

ISSN 2072-0297



МОЛОДОЙ[®] УЧЁНЫЙ

международный научный журнал



17
2017
Часть IV

16+

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 17 (151) / 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 размещается и индексируется на портале eLIBRARY.RU, на момент выхода номера в свет журнал не входит в РИНЦ.

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

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

Международный редакционный совет:

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

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

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

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

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

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

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

Гайич Тамара, *доктор экономических наук (Сербия)*

Данатаров Агахан, *кандидат технических наук (Туркменистан)*

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Хоссейни Амир, *доктор филологических наук (Иран)*

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

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Галина Анатольевна

Ответственные редакторы: Осянина Екатерина Игоревна, Вейса Людмила Николаевна

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

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

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

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

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

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 17.05.2017. 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 *Георгий Аркадьевич Шенгели* (1894–1956 гг.), поэт, литературовед и переводчик.

Родился Георгий Шенгели в Темрюке в семье адвоката. После окончания керченской гимназии Шенгели сразу стал учителем и преподавал французский язык, тогда же он занялся переводами и начал писать стихи. Первые стихотворения Георгия Аркадьевича, которые были написаны под влиянием творчества «поборников совершенного искусства» Бодлера, Вархарна и Готье, были опубликованы в 1913 году в местной газете. Эти поэтические труды Шенгели оценили Игорь Северянин и Владимир Маяковский.

В 1914 году поэт поступил в Московский университет на юридический факультет, решив пойти по стопам отца. В возрасте 28 лет Георгий Шенгели стал действительным членом Государственной академии художественных наук, а в 1925 году возглавил Союз поэтов и занял должность профессора в Литературно-художественном институте.

Все эти годы Шенгели очень много работал над изучением структуры стихотворения, над попытками создать новую форму. Исследуя традиции русской поэзии, опираясь на свой опыт переводчика, Георгий Аркадьевич выявил закономерности стихосложения и затем опубликовал руководство для начинающих поэтов и писателей «Практическое стиховедение» и «Как писать статьи, стихи и рассказы». По мнению филолога, любое стихотворное произведение можно представить в виде последовательности ритмических комбинаций. Введя в эту после-

довательность закономерности, относящиеся к культуре данного народа, можно стать достойным представителем «клана» поэтов.

Но с такой точкой зрения далеко не все были согласны. Особенно критиковал эту теорию Владимир Маяковский, который с горячностью доказывал, что быть поэтом дано не каждому.

В 1927 году Георгий Аркадьевич опубликовал саркастический памфлет «Маяковский во весь рост», который стал знаковым произведением в биографии поэта. Ответным ударом в этой схватке была рифма Маяковского:

В русском стихе еле-еле
Разбирался профессор Шенгели.

С 1933 Шенгели работал редактором в отделе «Творчество народов СССР» и в «Секторе западных классиков» Гослитиздата. До самой своей смерти в 1956 году Георгий Шенгели занимался преимущественно переводами и стиховедением.

Юрий Олеша сказал о Георгии Аркадьевиче Шенгели: «Он навсегда остался в моей памяти как железный мастер, как рыцарь поэзии, как красивый и благородный человек — как человек, одержимый служением слову, образу, воображению...».

Умер Георгий Аркадьевич Шенгели в возрасте 62 лет в Москве.

