XIV вв.

Супрунов Семён Евгеньевич, преподаватель
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

В данном исследовании речь идет о проблеме степени совпадения интересов короны и торговой Барселоны в области внешней торговли. Доминирующая роль Барселоны как крупнейшего центра королевства или единая, целенаправленная торговая политика, выработанная государством на протяжении XIII–XIV веков, — что было наиболее существенным в определении вектора развития морской торговли, которую активнейшим образом вела Каталония? Рассматриваемый здесь аспект представляется весьма интересным, так как несмотря на известную общность процессов, протекавших в этот период на Средиземноморье, которое играло роль своеобразной арены, где с ростом сферы обмена складывалась относительно унифицированная коммерческая система, и все в большей мере обнаруживалась взаимосвязь разных торговых центров, Барселона все же в деле организованности морской торговли была «несчастлива по-своему». Поэтому в какой-то степени, с одной стороны, мы охарактеризуем активность единой торговой политики арагоно-каталонских монархов, а с другой, примером Барселоны разнообразим представление о том, каким образом города вели торговлю, исходя из собственных расчетов и интересов, проводя в жизнь свою политику.

Ключевые слова: Средиземноморье, средневековый, морская торговля, Барселона, навигация

Trade navigation of Barcelona in the XIII–XIV centuries

In this study we are talking about the problem of the degree of coincidence of the interests of the Crown and the trading Barcelona in the field of foreign trade. The dominant role of Barcelona as the largest center of the kingdom or a single, purposeful trade policy developed by the state during the XIII–XIV centuries — what was the most significant in determining the vector of maritime trade developed by Catalonia most actively? The aspect considered here is very interesting, because despite the well-known commonality of the processes taking place in this period on the Mediterranean, which played the role of a peculiar arena, where a relatively unified commercial system developed with the growth of the sphere of exchange, and the interconnection of different shopping centers was increasingly revealed, Barcelona was still «unhappy in its own way» in organizing maritime trade. Therefore, to some extent, on the one hand, we will characterize the activity of the unified trade policy of the Aragonese-Catalan monarchs, and on the other, the example of Barcelona, we diversify the idea of how cities conducted trade based on their own calculations and interests policy.

Key words: Mediterranean, medieval, maritime trade, Barcelona, navigation

Применительно к странам Западной Европы XIII–XIV вв. — время активного развития экономики и тор-

говли. Успехи крестоносцев расширяют сферу торгового обмена. Торговля становится неотъемлемым фактором

не только социально-экономического, но и политического развития многих государств, в немалой степени определяет характер международных связей. В этот же период на средиземноморских рынках получают известность и купцы Каталонии, государства, сыгравшего одну и ключевых ролей в экономической и торговой жизни региона. Выгодное географическое положение страны, постоянные сношения каталонцев с итальянцами стимулировали развитие торговли морем. Многие каталонские города достигли существенного успеха в этой области. Барселона же, крупнейший порт Каталонии, столица государства, стала характерным представителем экономической политики, проводимой арагоно-каталонскими королями, вписав многие страницы в историю развития средиземноморской торговли. В качестве источниковой базы выберем Документы городского архива Барселоны, впервые изданные в капитальном труде А. Капмани «Установления королевской власти». Это ценнейший материал применительно к теме данного исследования. До сих пор (из доступных нам документов каталонских архивов) это единственный столь обширный сборник. Всего ученый публикует более трехсот документов. Автор замечает, что хотя в издании не были воспроизведены различные описки, повторения и грубые ошибки (орфографии) «многочисленных неопытных рук средневековых переписчиков», все эти несущественные дефекты, «относительно не характеризующие стиль и не являющиеся литературными изысками той или иной эпохи, но обязанные неловкости или прихоти каждого нового переписчика», все же были сохранены «все особенности языка эпохи написания куриальных формул» [Сартану 1792, 23]. Каждый документ он предваряет краткой аннотацией, служащей некой опорой для понимания смысла латинского текста. Формулы же используемых королевских постановлений, привилегий, грамот дарения, ордонансов, подтверждавших предыдущие постановления, не составляют богатого разнообразия. Большинство подобных декретов строилось в следующем порядке: «*Haec est Charta donationis...*» или «*A. D. ... Manifestum sit omnibus, quod Nos ... Dei gratia, Rex Aragonum, et...ordinamus, volumus et praecioimus, quod...*». В нашем распоряжении грамоты Педро II, Хайме I, Педро III, Альфонсо III, Хайме II, Альфонсо IV и Педро IV, так или иначе касающиеся организации барселонской морской торговли. На протяжении XIII–XIV веков эти арагоно-каталонские короли проводили активнейшую политику в Средиземноморье и были весьма заинтересованы в утверждении славы каталонских моряков на далеких рубежах. Что касается вопроса о степени репрезентативности материала, предлагаемого королевскими Ордонансами, Привилегиями и Установлениями, то, естественно, следует оговориться, что наша подборка весьма узка, и заметно ощущается отсутствие документов делопроизводства, касающихся повседневной торговой практики. Поэтому отчасти оправданным будет замечание об излишнем доверии источнику и недостающей критичности в подходе к его анализу. Однако подобные вопросы, по-видимому,

следует ставить перед исследованием степени эффективности различных мер королевской политики в области стимулирования внешней торговли. Наша же цель — рассмотреть характер таковой политики, и данный материал в этом плане является незаменимым.

Регион Средиземноморья оказался ареной борьбы различных сил за господство. Здесь столкнулись интересы христианского мира, с одной стороны, и мусульманского, с другой. Кроме этого европейские державы активно боролись между собой за преобладание. Крестовые походы, ставшие неким рубежом эпохи, приведшие к росту антагонизма между народами, в то же время сыграли большую роль в становлении средиземноморского обмена [Супрунов 2017, 404]. Мореходство поставило Каталонию в положение сильной морской державы. Сицилия, Африка, Сардиния были театрами кровавых сцен установления Барселонского влияния. Могущество королевской армии вызывало страх и уважение у противников. Возможно, следовало бы избегать абсолютизации, однако имеет право на существование мнение о том, что «потеряв власть на море, Арагоно-Каталонская держава еще в XIII в. превратилась бы в жалкое подобие прежнего величия и, более того, сама подвергалась бы завоеванию с моря» [Дживелегов 1904, 43]. По мере того, как повторялись морские экспедиции, возрастало влияние каталонцев. Слава о барселонских моряках гуляла по всему средиземноморью. В инструкции, адресованной адмиралу Рогерио де Лаурия перед отправлением в Сицилию, Педро III дает распоряжение, чтобы тот снарядил немедленно двадцать пять галер и на борт не брал ни единого иностранца, а всю команду и арбалетчиков набрал бы только из барселонцев. Король также высказывает пожелание, чтобы и впредь таким образом готовились эскадры [Сартану 1792, 31]. В начале XIV века барселонцев можно встретить в Провансе, на Сицилии и Кипре, в портах Египта, Сирии и Магриба. Было бы неверным полагать, что принятие жителей Барселоны во многих иноземных портах являлось лишь следствием военных успехов первых. Установление торговых взаимоотношений стало для Барселоны делом удержания своих позиций в этих государствах. Барселона, главный торговый и промышленный город королевства, являлась характерным примером, на основании которого можно судить, в какой-то мере, о протекционистской политике, проводимой властью, в целом. С 1249 года торговой юрисдикцией обладал Совет Ста, которую он делегировал двум морским консулам. Город имел право чеканить монету и назначать должностных лиц, консулов. Последние должны были представлять город и заботиться об интересах барселонской торговли в других государствах. Совет Ста способствовал всемерному развитию торговли и навигации. Собрание «Лучших людей», а также советники, им назначаемые (согласно порядку, введенному Хайме I в 1274 году), занимались разработкой постановлений касательно усовершенствования условий навигации и торговли. В процессе этой деятельности собрание вносило различные рекомендации королевской

власти об утверждении привилегий и пожалований в области торговли. Часто значительную роль играл Совет городского магистрата — высшего должностного лица в городе, ответственного за порядок во вверенном ему муниципальном округе. Очевидным было представление о том, что только торговля могла способствовать утверждению на заморских территориях, поэтому все устремления власть имущих нацеливались на всемерное развитие морских транспортных средств. Политика протекционизма выражалась, в результате, в мерах, принимавшихся городом и властью и укрепивших и поднявших Барселону. Обеспечение барселонских купцов различными привилегиями, как в порту самой Барселоны, так и по возможности в портах городов — торговых партнеров последней — определили развитие ее торговой навигации [Vilag 1961, 34]. Обратившись к истории выработки подобных привилегий, можем сказать, что в 1068 году Рамон-Беренгер I предоставил защиту всем судам, становившимся на якорь и находившимся в территориальных водах его владений. Позднее, в 1283 году и 1299 году это положение подтверждалось Педро III, Альфонсо III и Хайме II соответственно. Велико было значение экспорта товаров на собственных судах барселонцев. Так, уже упоминавшаяся привилегия Хайме I 1227 года ликвидировала возможность вывоза барселонских товаров, предназначенных для продажи на рынках Сирии, в Александрии, Сеуте и прочих, на иностранных навах — этим должны были заниматься корабли Барселоны. Королевское постановление 1230 года о приобретении жителями города полной, абсолютной свободы торговли на Майорке и Ибисе освобождало их от торговых пошлин [Сарпану 1792, 62]. К 1238 году Хайме I осуществил завоевание Валенсии. Стремясь прежде всего обеспечить свои собственные интересы и укрепить свою власть. Завоевание валенсийских территорий Хайме I осуществил с помощью рыцарей и горожан Арагона, Каталонии и Майорки. При разделе территорий он выделил часть арагонской знати и рыцарям. Хотя права верховной юрисдикции принадлежали королю, все же арагонским дворянам удалось добиться применения на их землях феодальных законов. Он освободил барселонцев от налога за провоз различных товаров и других королевских пошлин во всех владениях короны [Сарпану 1792, 47]. Барселона имела чрезвычайно большое значение и обеспечила себе, во многом, благодаря активной торговой деятельности, преобладание над остальными городами Арагоно-Каталонского государства. Развивая и стимулируя торговлю последней, Хайме прежде всего обеспечивал собственную власть надежной экономической опорой в противоречивых отношениях с подданными в условиях соперничества с графом Тулузы. Во многих портах королевства, юрисдикцию над которыми имели крупные феодалы, последние пользовались правом сбора пошлин, весьма стеснявших развитие торговли. Хайме I с целью развития взаимотношений между различными регионами Арагоно-Каталонской федерации предоставил в 1265 году

барселонским навам право беспошлинного ввоза товаров в порт Коллиура при возвращении с Леванта. Причем, в качестве отменяемой лесды, дорожного сбора, не должны были учреждаться впредь никакие налоги. В 1282 году по настоянию городского магистрата было запрещено взимание лесды в порту Бланеса с товаров, приходивших на барселонских судах. Можно сказать, что в своей политике покровительства короли проводили весьма жесткую линию. Так, из-за оттеснения местных торговцев, приобретения итальянцами всех выгод от торговли с Барселоной (по жалобам барселонцев) в 1265 году указом Хайме I все купцы — итальянцы были изгнаны из столицы Каталонии. Их касался также запрет в дальнейшем иметь торговые склады в городе. Другая королевская грамота (1268 год), запрещавшая погрузку товаров, приобретенных в Барселоне, на суда, не принадлежавшие барселонцам, касалась уже всех иностранцев. Торговля города терпела значительные убытки в связи с установлением грабительской пошлины, препятствовавшей экспорту определенных товаров за границу, на что магистрат указал Педро III. Время от времени издавались королевские указы, касавшиеся запрета вывоза в мусульманские страны пшеницы, ячменя, железа, оружия, строительной древесины и таллажа. Однако сам факт повторения подобных указов свидетельствует об их несоблюдении. Король в 1281 году отменил упомянутое ограничение, предоставив барселонским купцам полную свободу в вывозе любых товаров в какую бы то ни было страну (христианскую или мусульманскую), исключая только пшеницу и ячмень, «если только обилие урожая не требовало обратного» [Сарпану 1792, 49]. С обретением Арагоно-Каталонским королевством сицилийских портов, расположенных на пересечении торговых путей между Востоком и Западом, средиземноморская торговля Барселоны существенно возросла. Значение частных морских торговых экспедиций барселонцев подтверждают повторяющиеся королевские постановления касательно привилегий столичных купцов. Так, уже в 1283 году Педро III предоставил им «*carta confirmatoria*», согласно одной из статей которой во всех портах королевства отменялись все вновь введенные местными чиновниками пошлины на товары, прибывавшие на борту барселонских судов. В отмене обычного «берегового права», когда при кораблекрушении весь товар, ценности и имущество купцов, находящееся на берегу или в море становилось собственностью того, в чьих владениях оказался данный товар, были заинтересованы не только барселонцы, но также иностранные купцы, ведь от прихоти погоды не был застрахован никто. По всей видимости, положение это уже отменили в начале XIII века, так как в грамоте 1286 года говорится о различных злоупотреблениях из-за того, что многие предыдущие постановления Хайме I и Педро III не учитывались местными властями. Альфонсо III приказал, чтобы никто не осмеливался присваивать какие-либо товары на всем протяжении каталонского побережья, оказавшиеся там по причине кораблекрушения, произошедшего в государственных

водах королевства [Сарману 1792, 51]. Очередное подтверждение привилегированного положения барселонских купцов относится ко времени правления Хайме II. В постановлении 1295 года он предоставил всем торговцам города свободу вывоза, ввоза, продажи и покупки любых товаров в границах королевства без каких-либо ограничений и специальных королевских разрешений на этот счет. Лишь купля-продажа зерна и такелажа должны были отдельно регламентироваться властью даже во внутреннем товарообмене между различными регионами королевства в период ведения войны с внешним врагом. Пшеница была продуктом, недостаток которого постоянно чувствовался в Каталонии. Даже после приобретения рынков Сицилии, сельскохозяйственного региона, возникали различные трудности, связанные с ее вывозом за пределы страны, и требовалось специальное королевское разрешение по этому поводу. Так, в 1299 году Хайме II отменил пошлины на экспортируемую из барселонского порта пшеницу в земли государства, с которым Арагон в данный момент находился в состоянии войны. В то же время, король оговорил право запрещать весь вывоз в случае дефицита. Позднее, в 1356 году, Педро IV предоставил (точнее, подтвердил законность данной ранее привилегии) купцам Барселоны право экспортировать на Майорку и прилегающие острова любые товары, за исключением пшеницы и ячменя. Торговля становится неотъемлемым фактором не только социально-экономического, но и политического развития многих государств, в немалой степени определяет характер международных связей [Супрунов 2017, 398]. Рассматривая многочисленные королевские постановления, касающиеся обеспечения барселонских купцов различными привилегиями, мы сталкиваемся с частыми противоречиями. Бесспорно, организация морской торговли крупнейшего порта государства являлась приоритетным направлением политики арагонских королей. Торговые операции обеспечивали весьма существенное вливание в государственную казну. Однако не следует забывать несовершенство управления государственными финансами как в деле распределения налогов и их сбора, так и в области административной. Часто испытывая денежные затруднения, короли принимали дары от купцов, принуждали их к уплате своего рода возмещения за налог, подлежащий отмене. С конца XIII века государственную систему фиска возглавила так называемая «Diputacion», суд заседателей, введенный в действие указом Альфонсо III в 1289 году. Членов суда выбирали на кортесах и срок их пребывания в должности продолжался до следующих кортесов. Функция контролера поступления налогов в казну, привлекавшего к ответу должников и нарушителей установленного порядка, следившего за тем, чтобы не было допущено обмана при сборе податей, была предоставлена Альфонсо III данному ведомству, а позднее не раз подтверждалась арагонскими монархами. Переплетение государственной и муниципальной системы фиска в подобных условиях, по-видимому, приводило лишь к изданию всё новых и новых коро-

левских постановлений, отвечавших на сиюминутные жалобы магистратов (как, например, в деле с изгнанием итальянских торговцев из Барселоны). Польза же от подобных указов в масштабе государства представляется сомнительной. С одной стороны, они поощряли торговую деятельность местных купцов, предоставляя в первую очередь им таможенные льготы во всех портах королевства, с другой — препятствовали расширению торгового обмена, ставя препоны их иностранным коллегам. «По правде говоря, удивляет то, что каталонцы, будучи столь ревнивыми в отношении собственных экономических интересов, в то же время проводили в жизнь столь жесткие для самих себя законы...» [Сарману 1792, 54]. Всё же многочисленные свидетельства присутствия иностранных купцов в порту Барселоны, а также барселонцев на многих средиземноморских рынках, крупных торговых центрах, говорят о том, что, в целом, государственная политика покровительства, проводимая арагонскими монархами, имела положительный эффект. Какие бы «сюрпризы» ни преподносило море, купцы Барселоны вновь и вновь пускались в дальние экспедиции: морская торговля являлась фактором развития каталонской экономики в целом. Частную инициативу королевская власть продолжала поддерживать и в XIV веке, предоставляя купцам значительные привилегии. Очередная, от 1323 года, подтвердила свободный от налогов провоз товаров барселонских купцов во всех городах и населенных пунктах владений короны, как в тех, которые уже входили в эти владения, так и в тех, присоединение которых было делом будущего. Торговый обмен с итальянскими городами (несмотря на уже упоминавшиеся запреты, имевшие временный характер) не прекращался — слишком уж значителен был партнер, чтобы вдруг полностью отказаться от него. Постановление 1265 года о высылке из столицы Каталонии всех купцов-итальянцев, с течением времени подзабытое и не имевшее практического применения, обходилось различными оговорками, о чем напомнил королю магистрат Барселоны. Хайме II в 1325 году издал новый декрет о том, чтобы все итальянцы вообще не могли торговать в городе и на его окраинах ни сами, ни через посредников. Это постановление, по всей видимости, соблюдалось весьма тщательно — пизанцы в 1337 году прибыли в Барселону с торговыми целями и не были приняты, но когда они обратились к Педро IV, тот предоставил им право свободно торговать в своих владениях как друзьям и союзникам короны. Наконец, в нашем распоряжении прагматика Мартина I 1397 года, касающаяся этой же темы. По представлению Барселоны, а также Валенсии, Тортосы и других городов королевства, показавших очевидность ущерба от различных обманов и злоупотреблений со стороны итальянских купцов, король издал указ, согласно которому все итальянцы со всеми их товарами должны были покинуть в течение трехмесячного срока все города короны и не могли впредь там находиться и заключать торговые соглашения с местными жителями, а консулы (городские советники, члены муниципалитета) имели право взыскивать

установленные штрафы (в виде изъятия товаров и имущества, равного по стоимости товарам, участвовавшим в обороте с итальянцами) с нарушителей данного порядка. Однако даже в этом постановлении существовали различные оговорки и исключения. Так, не упоминались тосканцы, флорентинцы, сиенцы, ломбардцы, жившие в Каталонии с семьями и внесенные в списки горожан. Кроме прочего, в случае нехватки зерна на внутреннем рынке государства (из-за неурожая или по другой причине) итальянцам не запрещалось привозить в каталонские порты хлеб и торговать им на рынках королевства [Сарпану 1792, 61]. Расширявшийся объем морской торговли Барселоны и комплекс вопросов, связанных с ее регулированием, делали необходимым создание нового контролирующего государственного учреждения, которое разбирало бы различные апелляции, принимало решения и направляло в королевскую курию рекомендации касательно тех или иных аспектов протекционистской политики. С 1249 года барселонский Совет Ста обладал торговой юрисдикцией. Несмотря на то, что законченные формы консульства приобрело лишь к середине XIV века, в течение длительного времени в Барселоне существовал, своего рода, его «предшественник» — некий суд, состоявший из «сведущих купцов», который под королевским покровительством управлял торговыми операциями. В 1279 году Педро III предоставил барселонским купцам право выбирать большинством голосов двух представителей, так называемых морских консулов, управлявших делами морской торговли. Двумя первыми представителями, выбранными в тот же год, были Педро Прунес и Гильермо Лулль, о чем свидетельствует жалоба, с которой они отправили к королевскому двору посланников Рамона Вилларделя и Арналдо Сабатера, на притеснения, чинимые местной администрацией в портах Нарбонны, Марселя и других городов южно-французского побережья, по отношению к купцам Барселоны. Позднее, в начале XIV века, эти морские консулы были подотчетны Совету Ста и магистрату. Первый выдвигал кандидатов на эту должность, второй утверждал их. Как явствует из грамоты Хайме II 1315 года, появление которой было связано с необходимостью снарядить эскадру против мавров, эти морские консулы вместе с городским советом могли способствовать разрешению различных противоречий, имевших место в торговой практике [Сарпану 1792, 67]. Институт консульской власти появился в Барселоне раньше, чем в любом другом городе Каталонии. В то же время, интересно заметить, что историю морского консульства Барселоны как такового принято начинать с 1347 года, когда Педро IV с целью свести воедино торговое делопроизводство в своих владениях, уменьшить бюрократическую проволочку и повысить авторитет должности консула своим постановлением учредил морское консульство в Барселоне, к которому и перешли права юрисдикции прежних «морских консулов». В Валенсии же подобный институт возник еще в 1283 году, хотя и для него прообразом явились все те же барселонские консулы по делам мореход-

ства и морской торговли. Городской магистрат получил право ежегодно назначать из купеческой среды двух морских консулов, стоявших во главе консульства. Совет Ста, в свою очередь, выбирал большинством голосов двух подчиненных, имевших административную функцию. В указанный день данные консулы назначали членов Совета двадцати и принимали их присягу. В этот совет «опытных» могли попасть только богатые купцы Барселоны, с их помощью консулы должны были разбирать вопросы торговли, накладывать пошлины на товары входящих и выходящих судов и вводить чрезвычайные налоги. В целом, упомянутые купцы по мере возможностей способствовали развитию торговли, заботились о поступлении налогов в казну, боролись с контрабандой. Морское консульство ведало не только делами, связанными с торговлей на море, но и защитой судов от пиратов. Нужно сказать, что в сфере организации морской торговли очень часто переплетались функции власть предержащих. Так, именно Совету Ста принадлежало важное право назначения (утверждения выбранных морскими консулами кандидатов) консулов — торговых представителей Каталонии за рубежом [Сарпану 1792, 63]. Само существование этой должности является еще одним свидетельством того уровня, которого достигла морская торговля Барселоны в своем развитии. Ко всем многочисленным трудностям деятельности консулов добавлялось то, что в заморских странах (тех портах, где причаливали барселонские навы, барки, коки и другие торговые суда) купцы — барселонцы не могли быть застрахованы от каких бы то ни было неожиданностей. Для руководства торговой деятельностью купцов — соотечественников и защиты их интересов от притеснений со стороны их иностранных коллег и местных властей в 1258 году в так называемых морских ордонансах («*Ordinationes Ripariae*») — установлениях касательно торгового судоходства, изданных собранием «Лучших людей» Барселоны и заверенных специальной грамотой Хайме I, — была учреждена должность заморского консула. Консулы Барселоны были, своего рода, представителями государства за границей. О важности этого института говорит частое обращение королевской власти к данной теме. Так, подотчетность всех каталонцев, находящихся в то или иное время за границей, юрисдикции барселонского консула (резиденция которого располагалась в одном из крупных портовых городов данного государства) закрепляла грамота 1266 года Хайме I. По мере расширения морских торговых связей Барселоны и в соответствии с необходимостью городской Совет Ста должен был вдвигать кандидатуру на должность консула, после чего этот человек получал утверждение в должности со стороны короля. Подобный порядок назначения проходили и вице-консулы, которые имели право замещать консула при его отбытии на определенный срок и обязанность отчитываться перед ним о состоянии дел. Как консулы, так и вице-консулы должны были принести присягу перед собранием «Лучших людей» при заступлении в должность [Vilag 1961, 76]. Консулами, являвшимися судьями, опекунами и защитни-

ками личностей и имущества своих соотечественников за границей, могли стать только лица безукоризненной репутации. Срок пребывания в данной должности равнялся одному году, по истечении которого процедура избрания повторялась. Этот королевский статут был утвержден, различные положения его получили дальнейшее развитие двумя годами позже — барселонский Совет Ста получил все полномочия в деле назначения консулов в тех городах Средиземноморья, куда приходили торговые суда Барселоны. В данном королевском постановлении 1268 года также оговаривалось, что избранные не могли отказываться от должности, а в иностранных портах имели власть над всеми подданными Арагоно-Каталонского королевства [Сарману 1792, 71]. О масштабах полномочий барселонского Совета Ста в этой области свидетельствуют многие документы. Так, в 1351 году Педро IV дал «подтверждение» ранее назначенным консулам в Генуе и Пизе, на что Барселона заявила о собственной привилегии назначать их, не нуждаясь в дополнительных королевских грамотах. В результате в том же году Педро IV направил в муниципалитет Барселоны «ответ», в котором пояснил, что данный шаг отнюдь не был намерением нарушить каким-либо образом привилегии города. В 1352 году по настоянию властей Барселоны получил отказ от должности консул в Трапани, незадолго до этого назначенный королем. Подобных примеров в практике организации и ведения заморской торговли применительно к объекту нашего изучения можно найти довольно много. Королевская грамота 1328 года лишает должности консула в Генуе (ввиду апелляции со стороны муниципалитета Барселоны), поскольку назначение он получил исключительно королевским распоряжением. В 1328 году Альфонсо IV направил обращение к советникам Барселоны, сообщавшее о назначении консулом в Палермо некоего Педро де Корафорт, с рекомендацией признать и утвердить его в должности, а также распорядиться, чтобы все граждане Каталонии, пребывавшие в Палермо, принимали бы его как правомочного консула. Все города Арагоно — Каталонской короны признавали первенство Барселоны в деле назначения заморских консулов. Любой купец — каталонец в случае какой бы то ни было несправедливости, притеснений со стороны последних обращался в Совет Барселоны. Так, в 1393 году из-за многочисленных жалоб на злоупотребление властными полномочиями постановлением муниципалитета был отстранен от должности консул в Савоне и на его место назначен другой. С другой стороны, сами консулы со своими претензиями обращались в барселонский Совет как в основную руководящую инстанцию. Сохранилось подобное обращение, датированное 1289 годом, от консула в Марселе, который яко бы терпел притеснения от сицилийских купцов, приходивших в порт Марселя и не признававших власти барселонского консула в сборе торговой пошлины [Finot 1899, 45]. География средиземноморских портов, в которых присутствовали консулы Барселоны, в основном, повторяет географию торговых связей последней в рассматриваемый