Людмила Вейса, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Авазходжаева Д. М.**
Развитие аграрного сектора экономики Узбекистана321
- Авазходжаева Д. М.**
Использование специализированного программного обеспечения в процессе разработки и внедрения системы менеджмента качества 323
- Алексеева Е. А., Антонова Е. А., Ноева Е. Е.**
Налоговый спор 325
- Баранов В. М.**
Тенденции развития мирового финансового рынка327
- Бурова Л. И., Полиит А. И.**
Новое по страховым взносам в 2017 году на примере ГУП РК «Крымский элеватор» — элеватор «Керченский» 332
- Васильченко С. А., Подольская-Катчан Л. М.**
Роль PR в продвижении музыкального коммерческого продукта, принцип работы PR-организаций 335
- Галимова А. Р.**
Сущность лизинга в современной экономике и его классификация337
- Ганиев З. У., Гайратов Б. У.**
Development internal audit service in the business entities341
- Герич В. М., Листопад М. Е.**
Особенности в обеспечении социально-экономической безопасности регионального уровня (на примере Краснодарского края) 344
- Демина В. А.**
Вступление в Евразийский экономический союз: влияет ли это на экономическое развитие стран-участниц?347
- Дорохов С. Е.**
Этапы планирования и разработки инвестиционной стратегии компании 350
- Калентьева Ю. Н.**
Проблема реализации и внедрения MRP-систем на современном промышленном предприятии 353
- Косенок М. А., Великий И. А.**
Состояние и пути развития швейной промышленности в России 356
- Кулякина Е. Л., Москалюк Д. С., Власов С. В.**
Теоретические аспекты учета материально-производственных запасов в организациях РФ 359
- Луконин Р. В.**
Роль банковской системы в трансформации сбережений населения в инвестиции 362
- Лысенко П. А.**
Новые регулятивные требования банка России, влияющие на финансовую устойчивость банков 365
- Матвеева А. Д., Иванилова А. М.**
Интеграция современных информационных технологий на рынок транспортных услуг РФ ...367
- Мухан Б. С.**
Совершенствование механизма управления развитием малого и среднего бизнеса в сельском хозяйстве 371
- Наумкина Т. В., Сологуб Т. В.**
Формирование системы финансовой помощи как одна из перспектив развития денежно-кредитной политики России. Причины уменьшения Резервного фонда Российской Федерации и раскрытие проблем банковской системы Российской Федерации ...373
- Политаева Е. В.**
Применение морского транспорта в организации цепей поставок (на примере Приморского края) 375
- Табачный Е. М., Абашева А. А.**
Оценка и выбор стратегии выведения машиностроительной продукции на зарубежный рынок 378

Тезяева А. С. Построение и оценка организационной структуры предприятия	383
Трегубова Д. Д. Управление источниками финансирования приоритетных проектов в интересах государственного и частного инвестора	386
Туйчиев Д. А., Грекова В. А. Аудит нераспределенной прибыли как составляющей собственного капитала	389
Урманбекова И. Ф. Улучшение финансового состояния предприятия.....	391
Усвятцева К. М. Современные подходы мотивации персонала на предприятии	394
Шиндяев В. М., Ханина Д. Д., Филиппов В. В., Иванов В. К. Повышение конкурентоспособности страховой компании в условиях расширения страхового рынка и диверсификации страхового портфеля	395

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Гарибова А. Д., Михеева М. М. Медиа-тренды в музеях	400
---	-----

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Какаулина К. А. Оксюморон молодежной газеты. Влияние дизайна на развитие молодежных печатных СМИ	405
--	-----

ФИЛОЛОГИЯ

Ismatova N. M. Context-based approach as an effective way of teaching vocabulary	407
Кобжицкая О. Г., Половникова А. С. Фигуры речи как средство выразительности в китайских фразеологизмах чэньюй	408
Mamadjanova N. A. Assessment tools for learner's oral presentations	410
Савоськина Е. С. Особенности деловой переписки.....	412
Юсупова Ф. М. Книжно-славянский тип языка в XIV — середине XVI вв.	414

ФИЛОСОФИЯ

Раимжанова У. Н. Specificity of gender stereotypes in the process of modern paradigm changes	416
Фокина Д. С. Перед лицом смерти	417
Хаустова К. С. Религиозно-философские основания искусства с позиций православной культуры	419

ПРОЧЕЕ

Аристов Я. О., Голова А. Г. Использование спорта в международных информационных и коммуникационных кампаниях.....	423
---	-----

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Развитие аграрного сектора экономики Узбекистана

Авазходжаева Дильфуза Мириноевна, старший преподаватель
Ташкентский химико-технологический институт (Узбекистан)

Формирование класса собственников на селе, предоставление экономических свобод крестьянам открыли широкие возможности развития правовых, организационных, экономических и технологических основ дальнейшего развития аграрного сектора. Реформа требует совершенствования механизма финансирования и кредитования сельских товаропроизводителей, развития рыночной и сельской инфраструктуры, расширения сферы услуг.