промежуток времени, хотя и не во всех случаях мы имеем возможность подтвердить это документально. Из-за отсутствия данных мы не всегда можем также определить точную дату учреждения должности консула в том или ином городе, с которым Барселона вела торговлю морем. Очевидно, по крайней мере, что добившись от Хайме I в 1258 году столь важного права назначать консулов в иностранных портах, Барселона не преминула воспользоваться этой привилегией. Известно, например, что в 1272 году была учреждена должность консула в Александрии — в нашем распоряжении рекомендательное письмо, с которым Барселона отправила в этот город некоего Риккардо де Монтана, под чью юрисдикцию отныне (на период его пребывания в должности) попадали все купцы — каталонцы, прибывавшие с товаром в Египет. В иностранном городе барселонские купцы были связаны с местной администрацией и таможней, гарантировавшими иноземцам безопасность и соответствующие условия торговли. Поэтому процедура заступления консула в должность включала также получение «одобрения» со стороны власти страны, с которой Барселона намеревалась поддерживать торговые связи и одним из приморских городов которой она устанавливала эту должность. Так, в качестве примера приведем документ 1379 года, когда вместе с вновь назначенным Барселонским Советом консулом в Александрию Педро IV отправил грамоту султану эль-Мансуру Аледдину, в которой напоминал последнему об отношениях мира между двумя государствами и просил его согласия на утверждение очередного консула Барселоны. Необходимость последнего объяснялась, по мнению Педро IV, развитием торговых взаимоотношений между двумя государствами и общей пользой. В этом же послании король Арагона уверял султана в том, что все каталонцы, прибывавшие в порт Александрии с торговыми целями, будут всегда воздерживаться от всякого рода конфликтов с подданными султана [Сарману 1792, 75]. К 1347 году относится наиболее раннее свидетельство назначения консула Барселоны в королевстве Лузиньянов на Кипре в Фамагусте. Заметим, что таможенные привилегии каталонским купцам были даны еще королем Енрике II в 1291 году. О причинах такого временного разрыва между началом активного роста барселонской торговли на острове и учреждением института консула в главном порту кипрского королевства можно строить различные предположения. В данном случае, мы не можем утверждать, что консул Педро Сикарт, назначенный Барселоной в 1347 году, был первым, поскольку формула «рекомендаций», которые выдавались советниками вновь избранным на эту должность, исключала какое-либо упоминание об их предшественниках. Приблизительно эта формула выглядела так: «Я, ..., магистрат Барселоны, подтверждаю, что ..., назначенный барселонским Советом на должность консула..., действительно обладает всеми полномочиями над купцами-каталонцами, которые будут прибывать в данный порт на судах Барселоны, и их товарами, является порядочным человеком и имеет добрую репутацию». Скажем лишь, что

купцы-каталонцы, согласно привилегии 1291 года получили право на льготные таможенные пошлины (2% — при ввозе-вывозе, 1% — при транзите товаров), а также гарантию личной безопасности, сохранности товаров во время торговли на острове. Все же сделки, регистрация товаров, проверка их количества и качества, сбор налогов, разбор различных конфликтов между купцами, по всей видимости, находились под контролем местных должностных лиц. «Правом судебно-административного иммунитета, устройства фактории на Кипре долгое время обладали лишь Венеция, Генуя и Пиза...» [Сарману 1792, 81]. Наибольший торговый обмен барселонские купцы на протяжении данного периода имели с мусульманами средиземноморья. С конца XIII века, времени распространения власти египетских мамлюков над государствами крестоносцев в восточной его части, порты Антиохи, Триполи, Бейрута и других городов все чаще принимали барселонские торговые суда. Так, в 1290 году в Триполи в качестве консула Барселона отправила Далмацию Суньера, о чем свидетельствует султанская грамота, предоставлявшая подданным арагонской короны свободу торговли с уплатой таможенной пошлины равной 3% при ввозе-вывозе. В 1295 году пошлина была снижена до 2%, однако зачастую во всех портах владений султана по мере продвижения судов от города к городу местные власти взимали пошлину на один и тот же товар, так что последний оказывался обложен в двойном или тройном размере. Это злоупотребление побудило в 1299 году некоего Гильермо Кабонеля, барселонского купца, отправлявшегося с товаром к портам Восточного Средиземноморья, просить Хайме II посредничества и защиты перед султанскими чиновниками. В грамоте, направленной Педро III в 1281 г. К тунисскому султану эль-Мустансиру, говорилось о всемерной поддержке арагонской короной власти законного правителя Туниса, а также о необходимости развивать торговые взаимоотношения между двумя государствами, виду чего король Арагона сообщал об учреждении должности барселонского консула в порту Туниса и просил султана одобрить это назначение. В 1302 году подобный документ был отправлен Хайме II к султану эль-Амуслами в Марокко, в котором, кроме прочего, король оговаривал возможность вывоза в Барселону пшеницы и просил эль-Амуслами установить льготные пошлины для купцов — барселонцев, с чем уже ранее обращался к местным властям барселонский консул в Сеуте, но не получил ответа. Практика установления консулов в североафриканских портах не исключала, впрочем, и злоупотреблений со стороны местной администрации — так, в 1325 году в порту Алжира был захвачен барселонский корабль, имущество конфисковано, а купцы арестованы. Обо всем этом сообщает деловое письмо консула Франсиско Бугса, адресованное Хайме II с просьбой потребовать от султана освобождения арестованных, возмещения убытков. В XIV веке торговые связи Барселоны со странами Магриба лишь окрепли. В нашем распоряжении множество рекомендаций, направляемых магистратами Барселоны в ино-

странные города вместе с вновь назначаемыми консулами. Так, в 1338 году в Сеуту отправился консул Мануэль де Финаль, фактория Барселоны в Тунисе приняла в 1345 году на эту должность Николаса Рокафорта, а Арнальдо Марсейс передал полномочия консула Барселоны в Алжире своему преемнику Арнальдо де Байсека в 1362 году. Завоевание Сицилии, как мы уже отмечали, ставшее значительным внешнеполитическим шагом арагоно-каталонских королей, существенно облегчило торговую деятельность барселонских купцов. Рынки Сицилии располагались на пересечении средиземноморских путей. Немудрено, что именно здесь Барселона получила наибольшие торговые преимущества [Супрунов 2017, 401]. Должность консула в Палермо была учреждена в 1285 году — инфант Хайме, только что вступивший на сицилийский престол, предоставил такую привилегию каталонским купцам. Резиденция главного консула Барселоны располагалась в Палермо. С течением времени появилась необходимость в назначении консулов и в другие порты королевства. Так, Федерико III в 1335 году подтвердил привилегию каталонской столицы выбирать консулов в Трапани и Мессине. Должности вице-консулов были учреждены в последующем в Чефалу, Катании, Аугусте, Сиракузах, Ликате, Джеле, Марсале и Мадзаре. Торговое сообщение между Барселонией и Сардинией заметно окрепло с начала XIV века. Хайме II предоставил Барселоне в 1325 году право назначать и смещать консулов в портах острова. Главный консул находился в Кальяри, но в короткое время, (до 1327 года) число вице-консулов Каталонии на Сардинии выросло до четырех (в нашем распоряжении сообщение об учреждении этой должности в Ористано, Сассари, Альгеро, Карбонии) [Vilar 1961, 93].

Подводя итоги, скажем, что в целом, торговля морем барселонских купцов в XIII–XIV веках достигла значительного размаха. Во многом благодаря королевской политике поддержки, обеспечение каталонцев, пускавшихся в морские торговые экспедиции, различными привилегиями как в городах арагонской короны, так и за границей, в Средиземноморье сложилась благоприятная для купцов Барселоны обстановка. Меры этой политики покровительства сводились, прежде всего, к установлению таможенных льгот, облегчавших торговлю, хотя не всегда королевская власть была последовательна в проведении этой линии. Зачастую на пути роста и развития торговых взаимоотношений стояли пираты — приходилось принимать различные меры обороны жизни и имущества купцов, к сожалению, далеко не всегда эффективные. С другой стороны, политика арагонских королей в области организации внешней торговли сталкивалась со злоупотреблениями администрации иностранных городов по отношению к барселонским купцам. Необходимо было, как учитывая интересы этих государств (в портах которых Барселона собиралась вести торговлю), так и не забывая о своих собственных интересах, проводить политику предоставления свободной торговли барселонским купцам при обязательном соблюдении последними та-

моженных порядков. Учреждение должности заморских консулов, в задачу которых входило проведение в жизнь мер, обеспечивающих пребывание купцов — каталонцев за границей, размещение их товаров и ведение торговых

операций, стало значительным шагом в деле защиты королевской властью торговых интересов за границей, покровительства, развития торговли каталонцев и укрепления позиции Барселоны

Литература:

1. Дживелегов, А. К. Торговля на Западе в средние века. СПб., 1904.
2. Супрунов, С. Е. Средиземноморская торговля в XIII—XIV вв. // Молодой ученый. — 2017. — № 11. — с. 398—404.
3. Carmany, A. Memorias historicas sobre la marina, comercio y artes de la antigua ciudad de Barcelona. Madrid, 1792. T. 2.
4. Finot, J. Etude historique sur les relations commerciales entre le Flandre et l'Espagne. Paris, 1899.
5. Vilar, P. La Catalogne dans l'Espagne moderne. Recherches sur les fondements economique des structures nationales. Paris 1961, t. 1.

Древние корни ранней государственности Хорезма

Таджиева Феруза Джумабаевна, преподаватель;

Шамуратов Отажон Хамидович, студент;

Кучкаров Шерзод Отабекович, студент

Ургенцкий государственный университет имени Аль-Хорезми (Узбекистан)

Климатические условия и географическое расположение хорезмского оазиса отличается от других исторических культурных областей Средней Азии. Археологические исследования, проведенные членами хорезмской археологически-этнографической экспедиции во главе с Толстовым С. П. позже археологами Каракалпакистана в советский период на территории хорезмского оазиса и соседних территорий Сарикамиш и Узбой, дают некоторые сведения о ранней государственности Хорезма. Возникновение социально-экономических и этнокультурных основ ранней государственности в Хорезме связано с рекой Амударья. Известно по географическим исследованиям, что территории Кизилкум, Южное Приаралье сформировались как низменность 25—10 тыс. лет назад. [1. с. 283] Река Амударья начиная со своего верхнего притока вобрав воды рек Заунгизи, Зарафшан приливался через Узбой в Каспийское море. К середине геологического периода несколько русел рек Шурахан, Окчадарья, Сирдаринские Жонадарья, Инкордарья, Кувандарья и Эскидарья сформировали границы территорий прибрежья Арала. [2. с. 73]

Согласно результатам археологических исследований, были обнаружены материальные предметы поселений охотников периода позднего палеолита и мезолита на землях правобережья Амударья, предгорьях Бурли-3 и Султон Увайс. Следует отметить, что древние корни обитателей неолита в хорезмском оазисе пока не археологически изучены. По-нашему, основной деятельностью первобытного населения позднего палеолита предгорье Султон Увайс была охота. Потому что эти территории считались удобными для охоты. Новое

поколение обитателей Султон Увайс продолжили занятия предков. К первой половине 3 тыс. лет до н. э. среди родов этих охотников возникла проблема продовольствия. Вследствие этого они переселились на северо-восточные, юго-западные и юго-восточные территории холмы Янбашкала.

Источники по ранней государственности Хорезма были получены в результате археологического изучения поселения Янбаш-4. Поселение (300 м в кв.) построено в форме полуземлянки из деревянных столбов сбоку Янбашкала. В культурном слое поселения были найдены орудия труда, кости рыбы, черепа панцирем и семечки. Обитатели Янбашкала своим профессиям добавили изготавливать орудия труда из камня, глиняное гончарство, охоту и собирательство. Подобные орудия труда как в Янбашкала были найдены в поселениях Толстов и Кават-7. Согласно данным исследований ко второй половине 2 тысячелетия до н. э. одна группа род-племен, освоивших Янбашкала, покинув свою родину, переселились в местность Туямуюн и основали поселение Туямуюн-3. Роды поселявшие местность Султон Санджар, Кумбулок-1, Каррикизил 1—4 оазиса Капарас тоже занимались охотой и собирательством. В их культурном слое были найдены орудия из камня, керамика. В общем, изучены более 40 поселений эпохи неолита оазиса Карпас. [3. с. 77]

Были изучены с археологической точки зрения 3 поселения эпохи неолита в бассейне северной Акчадарья, получены вещественные данные [1]. Около 40 неолитических поселений Акчадарья были изучены. Итина М. А. процесс формирования этих поселений связывает с полноводным состоянием реки Амударья. Наоборот, на тер-

ритории маловодного русла Давдон Сарикамиш. Узбой существовали малочисленные поселения. Но данные поселения являются малоизученными.

Согласно историческим данным, во второй половине 2 тысячелетия до н. э. племена, проживавшие в Южной Сибири и Казахстане переселились в Южной Приаралья.

Итина М. А. исследовала этнические процессы, протекавшие в конце эпохи бронзы благодаря изучению могил, где были похоронены племена, проживавшие в Южной приаралье и в южной части бассейна Акчадарья. В том числе, были обнаружены более 100 мест погребений поселения Кукча-3, относящейся к Тазабагяпской культуре, из них 74 являются археологически изученными. Могилы имели форму прямоугольника площадью 2,2–2,5*1,8–2 м. Некоторые могилы были парными, а некоторые были для одного умершего, размером 1–1,5*1,7–1,9 м. [4. с. 126] Похороненных умерших ноги и руки были согнуты. В каждой могиле были обнаружены керамические предметы, вокруг останков мужчин находились орудия труда, а у женщин украшения.

Таким образом можно делать вывод, что из исторических данных мы узнаем, что территории низовьев Амударьи, Сарикамиш, Узбой стали осваиваться с эпохи позднего палеолита.

Выдающимся памятником культуры Хорезма I–VI вв. н. э. является городище Топрак-кала. В III в. здесь находилась столица Хорезма. Топрак-кала была открыта хорезмской экспедицией под руководством С. П. Толстова в 1938 году. Город в плане представлял собой правильный прямоугольник. В северо-западном углу был расположен дворец правителя — огромный трёхбашенный замок. На юго-восток от замка находился храм огня. От него на юг шла длинная улица, разрезавшая город на две половины. Отходящие от неё переулочки отделяли друг от друга массивные дома-квартиры, из которых состояла столица позднерабовладельческого Хорезма. Построенная в III в. крепость до 305 года была резиденцией правителей страны хорезмшахов. Из-за многочисленных завоевательных

войн правители покинули резиденцию и город постепенно пришел в упадок.

В ходе археологических раскопок были найдены монеты, обломки ассуариев (погребальные сосуды зороастрийцев), а также великолепные образцы художественной культуры: тонко выделанная керамика, шерстяные, шелковые ткани, золотые украшения и ожерелье из 300 бус из стекла, пасты, янтаря, кораллов, раковин. Были открыты мастерские по изготовлению знаменитых луков, которыми славился Хорезм. Необычайно интересна архитектура памятника, являющегося замечательным образцом градостроительного и фортификационного искусства античного Хорезма. Особый интерес в этом плане представляет трёхбашенный дворец правителя. Три грандиозные башни с жилыми помещениями внутри, поднимались на тридцатиметровую высоту, сегодня они достигают 25 метровой высоты, что говорит о высокой степени развития зодчества в Хорезме.

Однако Топрак-кала известна не только своей причудливой архитектурой, но и уникальными находками древнехорезмийской письменности. Документы, написанные на древнехорезмийском языке, найдены в четырех помещениях юго-восточной части дворца. Всего было найдено 116 документов, написанных черной тушью на деревянных дощечках и на кожаных свитках. Документы на дереве, а их всего восемнадцать, очень хорошо сохранились. Хотя документы полностью еще не прочитаны, характер их уже определен. Это хозяйственные документы дворцового архива. На трёх из найденных документов стояла точная дата — 207, 231 и 232 гг.

Помимо архива, огромный интерес среди находок во дворце падишахов представляет скульптуры и живопись. Недаром Топрак-кала называют «музеем изобразительных искусств Древнего Хорезма». Это единственный полностью раскопанный памятник архитектуры Хорезма. Его размеры и гениальность архитектурной конструкции делают Топрак-кала одним из самых уникальных памятников Хорезма.

Литература:

1. Баратов П, Маматкулов М, Рафиков А. Урта Осиё табиий географияси. Тошкент «Укитувчи», 2002
2. Кес, А. С. Антропогенное воздействие на формирование аллювиальное дельтовых равнин Амударьи. Культура и искусство древнего Хорезма. М. «Науке» 1981.
3. Итина, М. А. Неолит и бронзовый век южного Хорезм. М «Науке» 1991
4. Виноградов, А. В. Неолитические памятники Хорезма. М «Науке» 1968

Германо-«скифские» исторические контакты

Тян Наталья Викторовна, преподаватель
Национальный университет Узбекистана (г. Ташкент)

Рассматриваются исторические контакты между древними носителями германских и иранских (скифских) наречий на территории Черного моря.

Ключевые слова: германские племена, готы, аланы, гунны

There are considered historical contacts between old carriers of the German and Iranian (Scythian) dialects in the territory of the Black Sea.

Key words: German tribes, Gotha, Alana, Huns

В начале нашей эры — IV в. н. э. носители скифских наречий контактировали с носителями германских диалектов. Первыми германскими племенами на черноморском побережье были бастарны и скиры, которые населяли эту территорию около 230 г. до н. э. Однако, наиболее продолжительные и тесные контакты были между аланами (предками осетин) и готами.

Готы впервые упоминаются в начале нашей эры. Под именем «гутонов» они упоминаются в «Географии» Страбона и «Германии» Тацита. В период с начала I века н. э. — 220/230 г. н. э. готы отождествляются с Вильбаркской культурой. Примерно с 220/230 годов началось готское вторжение на территории Причерноморья, среднего Днепра и области Буга и Днестра. Расселение готов подтверждается археологически культурой, называемой Черняховской.

С 238 года н. э. готы вели военные походы на Римскую империю и благодаря этому часто упоминаются в римской истории. Первый период готских завоеваний заканчивается около 269 года н. э., когда готские войска были разбиты императором Клавдием II (Claudius II). Император Клавдий II получил при этом титул «Gothicus», что являлось древнейшим свидетельством готского имени [8, с. 34].

Итак, в середине III века готы находились к северу от устья Дона и Черного моря, где они быстро стали доминирующей силой среди варваров [5, с. 430]. «Важно, что это привело к интенсивному общению и «германо — сарматскому симбиозу» [...]» [6, с. 485]. К. Кляйн [3, с. 37] — с ссылкой на Франца Рольфа Шрёдера — констатирует, что даже «верования, считающиеся чисто германскими (Welt- esche, представления о Волюспе о Хеймдалле и Локи, рассказы об Одине Саксона Грамматикуса, космогонические представления Гримнисмала и Вафтруднисмала) [являются] результатом германизации иранского и еще дальше с востока пришедших верований [...], чьему дальнейшему распространению среди германцев способствовали готы».

От местных народов готы переняли кое-что из быта и приемов ведения боя, например, ведение боя верхом на лошадях, «тяжелая конница с кольчугой или чешуйчатым панцирем. [...] В других германских племенах — возможно при гуннском влиянии — распространяются черты аланской культуры («деформация черепа»)» [7, с. 122]. Обряд деформации черепа помимо готов переняли и

другие германские племена (бургунды, тюринги, алеманы и баварцы) [8, с. 59].

Разделение готов на тервингов (Terwingen) и гройтунгов (Greutungen) около 291 года н. э. совпадает с распространением Черняховской культуры на запад, получившая название культуры Синтана-де-муреш (Sintana de Mureş).

В конце III века различают две группы готов. К северу от Черного моря доминируют гройтунги или остроготы (Ostrogothi), к северу от нижнего Дуная жили тервинги или вестготы (Vesier).

В середине IV века восточные готы (Ostrogothi) основали могущественное государство под предводительством короля Эрманариха. При военной экспансии гуннов на запад (незадолго до 370 г.) аланы были первым народом, испытавшим на себе полную мощь гуннов [7, с. 248]. Большая часть алан присоединилась к гуннам и приняла участие в их военных походах (в том числе и против готов) совместно с гепидами и скирами. «И вот гунны, пройдя через земли аланов, которые граничат с гройтунгами и обычно называются танаитами, произвели у них страшное истребление и опустошение, а с уцелевшими заключили союз и присоединили их к себе. При их содействии они смело прорвались внезапным нападением в обширные и плодородные земли Эрменриха, весьма воинственного царя, которого страшались соседние народы, из-за его многочисленных и разнообразных военных подвигов» (Аммиан Марцеллин, XXXI, 3,1).

Большая часть остроготов была разбита в 375 году н. э. гуннами. Другая их группа — здесь Х. Вольфрам [8, с. 47] называет алан — присоединяется к гуннам-отступникам. Таким образом, появляется, по мнению В. Бирбрауера [2, с. 419], «коалиция трех народов» из восточных германцев, алан и гуннов, которые в 380 году н. э. поселились в Паннии.

О тесных отношениях между готами и гуннами косвенно свидетельствует взгляд на Аттилу в германских эпических сказаниях: Аттила в скандинавском эпосе («Эдда»), следуя бургундской традиции — жестокий и коварный враг, тогда как в средневековом немецком эпосе («Песнь о Нибелунгах», эпос о Дитрихе Бернском), восходящем к остготской традиции — благородный властитель [10, с. 88].

Скоро на очереди были и вестготы. Противостояние гуннам было тщетным. Около 376 года аланы вместе с вестготами направились в панонийский бассейн, который покинули вместе с вандалами и свебами [4, с. 76]. В 406 году они перешли (с вандалами и свебами) Рейн и частично осели в Галии. Имея славу всееляющих страх тяжелооруженных всадников, они приняли участие в битве на Каталонских полях (451 г. н. э.) на стороне Этиуса против «гуннских» алан. Остальные ушли в Испанию, были разбиты вестготами (Валяя) в 417–418 гг. и присоединились к вандалам, с которыми они дошли до Северной Африки. С этих пор короли вандалов назывались в источниках «reges Vandalorum et Alanorum» (т. е. ко-

роль вандал и алан) [7, с. 123]. Так, в *Additamenta Africana*: «Valentiniano VIII consulatu suo rex Wandalorum et Alanorum Geiseriucus regī, post mortem Valentiniani imperatoris annis XXI» [1, с. 30].

Когда основная масса готов продвинулась на запад, остальная группа германских племен остались в Крыму. Эту группу называют крымскими готами. Язык крымских готов В. М. Жирмунский называет последним остатком остготского [10, с. 16]. Но здесь возникает вопрос о достоверности словарного материала крымских готов. Кроме того, следует принимать во внимание, что появление готов в позднем Средневековье и крымских готов разделяют несколько веков.

Литература:

1. Alemany, A. Sources on the Alanstr. (= Handbook of oriental studies / Section 8: Central Asia. Vol. 5). — Leiden, Boston, Köln: Brill, 2000
2. Bierbrauer, V. Goten. // Reallexikon der Germanischen Altertumskunde, Bd. XII. — Berlin, New York: de Gruyter, 1998
3. Klein, K. K. Germanen in Südosteuropa. // Völker und Kulturen Südosteuropas. Kulturhistorische Beiträge. — München: Südosteuropa-Verlagsgesellschaft, 1959
4. Lexikon Alte Kulturen. Hrsg. von H. Brunner, K. Flessel. Bd. 1 — Mannheim: Meyers Lexikonverlag, 1990
5. Pohl, W. Goten. // Reallexikon der Germanischen Altertumskunde, Bd. XII — Berlin, New York: de Gruyter, 1998.
6. Schmitt, R. Iranische Sprachen. // Reallexikon der Germanischen Altertumskunde, Bd. XV — Berlin, New York: de Gruyter, 2000.,
7. Wenskus, R., Ozols J. Alanen. // Reallexikon der Germanischen Altertumskunde, Bd. I. — Berlin, New York: de Gruyter, 1973
8. Wolfram, H. Die Goten und ihre Geschichte. — München: Beck, 2001
9. Аммиан Марцеллин. Римская история. — Спб.: Алатейя, 2000
10. Жирмунский, В. М. Введение в сравнительно-историческое изучение германских языков. — М., Л.: Наука, 1964

Нарастание социальной напряжённости в СССР в конце XX века

Чавкин Денис Олегович, аспирант

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

В данной статье рассматриваются аспекты становления и развития политических и неформальных клубов в СССР в конце XX века. Показаны основные идеологические направленности политических организаций СССР в конце XX века. Проанализированы взаимоотношения между политическими клубами и идеологией того времени. Рассмотрен критерий политизации общества в кризисное для страны время. В заключении был сделан вывод, о том, что в период кризисного положения, изменения в социально политическом аспекте получили особое место в формировании политических взглядов общества.