Ключевые слова: сельское хозяйство, сельскохозяйственная продукция, аграрный, класс собственников, фермер, дехкан, агротехнология, аграрно-индустриальный комплекс, агропромышленный комплекс (АПК), аграрный сектор, агропромышленный бизнес, сельская инфраструктура, научно-техническая революция (НТР), мелиорация, ирригация

Сельское хозяйство это одна из ведущих отраслей экономики Узбекистана, где происходят глубокие структурные изменения. Благоприятные природно-климатические условия, которыми обладает Узбекистан, самоотверженный и трудолюбивый народ, а также тщательно продуманная стратегия государства в этом направлении способствуют динамичному развитию аграрного сектора: на нашей земле выращиваются прекрасные, вкусные, экологически чистые плоды земли и солнца, которые пользуются большой популярностью и на мировых рынках. Состояние экономического потенциала, уровень продовольственной безопасности государства и социально-экономическая обстановка в обществе в большой степени зависит от уровня развития агропромышленного комплекса (АПК).

Основная задача АПК состоит в максимальном повышении уровня жизни населения, роста занятости и доходов сельских жителей. Именно поэтому первым Президентом Республики Узбекистан И. А. Каримовым и нынешним Президентом Ш. М. Мирзиёевым одним из приоритетов дальнейшего углубления экономических реформ была поставлена задача «... реализации широкого комплекса долгосрочных, глубоко взаимоувязанных мер, направленных на кардинальное улучшение качества жизни и облика села, ускоренное развитие социальной и производственной инфраструктуры, коренной пересмотр статуса, роли и значения собственника, предпринимательства и малого бизнеса, всемерную поддержку развития фермерского хозяйства».

Если в начале 90-х годов Узбекистан экспортировал пищевую продукцию только в пять стран, то сегодня — более чем в 80, только за последние 10 лет объем экспорта фруктового сока увеличился в два раза, продовольственной продукции — в среднем в 1,5 раза. Реализуемые программные меры по модернизации и диверсификации сельского хозяй-

ства обеспечили рост объемов сельскохозяйственной продукции на 6,6 процента, в том числе плодоовощной продукции — на 11,2 процента, картофеля — на 9,7 процента, бахчевых — на 10,4 процента.

Такого успеха удалось добиться за счет создания нового класса аграриев — фермеров, вооруженных знаниями, опытом и современным оборудованием, а также технологичных предприятий по переработке выращиваемой продукции и холодильных складов для сохранения ее потребительских свойств. Во время первых лет независимости 400 тыс. га поливных земель были переданы 2,5 млн семей под приусадебные участки. За счет этого стала возможность полностью удовлетворять спрос населения на зерно, муку, мясо, молоко, плодоовощную продукцию и преобразовать республику из страны, импортирующей зерно, в экспортирующую. При этом, отечественные фермеры не остановились на достигнутом — в стране уже создано большое количество хозяйств, занимающихся не просто выращиванием сельскохозяйственных культур, а их переработкой и продажей через собственные сети магазинов.

В настоящее время в стране ежегодно производится более 17 миллионов тонн плодоовощной продукции, что составляет на душу населения около 300 кг овощей, 75 кг картофеля и 44 кг винограда. Это примерно в три раза превышает общепринятые в мире оптимальные нормы потребления, экспортный потенциал аграрной отрасли Узбекистана составляет более чем 5 миллиардов долларов США. Экспортируется более 180 видов свежей и переработанной плодоовощной продукции. Выращиваемые на благодатной узбекской земле фрукты и овощи можно встретить сегодня на рынках не только ближнего зарубежья, но и США, Японии, Словакии, Бразилии, Норвегии, Таиланда, Индонезии, Монголии, Саудовской Аравии. В целом, более 120 стран

мира имеют возможность наслаждаться отменным вкусом узбекских фруктов и овощей.