Ключевые слова: демократизация, политические клубы, социальная активность, социализм, неформальные сообщества, перестройка, гласность

Демократизация и гласность привели к небывалому всплеску социальной активности в СССР в конце XX века. В 1989 году этот процесс развивался наряду с негативным эффектом «перестройки» и даже приобрёл черты кризиса, который, в свою очередь привёл к разрозненности разных представителей социума в СССР. Это можно

было наблюдать на примере развития неформальных общественно-политических движений и именно их нужно исследовать подробнее.

Общественные движения в СССР строились на понятиях социализма — практически все жители объединённых стран были привержены этой идее. Многие

поддерживали направление левого марксизма и социал-демократии — появлялись первые неформальные группы наподобие «Клуба социальных инициатив», объединения социально-политической направленности или клубы, которые поддерживали идеи «перестройки». Другие поддерживали социализм народнического характера, который по типу своих убеждений был близок к анархическому синдикализму — ярким примером является политический клуб «Община». Даже такая группа как «Память» организовывала выступления в 1986 году и высказывала свои националистические большевистские взгляды, а глава группы, Д.Д. Васильев, называл себя «беспартийным большевиком», хотя он не принадлежал ни к одной партии и лишь позднее его выступления стали иметь монархо-фашистский «оттенок». В народе также были популярны либерально-буржуазные темы, однако в кругах диссидентов они не пользовались популярностью. Последователями диссидентов являлись члены сообщества «Демократия и гуманизм», которая состояла из 30 человек с лидером В. И. Новодворской. После закрытия этой группы, она сформировала партию «Демократический союз». Однако это сообщество нельзя назвать либеральным, так как её члены в большей степени пропагандировали антикоммунизм — вместо поощрения буржуазных ценностей, они всё больше погружались в критику коммунизма. В близкий круг общения В. И. Новодворской были включены «младомарксисты» и раскол группы «Демократический союз» связан с тем, что его ряды покинули представители социалистической идеи. Таким образом, социалистическая идеология вплоть до 1989 г. была абсолютно доминирующей.

Причины такой социалистической направленности достаточно очевидны. Безусловный отпечаток наложило семидесятилетнее полное господство коммунистической идеологии. Даже у оппозиции этого режима наблюдалось неприятие буржуазно либералистической идеи, стереотип мышления утверждал лишь необходимость «исправления» социализма, но не отвержение самой социалистической идеи. А.И. Солженицын и после ареста искренне считал себя марксистом-ленинцем, и даже очевидный «западник» А.Д. Сахаров отстаивал свою знаменитую идею «конвергенции» капитализма и социализма. Большую роль в живучести социалистической идеологии на первом этапе перестройки играла и либерально-коммунистическая пресса, находящаяся под контролем шестидесятников «хрущёвского призыва». Для них исходная верность социалистических принципов была априорна. Борьба ими велась лишь против «перегибов», либо, как максимум, против сталинистской концепции социализма. Неформальные клубы и группы заходили в своей критике режима, конечно, гораздо дальше шестидесятников, но в позитивной части программы по-прежнему оставались на социалистических позициях.

Первые неформальные сообщества политической направленности были полны участников, которые относили себя к социальному слою разумной интелли-

генции, и студентов. Такие клубы воспринимались большинством как увлечение, которому можно было уделить свободное от работы или учёбы время. Но этап приятного времяпрепровождения был успешно пройден, и количество участников в таких клубах росло в геометрической прогрессии. Это привело к развитию двух различных тенденций. Многие клубы, включая «КСИ» или «Перестройка», превратившись в организации с огромным количеством участников, раскололись на менее крупные сообщества. Всё дело было в слишком амбициозных планах руководителей и в конфликтах между различными членами организаций. В 1987–88 году начался прогресс в развитии подобных сообществ. Небольшие сообщества и клубы стали собираться в более крупные организации. В 1988 году прошла митинговая весна, которая объединила многие клубы. Приверженцы социал-демократического движения присоединились к народному фронту, а социалисты народники в самом начале 1989 года создали Конфедерацию анархо-синдикалистов.

Но раньше всех в мае 1988 года объединились группы, которые выступали против коммунистической идеи — они создали партию «Демократический союз», однако его существование было недолгим. Фракция В.В. Жириновского тогда придерживалась социально демократической направленности, но она отказалась присоединиться к «Демократическому союзу». В 1989 году В.В. Жириновский создаёт либерально-демократическую партию, которая стала единственной политической консолидацией того времени, сохранившейся до сегодняшних дней. В составе «Демократического союза» были более радикальные сообщества, которые не выходили на контакт с властью или другими организациями, которые имели похожие взгляды и придерживались взглядов социал-демократической «линии». 1989 год был ознаменован серьёзными политическими изменениями. Импульсом для этих изменений стала избирательная кампания по выборам депутатов Съезда народных депутатов Советского Союза. Началась повсеместная политизация общества, которая приобрела новую силу после I Съезда и забастовок шахтёров в 1989 году. Политика стала предметом постоянных обсуждений огромного количества людей — это были не сотни, не тысячи, а миллионы людей. Активная политизация привела к формированию межрегиональной депутатской группы (МДГ), членами которой уже не являлись старые неформалы.

В стране начала формироваться новая сила, которая воплотилась в политическую элиту. По началу «новые демократы» верили, что у социализма может появиться человеческое лицо. Однако в 1989 году стартовал массовый переход на либерально-буржуазные позиции. Влияние неформальных групп очень сильно снизилось, а в 1990 году многие представители неформальных консолидаций перестали двигаться в политическом направлении или попросту разочаровались в этой сфере деятельности. И если «на первых съездах народных депутатов никто из лидеров оппозиции не посягал на основы общественного строя», то к концу 1989 года положение изменилось.

Более серьёзная ситуация наблюдалась в сфере отношений между различными национальностями. Вначале процесса перестройки, до 1988 года, вопросы национального характера были очень важны для страны, так как их влияние на СССР было крайне велико. Можно отметить лишь волнения, произошедшие в Алма-Ате в декабре 1986 г., вызванные назначением Г. Колбина, русского по национальности, первым секретарем ЦК Коммунистической партии Казахстана.

На улицы вышло 10 тысяч студентов-казахов, которые выступали против его назначения. Эти волнения были подавлены быстро и жёстко — было арестовано 85 % митингующих, а более 700 человек получили телесные повреждения. Однако эти события и их причины были сходны со способом похожих выступлений, которые возникали в 1970—1980-х годах (Грузия, 1978 год и Орджоникидзе в 1981 году). В каждом из этих движений чувствуется руководство местной бюрократической элиты, которые набрались много опыта в сфере центрального управления.

В 1988 году национальным вопросам стало уделяться большее внимание. На развитие национализма оказала влияние активная демократизация социума и развитие гласности — люди стали выражать свои мысли свободно и теперь они могли сказать вслух о проблемах, которые сильно мешали им. Скорее всего, этнонациональный «козырь» был использован двумя видами элиты. Новой администрацией, которая боролась против консервативного крыла и пыталась оказать влияние на политику реформ. И республиканской элитой, которая использовала «козырь» для контроля над республиканскими ресурсами и увеличении власти.

Таким образом, на своём первом этапе национальное движение и реформаторы были союзниками. С. В Чешко описал первый этап формирования национализма фазой «альтернативной лояльности». Национализм в его первоначальной форме позиционирует себя как конструктивная сила. На этом этапе зарождающиеся республиканские национальные сообщества выступали за преобразование. В пример можно привести события, которые разворачивались в Литве: первый представитель национального движения литовский «Саюдис» на этапе своего формирования охарактеризовал себя как «Движение за перестройку». Такая же ситуация наблюдалась и на территории двух других прибалтийских республик.

Однако дружественные отношения реформаторов и националистов быстро прошли, и окончательный разрыв пришёлся на 1989 год. Медленно, но верно, начался рост национальной истерии внутри многих республик — в первую очередь этот процесс был запущен в странах Прибалтики. Политическая элита Москвы обвинялась во всех проблемах этих республик — администрацию столицы винили в культурном декадансе, деэтнизации, экологических проблемах и т. д. Одним из решений улучшить ситуацию и одновременно отдалиться от Москвы стал республиканский хозрасчёт, который был создан в конце 1988 года экономистами из Эстонии.

Одно время эту идею даже поддерживало реформаторское руководство, пока не стало предельно ясно, что такие принципы уничтожают строившееся десятилетиями единое экономическое пространство СССР, ухудшают хозяйственную ситуацию и в центре, и на местах. Тем не менее, идеи республиканского хозрасчёта приобрели большую популярность у национальных элит и сыграли важную деструктивную роль на последнем этапе «перестройки».

В конце 1980 года на территории Советского Союза начались серьёзные изменения в области экономики и общественной жизни. Вначале 1990 года в СССР получилось, что старая система правления перестала оказывать влияние на экономику, а новая политическая сила ещё не созрела для поддержания экономического развития страны. Экономические показатели резко ухудшились, и это привело к кризису общесистемного характера. Вскоре стало ясно, что реформировать экономику половинчатыми мерами неэффективно и такой метод воздействия не имел успеха. Со всей очевидностью вскрылась необходимость более глубоких рыночных реформ.

В общественно политической жизни также многое было изменено. Здесь нужно отметить, что I Съезд народных депутатов СССР, который стал причиной политизации общества, занял особое место в формировании политических взглядов общества. Это событие инициировало создание сотен консолидаций общественно-политического характера — огромное количество людей начало бастовать и участвовать в митингах. После осознания важности проведения рыночных реформ многие поняли, что пора изменять политический институт.

Литература:

1. Василевский, А., Прибыловский В. Кто есть кто в российской политике (300 биографий). М., 1993. 678 с.
2. Шубин, А. В. Парадоксы перестройки. Упущенный шанс СССР. М., 2005. 480 с.
3. Солженицын, А. И. Архипелаг ГУЛАГ. Собр. Соч. Т. V. М., 1991. 564 с.
4. Ципко, А. Никто не хотел побеждать // Московские новости. № 8. 1991. С 3.
5. Малютин, М. Неформалы в перестройке: опыт и перспективы // Иного не дано. М., 1988. 445 с.
6. Согрин, В. Политическая история современной России, 1985—1994: От Горбачева до Ельцина. — М., 1994. 272 с.
7. Гайдар, Е. Т. Гибель империи. — М., 2006. — 448 с.

ПОЛИТОЛОГИЯ

Гражданская активность и бюрократия в информационном пространстве

Гевондян Роберт Владимирович, экстерн
Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону)

Благодаря современным средствам коммуникации стало возможным на суд общественности представить собственную точку зрения. Разные структуры гражданского общества получили возможность пропагандировать собственные ценности и подходы. Гражданская активность преобрела новое значение для развития общества в целом. Хотя при наличии бюрократии большая часть информационных потоков находятся под жестким контролем, но и здесь структуры гражданского общества имеют возможность высказать свое мнение, даже если оно не совпадает с официальным. Это приводит к развитию свободомыслия и критического мышления, хотя процесс демократизации общества происходит с трудностями. Коммуникационный потенциал представляет из себя важнейший ресурс для всех структур гражданского общества.

В конце XX в. возросла необходимость защитить свободу индивида от ставшей чрезмерной опеки государства [1]. Именно государство стало той силой, которая угрожает общественному порядку. В бюрократических условиях уровень этатизма несравнимо высок. Это приводит к необходимости непрерывной модернизации функционирования структур гражданского общества, с целью сбалансирования взаимоотношений между государством и обществом. Эти структуры формируются и функционируют благодаря активности индивидов. Гражданская активность характеризует общество в смысле его саморегулирования и реакции на государственное регулирование. Поэтому необходимо учитывать типологию гражданской активности.

Социальная активность включает 4 типа:

1. Иждивенческая — когда протестные проявления общества ограничиваются жалобами и прошениями,
2. Протестная — когда проходят пикеты, митинги, другие коллективные формы протестов,
3. Имитационная — когда власть использует социум для рекламных или политических целей,
4. Конструктивная — когда общество проявляет инициативность, пытается корректировать поведение властей [2].

Бюрократия ограничивает возможности проявления протестных и конструктивных типов. Находясь под ак-

тивным контролем государства, гражданские объединения общественного сектора чаще всего используется для пропаганды и продвижения желаемых точек зрения. То-есть, преобладают имитационные типы социальной активности. А очаги иждивенческих проявлений подавляются. Таким образом ограничиваются их возможности перерождения в протестные, тем более — конструктивные формы.

При активной деятельности структур гражданского общества в информационном пространстве возможности гражданской активности в социальной среде увеличиваются. Это приводит к большей возможности консолидации общества для решения общественно важных вопросов. Но бюрократия все равно пытается сохранить контроль над гражданскими процессами, чем тормозит развитие сектора гражданского общества в целом.

С. Патрушев связывает гражданское участие с реализацией человеком собственных универсальных прав индивидуально или в сотрудничестве с другими индивидами. Целью деятельности является реализация этих прав в существующих условиях общественного порядка и государственного устройства.

Существуют следующие типы гражданского участия:

- индивидуальное — деятельность отдельных граждан для достижения собственных целей;
- коллективное — деятельность объединений граждан и индивидов во имя решения целей общности;
- общественное — деятельность объединений граждан и индивидов для решения целей общества;
- глобальное — формулировка и составление глобально значимых целей [2].

Бюрократия ограничивает возможности индивида не только существующими правовыми нормами и законом, но и порядком, который устанавливается в общественных отношениях в русле взаимоотношений разных структур власти, то есть в логике интерпретирования ими разных законов (в бюрократическом хаосе в сфере законов). Соответственно гражданское участие в данном случае контролируется, направляется или пресекается властными центрами конкретного региона. В этом случае все акторы в обществе должны действовать с учетом общего

плана функционирования, а «... индивиды должны выполнять свои задачи, сообразуясь со знанием о системе в целом» [3, с. 247].

При таких условиях, когда власть занимает верховную часть иерархии общества, а элита рекрутируется соответственно из властных позиций, гражданское общество поглощается верховной частью власти и представляется посредством бюрократии [3, с. 211]. В этом случае гражданское общество лишается своей важнейшей функции — принимать участие в процессе принятия решений. Если «обессиленное гражданское общество неспособно сопротивляться государственному плану» [4, с. 31], то бюрократическая власть получает свободу действия в сфере регулирования общественного порядка. При этом гражданское участие сталкивается с двумя препятствиями: произволом власти при принятии решений; произволом местных властных структур при интерпретации этих решений. А неорганизованность и подконтрольность структур гражданского общества не позволяет индивиду или группе эффективно защитить свои права. Таким образом, гражданское участие в условиях бюрократического господства не гарантирует индивиду или независимой группе представлять и защитить свои интересы в русле своих прав и свобод. Причем, ни один из видов гражданского участия в полной мере не функционально. Даже глобальное участие не позволяет проникать в сферу общественных взаимоотношений.

Другим типом гражданской активности является **гражданское действие**. Оно предполагает целенаправленную деятельность для формирования соответствующих условий в целях преодоления ограничений гражданского участия. И включает ряд функций (борьба за изменения институционального устройства; за признание новых или старых ценностей; включение в процесс выработки решений; выявление и устранение злоупотреблений из-за своевольной интерпретации законов и правовых норм и т. д.).

В бюрократическом государстве гражданское действие осложнено мощным противостоянием со стороны как властей и муниципальных представителей, так и контролируемых секторов общества. Такими секторами являются отставники силовых структур, отдельные представители преступного мира, районные «авторитеты», а также финансируемые структуры, внедренные в гражданское общество. Точка зрения этих секторов общества часто становится решающей в процессе формирования повестки дня гражданского общества. В результате гражданское действие зачастую направляется в прогнозируемое бюрократическим аппаратом русло. Бюрократия заранее пересекает возможные реальные опасности для себя со стороны гражданского общества.

Можно утверждать, что при господстве бюрократии, наряду с ограниченными возможностями гражданского участия, еще более искажено поле для гражданского действия. Влияние последнего ослабляется также селек-

тивным применением и исполнением законов [5]. Если в одном случае правовая норма не соответствует справедливости, что приводит к возмущению и создает предпосылки гражданского действия, то при другой интерпретации она может восприниматься иначе. Этот факт препятствует разработке единой стратегии борьбы за изменения в конкретной сфере.

Однако распространение гражданского действия существенно важна для развития общества. Этим распространяются ценности и нормы гражданского участия, преодолевается гражданская пассивность, фрагментация и снижается вероятность маргинальности [5].

Бюрократия не способствует развитию в обществе гражданского самосознания. В результате этого политический кризис мобильности увеличивает маргинальность и отчуждение целых слоев общества. Это приводит к увеличению миграций, преступности, террористических актов и т. д. В отдельных случаях борьба за преодоления ограничений гражданской активности перерастает в «цветные революции».

Таким образом, бюрократическое правление искажает формы проявления гражданской активности в информационном пространстве. Это приводит к заранее программированным видам гражданского действия, чем бюрократия страхует себя от неожиданных всплесков недовольства в обществе. В результате тормозится развитие гражданского общества, а представительная функция в обществе кристаллизуется в соответствии с властными интересами. Для этой цели используются как внедренные структуры, так и разные индивиды в обществе из разных сфер, которые для бюрократического аппарата являются целевой группой влияния.

Бюрократическое государство поглощает гражданское общество и устраняет возможности деятельности последнего в обход государственных органов. Обеспечение политической подотчетности — одна из коренных функций гражданского общества [6]. Тогда как поглощенность бюрократическим аппаратом приводит к потере ответственности за принятие политических решений. Государство освобождает себя от непредвиденных форм общественного недовольства принятыми решениями. Таким образом оно исключает учет и анализ общественного мнения на стадиях подготовки и принятия политических решений. Это приводит к принятию нелегитимных решений, которые внедряются в общество на стадии исполнения. На этой стадии пропаганда подвластными структурами и индивидами часто обеспечивает осуществление решения, хотя большинство общества может быть против принятого решения. Гражданское действие в таких условиях не в силах обеспечивать ответственность должностных лиц или органов в случае негативных последствий. Функция гражданского общества становится невыполнимой, а само оно медленно развивается и вяло способствует распространению демократических ценностей в обществе.

Литература:

1. Левин, И., Гражданское общество на западе и в России http://www.civisbook.ru/files/File/Levin_1996_5.pdf
2. Храмцова, Л., НКО и развитие социальной активности граждан http://www.civisbook.ru/files/File/Hramzova_Tetr_59-2.pdf
3. Макаренко, В., Русская власть и бюрократическое государство, часть 1: монография, Ростов-на-Дону: Март, 2013.
4. Камкия, Б., Политический контекст и проблема бюрократии: концептологический анализ, Ростов-на-Дону: ЮФУ, 2015.
5. С. Патрушев, Гражданская активность: институциональный подход. Перспективы исследования http://www.civisbook.ru/files/File/Patrushev_2009_6.pdf
6. Zharkevich, I., The Role of Civil Society in Promoting Political Accountability in Fragile States: the case of Tajikistan <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un-dpadm/unpan043712.pdf>

Анализ выборов главы города Екатеринбурга в 2013 году

Карпова Владимира Николаевна, студент

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (г. Екатеринбург)

Екатеринбург является одним из ключевых городов Российской Федерации в экономическом, политическом и административном аспектах; он имеет все основания в перспективе получить статус города федерального значения. Отличительной чертой последних десятилетий в развитии столицы Урала являлась стабильность в вопросах муниципального управления. Так, с 1992 по 2010 год главой города являлся А. М. Чернецкий, ныне являющийся членом Совета Федерации РФ от Свердловской области. Не смотря на возраставший с годами уровень критики в его адрес, он уверенно лидировал на муниципальных выборах 4 раза подряд.

После перехода А. М. Чернецкого на должность федерального уровня, муниципальная власть в Екатеринбурге оказалась в состоянии нестабильности. Должность главы города (мэра) была изменена: согласно новому Уставу города от 12 октября 2010 года глава города становился Председателем Городской думы, а функции, присущие до этого должности мэра, перешли к должности сити-менеджера (официально — Главы администрации г. Екатеринбурга) [1]. С 2010 года этот пост занимает А. Э. Яков, а должность Председателя Городской думы занял представитель от партии «Единая Россия» Е. Н. Порунов. Кажется бы, что четкое разделение на главу исполнительной и законодательной муниципальной власти должно было вывести систему управления на принципиально новый уровень администрирования. Однако, как оказалось на практике, изменения в Уставе города явились своего рода точкой бифуркации, за которой последовали несвойственные стабильной до этого системе муниципального управления Екатеринбурга события.

8 сентября 2013 года в России прошел Единый день голосования, в ходе которого граждане РФ выбирали глав регионов и муниципальных образований. Стоит отметить,

что выборы по регионам прошли в штатном режиме, кроме выборов Главы Екатеринбурга (Председателя Городской думы г. Екатеринбурга; далее — главы города). Для начала обратим внимание на тот факт, что Екатеринбург — первый город в истории муниципальных выборов в России, где Председатель Городской думы избирался прямым путем. Обычно кандидаты на данную должность избираются самой Городской думой из числа депутатов. Но наиболее примечательным оказался даже не этот факт, а то, что новым мэром (обозначая устаревшими для Екатеринбурга терминами) был избран Е. В. Ройзман. Как политическая фигура он известен, прежде всего, тем, что являлся депутатом Государственной думы IV созыва (2003—2007 гг.), членом партии «Гражданская платформа». Его предпринимательская деятельность реализовала себя в проектах «Фонд «Город без наркотиков» и музее Невьянской иконы в Екатеринбурге; помимо всего прочего, Ройзман является почетным членом Российской академии художеств. Отдельным элементом его биографии является приписываемое ему «криминальное прошлое» — связь с Уралмашевской ОПГ, привлечение к резонансным уголовным делам в качестве свидетеля, наличие судимости в молодости за кражу и т. п.

Результаты выборов оказались неожиданными как для электората, так и для федеральных и региональных властей. Регулярно проводившиеся накануне выборов соцпросы безоговорочно прочили победу кандидату от «Единой России» Я. П. Силину, который на тот момент занимал должность вице-губернатора Свердловской области и имел более привлекательный политический статус, нежели Ройзман [2]. Силин был более удачным кандидатом и с точки зрения вышестоящих органов власти, так как, имея прямой доступ к областному правительству, он мог укрепить влияние региона на Екатеринбург и умень-

шить автономность последнего. Но типичный для большинства регионов сценарий реализовать не удалось, и Ройзман побеждает Силина на выборах с преимуществом всего в 3% (33% против 30%). Но, с другой стороны, на параллельно проходящих выборах депутатов Городской думы «Единая Россия» получила практически абсолютное большинство мандатов — 21 из 36. Стоит отметить важный нюанс — явка на выборах в Екатеринбурге была крайне низкой — чуть более 33% от общего числа горожан [3].

Проанализируем причины, которые могли стоять за таким неординарным политическим волеизъявлением жителей Екатеринбурга. Во-первых, стоит обратить внимание на личности кандидатов. Евгений Ройзман, известный в народе как «бандит» (даже его конкурентами использовалась технология «черного пиара» — были выпущены листовки с изображением испуганного ребенка и подписью «Мама, не голосуй за бандита»), тем не менее, является личностью, близкой к народу, он охотно идет на контакт с населением. Он сумел создать имидж «политика нового времени», который включает в себя готовность идти навстречу интересам электората и решать насущные проблемы различного масштаба. Предвыборная кампания Ройзмана была составлена грамотно — она была яркой, доступной в плане понимания, без грубых populistических заявлений.

Яков Силин также является интересной политической фигурой. Будучи вице-губернатором Свердловской области, он показал себя как опытный политик, но слишком далекий от реальной ситуации в городе Екатеринбурге. Именно это обстоятельство привело к тому, что в попытке получения большей поддержки электората Силин допустил ряд ошибок, потеряв из-за таких, казалось бы, незначительных нюансов существенный процент голосов (в первую очередь, среди пенсионеров). Так, его предвыборный штаб предпринял попытку привлечения избирателей при помощи организации Дня пенсионера (28 августа) в продуктовых магазинах и супермаркетах, но механизм реализации данного проекта не был продуман. Предложенные льготы для пенсионеров в этот день не действовали, так как не были заранее согласованы с торгово-розничными точками. В итоге, данная акция вызвала негативные эмоции со стороны пенсионеров Екатеринбурга, что как раз и привело к потере части голосов. Еще одна акция, которую было решено провести в ходе предвыборной кампании Силина — это «Силин-водитель маршрутки». Данная акция была призвана показать близость кандидата к народу и его проблемам, но обернулась, как впоследствии выяснилось, нарушением правил дорожного движения — у Якова Силина не было прав соответствующей категории для того, чтобы садиться за руль данного вида транспорта.