Специфическая особенность отечественного сельского хозяйства, которая основывается на ирригационном земледелии, крайне зависимо от бесперебойных поставок воды. Поэтому огромное внимание уделяется внедрению водосберегающих технологий, проведению работ по улучшению мелиоративного состояния орошаемых земель, развитию сети мелиоративных и ирригационных объектов. Согласно постановлению первого Президента И. А. Каримова «О мерах по дальнейшему улучшению мелиоративного состояния орошаемых земель и рациональному использованию водных ресурсов на период 2013–2017 годы» продолжают идти работы по реконструкции, ремонту и восстановлению ирригационных и мелиоративных объектов, внедрению водосберегающих технологий, строительству оросительных каналов, возводятся гидротехнические сооружения, ремонт и восстановление оросительных каналов, строительство коллекторно-дренажных сетей, дренажных канав и целый ряд других работ.

К настоящему времени на реализацию мер по дальнейшему улучшению мелиоративного состояния орошаемых земель и рациональному использованию водных ресурсов выделено около 1 миллиарда долларов США. Уже построен и реконструирован 1771 километр коллекторно-дренажной сети, осуществлено 24,7 тысячи километров ремонтно-восстановительных работ. Улучшено мелиоративное состояние более 1,7 миллиона гектаров земель по всей республике.

Уже в прошлом году лизингополучателям поставлено 257 единиц средств мелиоративной техники на 53 миллиардов сумов. Примечательно, что 85% от их общей стоимости профинансировано за счет льготных ресурсов.

Используется также и отечественное сельхозмашиностроение, предоставляя фермерам свое качественное и недорогое оборудование. Этого удалось достичь за счет интеграции в местное производство международных стандартов качества, а также привлечения ведущих иностранных компаний в качестве стратегических партнеров. Сегодня на рынке представлены как отечественные компании, так и представители ведущих мировых гигантов сельхозмашиностроения — немецкие Claas и LEMKEN GmbH & Co, американская Case New Holland. Идут переговоры с рядом российских, немецких, австрийских и итальянских компаний по налаживанию в стране выпуска широкой номенклатуры сельскохозяйственной техники и оборудования.

Узбекистан запланировал производство пищевой продукции и переработку фруктов и овощей. До 2020 года будут реализованы более 300 крупных проектов на \$410 млн, а также 5 тыс. проектов районного масштаба на \$500 млн. Это — дополнительные 100 тыс. тонн промышленной продукции и десятки тысяч новых рабочих мест, в основном, в сельской местности.

Для дальнейшего развития фермерских и дехканских хозяйств республики требуется определение новых условий,

преференций и стимулирующих факторов, разработка экономических рычагов и механизмов регулирования.

В связи с этим становится очевидной необходимость разработки научно обоснованной программы развития отраслей агропромышленного комплекса на основе эффективного использования инновационного потенциала страны.

Переход к устойчивому экономическому росту во всех отраслях аграрной экономики невозможен без стимулирования использования достижений науки и техники, внедрения новых технологий, активизации научно-технической деятельности всех субъектов научно-технической сферы АПК.

Мировой опыт подтверждает, что научно-технический прогресс является единственной реальной основой эффективных социально-экономических преобразований как на макро-, так и на микроуровне развития национальной экономики. Узбекистан отличается от многих стран с трансформирующимися экономиками имеющимся научно-техническим потенциалом, историческими традициями высокоразвитой аграрной науки, что представляет в современных условиях наиболее важный стратегический ресурс. Поэтому стремление развивать инновационную сферу и углубления рыночных отношений в аграрном секторе в условиях мирового финансово-экономического кризиса должно объективно способствовать возникновению конкурентной борьбы за право использования самых современных научных разработок в области сельского хозяйства и других сфер агропромышленного комплекса.