Во-вторых, победу Ройзмана можно рассмотреть с точки зрения применения административного ресурса. Как известно 2011–2013 гг. — это период ярко выраженных протестных движений в России, кульминацией ко-

торых стал митинг на Болотной площади в Москве в мае 2012 года. Можно предположить, что выборы 2013 года в Екатеринбурге — это попытка максимально нивелировать протестные настроения путем организации альтернативных выборов с кандидатом-оппозиционером. С этой точки зрения выборы действительно можно назвать состоявшимися, так как была обеспечена реальная борьба между кандидатами на пост главы города, каждый из которых выражает собой противоречия власти и оппозиции. Но данная схема, естественно, неприменима для выборов регионального и федерального значения, так как на волне протестных движений была бы велика вероятность прорыва несистемной оппозиции во властные структуры, а на муниципальном уровне кандидаты от оппозиции, как показывает практика, становятся как минимум терпимее по отношению к действующей власти. Также применение административного ресурса на выборах в Екатеринбурге можно связать и с попыткой своего рода делегирования Я. Силина на пост главы города с целью укрепления зависимости Екатеринбурга от региональных органов власти, о чем было сказано выше.

В-третьих, можно предположить, что полученные результаты на выборах главы города Екатеринбурга — это действительно результат усиления оппозиционных настроений среди электората. «Единая Россия», при официально закрепленной к Конституции РФ многопартийности, стремится к монополизации власти — практически во всех властных структурах всех уровней данная партия имеет большинство мандатов в Думах или Законодательных собраниях, а кандидаты от этих партий возглавляют администрации различных образований. Естественно, такого рода безальтернативность начинает все больше волновать избирателей, которые предпочитают не ходить на выборы, так как за них уже все решено. Также стоит обратить внимание и на другой факт — в связи с распространением средств массовой коммуникации, а именно сети Интернет, электорат стал более образованным в вопросах политики и все более осознанно стал подходить к голосованию за того или иного кандидата.

Победа Е. Ройзмана на выборах главы Екатеринбурга в сентябре 2013 года, возможно, явилась знаковым событием как для города, так и для региона (определенный резонанс был вызван и на федеральном уровне). Но стоит проанализировать тот факт, что предвыборная борьба не принесла ожидаемых результатов: пост главы города не заключает в себе прежнюю полноту полномочий, какие были, например, у А. Чернецкого, а полностью сосредоточены в должности сити-менеджера.

Е. Ройзман оказался в безвыходной ситуации, так как большинство мандатов в Екатеринбургской думе принадлежат депутатам от «Единой России». У него было два пути развития отношений с Думой — либо пойти на диалог и достичь конструктивного перемирия, либо открыто противостоять Думе и потерять свой пост. Попытки отстаивать свою независимость в самом начале срока ни к чему не привели, что заставило Ройзмана сменить свою

конфронтационную позицию на конформистскую. Тем не менее, стремление встать во главе Городской думы привело к возникновению вопроса о легитимности прошедших выборов; таким образом депутаты Думы попытались дискредитировать избранного главу и снять его с должности. Во-первых, было заявлено о множественных нарушениях в ходе выборов (вброс бюллетеней и агитация в день тишины), которые, как выяснилось позже, были произведены партиями «Единая Россия» и «Справедливая Россия», но оказались приписанными Ройзману и его предвыборному штабу. Во-вторых, Е. Ройзман был утвержден в своей должности 24 сентября 2013 года (через 16 дней после выборов) Городской думой. Депутаты от «Единой России» объявили, что данное решение принято поспешно и бойкотировали заседание Думы, на котором утверждалась кандидатура Ройзмана. Более того, был подан судебный иск о признании этого заседания не легитимным, но он был отклонен [4].

Как бы то ни было, Евгений Ройзман продолжает пребывать на посту главы города Екатеринбурга. В ходе его предвыборной кампании постоянно возникали своего рода тревожные знаки, которые могли бы остановить избирателей в их стремлении отдать свой голос за данного кандидата. Сам Ройзман сопротивлялся выдвижению своей кандидатуры на пост главы города, создавая «имидж жертвы»; только спустя несколько месяцев он согласился на выдвижение от партии «Гражданская платформа». Также избирателей, скорее всего, должны были насторожить проблемы кандидата с законом — реального тюремного срока (кроме условного) у Ройзмана никогда не было, но он неоднократно привлекался к судебным тяжбам в ка-

честве не только свидетеля, но и подозреваемого (даже после избрания). Наконец, в период предвыборной агитации в настоящее время бывшая супруга Ройзмана Юлия Крутеева написала открытое письмо горожанам, в котором она призывала их одуматься и не совершать ошибку, отдав свой голос за Е. Ройзмана, так как он не является человеком «высоких моральных принципов».

По прошествии нескольких лет пребывания Е. Ройзмана на данной должности можно сделать вывод, что обстоятельства его избрания по большей части негативным образом повлияли на его деятельность на данном посту. На сегодняшний день складывается четкое мнение о том, что Ройзман не политическая, а общественная фигура. Например, он выступает с комментариями по значимым проблемам не только Екатеринбурга, но и России, привлекая внимание общественности; активно участвует в мероприятиях, проводимых в городе; выступает за здоровый образ жизни, осуществляя пробежки в местах массового скопления людей и увлекая их за собой и т. д. Имидж Ройзмана как политика планомерно подрывается Городской думой: апогеем конфронтации является практически одобренное предложение лишить Председателя Екатеринбургской Городской думы права решающего голоса, то есть лишить его основных административных полномочий, кроме представительских.

Так или иначе, выборы 2013 года в Екатеринбурге показали, что избиратели готовы принимать оппозицию к власти. Также они продемонстрировали пробелы в деятельности политической партии «Единая Россия», а также роль вышестоящих государственных органов власти на местных выборах.

Литература:

1. Устав муниципального образования «город Екатеринбург» // Официальный портал Екатеринбург. рф. URL: <https://екатеринбург.рф/официально/документы/устав> (дата обращения: 12.04.2017).
2. По правде или по понятиям? // Эксперт Online. URL: <http://expert.ru/expert/2013/37/po-pravde-ili-po-ponyatijam/> (дата обращения: 12.04.2017).
3. Выборы глав местных органов исполнительной власти 8 сентября 2013 года. // Избирательная комиссия Свердловской области. URL: http://www.ikso.org/files/_news_52b933ab09f232ca241500472288ac1a_81426.pdf (дата обращения: 12.04.2017).
4. Свердловская ЕР назвала горькой пилюлей выборы мэра Екатеринбурга // РИА НОВОСТИ. URL: <http://www.ria.ru/politics/2010914/963157441.html> (дата обращения: 12.04.2017).

СОЦИОЛОГИЯ

Возврат детей из приемных семей. Анализ ситуации

Солонченко Светлана Сергеевна, педагог дополнительного образования
МБОУ СОШ № 31 г. Белгорода

В октябре 2016 года в Сочи прошел Всероссийский форум приемных семей, на котором заместитель директора Департамента государственной политики в сфере защиты прав детей Минобрнауки Ирина Романова сделала акцент на проблеме возврата детей из приемных семей. Так в чем же кроются причины возвратов? В нашей статье мы постараемся ответить на этот вопрос.

Проводя исследование по изучению жизнестойкости и адаптивности воспитанников нескольких детских домов, мы обратили внимание на «возвратных» детей. Нами проведено исследование в трех детских домах. Выборка составила 256 респондентов. Процент возвратов — 1,5% за период декабрь 2014 года — декабрь 2015 года. Возвращены дети подросткового возраста (Таблица).

Таблица 1

Возраст	Время проживания в приемной семье	Официальная причина возврата	Количество возвратов в анамнезе	Гостевой режим перед приемом ребенка в семью	Прохождение приемными родителями ШПР
13 лет	Два года	Поведенческие проблемы	нет	да	да
13 лет	Два года	Поведенческие проблемы	нет	да	да
15 лет	год	Поведенческие проблемы	1	да	да
16 лет	Несколько месяцев	Поведенческие проблемы	4	да	да

Мы видим, что все формальности соблюдены — перед передачей ребенка в семью, он находился в семье на гостевом режиме, приемные родители получили специальную подготовку в школах приемных родителей. Мы выделили следующие факторы, влияющие на возвращение ребенка из приемной семьи:

1. Отношение персонала учреждения.

В беседах с персоналом мы выявили их положительное отношение к передаче ребенка в семью. В тоже время, у нас была возможность ознакомиться с письмом, составленным коллективом одного из учреждений. Цитата из письма: «Приемная семья является временной формой устройства ребенка, и они в любой момент могут его вернуть». При таком отношении коллектива, такое же отношение к приемной семье может сформироваться и у воспитанников. Ребенок, придя в семью, будет относиться к

ней как к «временному пристанищу» и стремиться вернуться в учреждение.

2. Отношение ребенка к устройству в семью.

Теплое отношение ребенка к учреждению как к семье, о чем свидетельствует обращение детей к воспитателям «мама», может явиться причиной нежелания ребенка уйти в приемную семью, или вернуться из семьи в учреждение [1]. В тоже время, особая проблема, по мнению М.В. Присяжной [2], — феномен «мы» в условиях детского дома. «Установлено, что здесь у детей возникает своеобразная идентификация друг с другом. Дети относятся друг к другу как кровные родственники, как братья и сестры» [2].

3. Неоправданные ожидания ребенка.

В зависимости от конкретного учреждения варьируется финансовая поддержка воспитанников «добрыми дядями/тетями». Привыкнув к регулярному «праздничному» вре-

мяпрепровождению и «дорогим нарядам», при устройстве в семью, со своими правилами и устоями, с необходимостью выполнения определенных обязанностей по дому, с определенными правилами покупки вещей, с распределением и экономией финансовых средств, ребенок испытывает шок и рвется обратно в учреждение. К чести руководства учреждений, необходимо отметить, что доступ волонтеров и на данный момент значительно ограничен, дабы не воспитывать у детей потребительское отношение.

Отдельных слов заслуживает отношение к учебе. «Бедным сироткам», зачастую, жалея, ставят оценки «просто так». При устройстве ребенка в семью он лишается привычного статуса «сиротки», от него требуют знания, и как результат — ребенок хочет вернуться в учреждение.

4. Неоправданные ожидания приемных родителей.

Зачастую, потенциальные приемные родители ожидают от ребенка: благодарности, помощи по дому, любви, успешной учебы. При этом забываются особенности жизни и развития ребенка, а также особенности протекания кризисных периодов развития, таких как кризис переходного возраста. Поэтому, приведя в семью подростка и ожидая от него ангелоподобного поведения, приемные родители испытывают шок и ужас от реального положения вещей. Результатом может стать возврат.

Приведем отрывки из проведенного нами интервью с выпускницей одного из детских домов А. (20 лет).

«— В каком возрасте вы попали в детский дом?»

Мне было 7 лет. Сначала я была в центре (социально реабилитационный центр, прим. автора), потом меня перевели в детский дом.

— В детском доме вы быстро привыкли, вам там нравилось и все устраивало?

Нет. Привыкала я долго и так и не привыкла. Постоянно плакала, не хотела ни учиться, ни гулять, ничего. Потом меня забрали на гостевой (гостевой режим, прим. автора), стало полегче, меня забирали регулярно. Я при-

выкла, что меня всегда забирают на каникулы и иногда на выходные, мне стало легче смириться с жизнью в детском доме.

— А вообще дети из детского дома хотят в семью?

Большинство не хотят. В детском доме у нас были разные спонсоры. Собирали «желалки» — что хочет ребенок, то и покупали. И вещи дорогие, и телефоны, и плеера. За границу ездили, на праздники, в аквапарк, в цирк. Нас постоянно развлекали. Большинству весело и интересно в детском доме.

— Как вы учились в школе?

И тройки были, и четверки. Четверок больше. Вообще я не очень хорошо училась. Да, некоторые учителя жалели, ставили оценки повыше, потом, когда я поступила в училище, поняла, что многого не знаю, по математике, физике. Пришлось самообразовываться.

— Как вы считаете, в чем главная причина возвратов?

— **Большинство детей не хотят в семью**, их уговаривают, убеждают. А у них и так все хорошо — живут в детском доме как семья. И даже уйдя жить в семью, часто приходят в детский дом, потому что настоящая семья их в детском доме. В другой город идти в семью вообще никто не хотел, не хотели уезжать далеко от детского дома».

Таким образом, нами выделены следующие возможные причины возвратов детей из приемной семьи:

— негативное отношение персонала учреждения к устройству воспитанников в семью;

— негативное отношение ребенка к устройству в семью;

— неоправданные ожидания ребенка;

— неоправданные ожидания приемных родителей.

Мы делаем выводы, основываясь на нашем опыте. Детские дома, в которых мы проводили исследование, на хорошем счету, персонал заботится о воспитанниках, которые, в свою очередь, хорошо относятся к персоналу учреждений. Несомненно, есть другие учреждения, причины возвратов детей в которые могут быть иными.

Литература:

1. Арямов, И. А. Изучение ребёнка в детском доме. Лишённые родительского попечительства [Текст]/И. А. Арямов, В. С. Мухина. — Москва: Просвещение, 1991. — 190 с.
2. Егорова, М. А. Психологические трудности детей-сирот при обучении в общеобразовательной школе [Текст]/М. А. Володина // Вестник практической психологии образования. — 2010. № 2. — С. 90–94

Проблемы формирования системы морально-нравственных ценностей у современной российской молодежи

Ткаченко И. Н., кандидат педагогических наук, доцент;
Берсунькаева Зара Вахаевна, студент
Ростовский государственный экономический университет «РИНХ»

Сложная ситуация выдвигает проблему формирования системы морально-нравственных ценностей у современной российской молодежи в категорию преимущественно важных. В статье проанализированы характерные тенденции для системы морально-нравственных ценностей. Приведены данные опроса, отражающие представление молодежи и представителей старшего поколения об актуальности морально-нравственных норм.

Ключевые слова: система морально-нравственных ценностей, ценностный упадок, моральные нормы, массовая культура

Complex situation puts forward the problem of forming a system of moral values in a category of primarily important among modern Russian youth. The article analyzes characteristic tendencies for the system of moral values. Here are the survey data reflecting the performance of young and older generation about the relevance of moral standards.

Key words: system of moral values; decline of values; moral norms, mass culture

Кардинальные изменения, происходящие в России, вызывают необходимость обращения к общенациональным российским ценностям, что объективно востребовано потребностями развития общества, не случайно интерес к ним с каждым годом имеет тенденцию к возрастанию. Данные проблемы обусловлены с одной стороны, происходящими в современном мире — процессами глобализации, информатизации, урбанизации и т. д. С другой стороны, предпосылкой их возникновения являются итоги молодежной политики, проводившейся в отношении молодежи.

В настоящее время у молодежи наблюдается ценностный упадок: происходят трудные, в то же время непоследовательные процессы, свидетельствующие и о пересмотре серии ценностей предыдущих поколений. В российском социуме получилось так, что старшие поколения прожили на основе одной системы моральных норм, правил и ценностей, а новое поколение застало общество в процессе утверждения новых ценностей.

Молодые люди отмечают, что в современных условиях каждый человек, стараясь выжить и самоутвердиться, удовлетворяет собственные потребности. В иерархии ценностей возрастает роль «личной» нацеленности. Как в массовом сознании россиян, так и в структуре ценностных ориентаций молодежи снижается роль духовных приоритетов и возрастает интерес к потребительским и экономическим. Узко индивидуальный, эгоистический дух ведет к обеднению человеческих потребностей, подавляет чувства сопереживания, уважения к другим и к самому себе. Происходит эмоциональное отчуждение людей, что ведет к социальной разобщенности.

Прослеживается тенденция к преобладанию агрессивных поведенческих стандартов, ориентирование на специфическую элитарность материального достатка и

незамедлительное удовлетворение социальных запросов, но наряду с этим игнорируются государственные и общественные интересы и цели. Этому оказывает содействие и преобладающая в средствах массовой информации тенденция замены коллективизма, общечеловеческих идеалов солидарности, взаимопомощи людей на крайний индивидуализм.

Нередко ценности великой отечественной культуры вытесняются моделями массовой культуры в понимании молодых людей, устремленными на получение модели «американского образа жизни» [1, с. 104–109]. В промежуток времени, когда финансово-экономическая составляющая страны пребывает в кризисном состоянии, материальное богатство в виде главной ценности пытается стать квинтэссенцией жизни общества. Данная негативная тенденция подталкивает российское общество и отдельного индивида к пренебрежению национальными традициями, определяющими духовно-нравственные устои, веками сохраняющиеся и формирующие естественные социальные структуры, делающими устойчивыми жизнь этносов. Рост «социального эгоизма» российской молодежи становится серьезным препятствием для оптимизации модернизационного процесса.

Возникает вопрос: «Насколько актуальны морально-нравственные нормы среди современных россиян?» Пытаясь ответить на этот вопрос, приведем некоторые данные.

Опрос показал, что наибольшая часть представителей молодежи (54 %) убеждены в том, что основные моральные нормы всегда остаются актуальными, невзирая на время. Однако немногим менее половины опрошенных представителей молодежи (46 %) в ходе опроса считают, что многие традиционные моральные нормы уже устарели. Почти каждый третий представитель старшего возраста

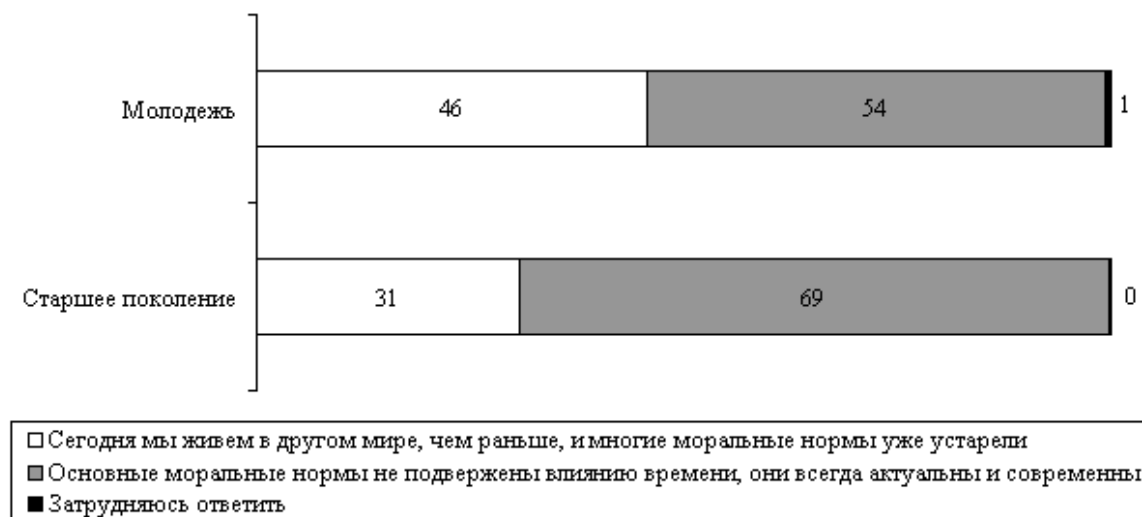


Рис. 1. Суждения молодежи и представителей старшего поколения об актуальности морально-нравственных норм, [2] %

(31%) признал, что моральные нормы «стареют» и уже не отвечают современным нормам и образу жизни.

Улучшение системы морально-нравственных ценностей российской молодежи в основных элементах образовательной деятельности, необходимо начать с совершенствования государственной политики. Система образования должна лучше учитывать как отечественный,

так и зарубежный опыт, а для этого требуются усилия и самих участников системы образования.

Таким образом, формирование системы морально-нравственных ценностей у современной российской молодежи следует выделять как направление в воспитании и как ценности систем самого высокого порядка — личности, семьи, нации, государства и общества.

Литература:

1. Хваля-Олинтер, Н.А. Интернет-фактор в ценностном развитии молодежи России/ Н.А. Хваля-Олинтер // Alma Mater, № 5, Май 2016, С. 104–109
2. Личная и семейная жизнь в ценностной иерархии молодежи [Электронный ресурс] URL: http://www.isras.ru/analytical_report_Youth_8.html

ФИЛОСОФИЯ

Ценностные ориентиры и идеалы современного поколения

Плужникова Наталья Николаевна, кандидат философских наук, доцент;

Корсунова Вероника Александровна, студент

Волгоградский государственный социально-педагогический университет

Работа посвящена анализу ценностных ориентаций современного молодого поколения, которое можно обозначить как поколение «хай-тек» или Y-поколение. Рассмотрены характеристики этого поколения, а также его роль в современной культуре.

Ключевые слова: современное поколение, ценностные ориентиры современного поколения, идеалы современного поколения, поколение хай-тек, поколение Y

В настоящее время появляются многочисленные научные исследования, изучающее современное молодое поколение и его ценностные ориентиры. Эти исследования носят междисциплинарный характер и осуществляются на стыке культурологии, психологии, маркетинга и других наук. В первую очередь, на наш взгляд, изучение специфики современного поколения и его ценностных идеалов должно лежать в области философского знания, поскольку поколение — это группа людей, которых не только объединяют одни и те же социокультурные, исторические условия жизни, но, прежде всего, общее мировоззрение.

Современное поколение молодых людей, родившихся в 80–90-х годах XX века ученые называют поколением «Y» либо Интернет-поколением. Второе название вполне оправданно, поскольку это поколение формируется в сфере современных информационных технологий. Это поколение существует как бы в двух реальностях, определяющих и задающих его мировоззрение: виртуальной и реальной. Это поколение активных молодых людей еще называют поколение «Хай-тек». Как отмечает В.З. Шурбе: «Поколение хай-тек — это те, кого можно назвать англоязычным термином Digital Native — Цифровой человек, для которого мир высоких технологий — родная среда обитания» [3, 100]. Виртуальная реальность задает существование и ценностные установки этого поколения: оно лишено социальности, укоренности в межличностных реальных отношениях, поскольку основным инструментом их коммуникации являются не духовные отношения, а цифровые. Это поколение людей, извлеченных из конкретной социальности, в которой нет места духовности, трансляции и передачи культурного опыта.

Не менее пессимистичный прогноз относительно ценностных идеалов современного поколения дает исследователь М. Атаджанов. Он считает, что развитием цифровых технологий, растет и новое поколение, с новым мировоззрением, которое считается важным изменением в сфере общественного сознания. Сознание людей и их взгляд на жизнь меняется в связи с ростом технологии. Человечество придумывает новые возможности облегчения жизни, что приносит с собой новые проблемы, основной среди которых является неспособность устанавливать реальные социальные контакты [1].

Конечно цифровые технологии уже повседневность для современного поколения. Для них это удобство, комфорт, то, что облегчает жизнь. Это способствует развитию инфантилизма, ощущению беззаботности и легкости бытия: «основными особенностями ребят поколения «Y» является то, что они не торопятся начинать самостоятельную ответственную жизнь либо создавать собственный очаг» [2, 228].

С другой стороны, на наш взгляд, мы бы не стали делать столь пессимистичных прогнозов. По мнению американского социолога С. Херринга сознание сегодняшнего молодого поколения характеризуется в двойном направлении. Оно содержит аспекты с точки зрения предыдущего поколения и современного: «всё, чем интересуется сегодняшняя молодежь и проводит время, было придумано и произведено «поколением икс». А «поколение икс» по словам Херринга не сможет достигнуть полной перспективы и возможностей в сфере Интернет — технологии. А настоящему «Интернет — поколению», по словам Херринга, предстоит прийти приблизительно через 20 или 30 лет» [4, 26].

Можно сделать вывод, что показателем современного поколения является его высокая изменчивость, фрагментарность и мозаичность мировоззрения, что делает его более адаптируемым, настроенным на социальные изменения. Главными ценностями для поколения Y являются знания и потребность использовать эти знания в реальной жизни: «Это поколение высокообразованных людей, которые ценят свой главный ресурс — знание. Они родились в обществе знаний и используют эти знания с самого начала. Они несут информацию на кончиках своих пальцев всю жизнь» [5, С. 2]. Современное поколение —

это поколение для которого главной ценностью становится знание — это поколение знатоков, которые сами все знают и не терпят никакого информационного насилия и поучительства по отношению к себе со стороны других. Это поколение знатоков имеет знание, но не всегда умеет действовать, не умеет понять «как» распоряжаться этим знанием, а для этого необходимо тесное взаимодействие с предыдущим поколением, которое даст опыт социокультурного взаимодействия и обеспечит межпоколенную трансляцию. Как важный элемент существования культуры в целом.

Литература:

1. Атаджанов, М. Переходное поколение в современном социуме: от поколения икс к интернет-поколению // Научный Вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия «Социально-гуманитарные науки». — 2015. — № 4 (8). — с. 69–73.
2. Раисова, А. М. Особенности управления поколением «Y» // Новая наука: от идеи к результату. — Уфа: Общество с ограниченной ответственностью «Агентство международных исследований», 2016. — с. 228–230.
3. Шурбе, В. З. Поколение хай-тек и «новый конфликт» поколений? // Социологические исследования. — 2013. — № 4. — с. 100–106.
4. Herring, Susan C. Slouching toward the ordinary: Current trends in computer-mediated communication. // *New Media & Society*. — 2014. — № 6 (1). — с. 26–36.
5. Hobart, B. Millennials are knowledgeable, but it's your job to help them gain experience. By Buddy Hobart July 3, 2015 [Электронный ресурс]. URL: <http://solutions21.com/2015/07/millennials-are-knowledgeable-but-its-your-job-to-help-them-gain-experience> (Дата обращения: 5.09.2015).

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал
Выходит еженедельно

№ 15 (149) / 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 26.04.2017. Тираж 500 экз.

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