Сложившаяся ситуация с внедрением достижений науки и зарубежного опыта в аграрном секторе в условиях становления рыночных отношений предопределяет необходимость формирования рынка научно-технической продукции со всеми его компонентами и соответствующим хозяйственным механизмом. Новые требования к развитию отраслей АПК предусматривают совершенствование и гибкость производства с учетом изменения спроса, адаптации к новым условиям, значительного усиления его восприимчивости к достижениям инновационного развития. В этих условиях научные разработки, прогрессивные технологии, накопленный передовой опыт производителей становятся товаром, который может быть реализован при наличии спроса.

К примеру, этот год может открыть совершенно новую главу в развитии интенсивного садоводства на территории нашей страны. Научно-исследовательский институт садоводства, виноградарства и виноделия имени академика М. Мирзаева совместно с американскими коллегами открыл новейшую лабораторию по размножению саженцев карликовых и полукарликовых фруктовых деревьев в условиях *in vitro*, то есть путем клонального микроразмножения.

Большое значение придается углублению промышленной переработки сельскохозяйственного сырья, развитию инфраструктуры хранения выращенной продукции. В 2016 году созданы и модернизированы 230 предприятий по промышленной переработке сельхозпродукции, созданы и модернизированы 114 новых холодильных камер. Об-

шая мощность хранения плодоовощной продукции 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.

Все эти достижения — результат самоотверженного труда наших дехкан и фермеров, всех тружеников села.

Аграрный сектор экономики Узбекистана стал ярким примером создания комплексной и эффективной системы, обеспечившей Узбекистану полноценную продовольственную независимость.

Литература:

1. Заседание Кабинета Министров, посвященное всестороннему анализу итогов социально-экономического развития страны в 2016 году и определению важнейших направлений и приоритетов экономической и социальной программы правительства республики на 2017 год от 14 января 2017 года.
2. Информация (данные) Министерства сельского и водного хозяйства Республики Узбекистан.
3. Сельское хозяйство Узбекистана: время великих свершений. ИА «Жахон». 2016.
4. Постановление Первого Президента РУз «О мерах по дальнейшему улучшению мелиоративного состояния орошаемых земель и рациональному использованию водных ресурсов на период 2013–2017 годы» от 19 апреля 2013 года.

Использование специализированного программного обеспечения в процессе разработки и внедрения системы менеджмента качества

Авазходжаева Дильфуза Мириноевна, старший преподаватель
Ташкентский химико-технологический институт (Узбекистан)

Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме эффективности управления системой менеджмента качества в системе электронного документооборота, использования специализированного программного обеспечения в процесс разработки и внедрения системы менеджмента качества по ИСО 9000, направленных именно на выявления реального соответствия или несоответствия элементов системы качества требованиям соответствующего стандарта. Использование электронного документооборота в государственном управлении поднимает результативность, достоверность и эффективность работы с документами, повышает качество управления и действенность контроля исполнения документов. Существенно снижаются издержки, связанные с документационным обеспечением управленческой деятельности.

Ключевые слова: система менеджмента качества (СМК), эффективная система качества, использование специализированного программного обеспечения ИСО, ISO 9001:2008, Электронный документооборот, Система Электронного Документооборота (СЭД) «IS Docflow», интернет-портал *exporter.uz*, СЭД «GERMES», СЭДО, электронная цифровая подпись

«Система менеджмента качества» (СМК) — неременный атрибут цивилизованного подхода к бизнесу и норма для любого современного предприятия, а успешное развитие бизнеса у предпринимателей все прочнее связывается с необходимостью выхода на внешний рынок, где порог доверия в деловых отношениях определяется наличием сертифицированной СМК. Это система, подразумевающая наличие четко описанных организационной структуры компании, должностных обязанностей сотрудников, процедур, процессов и ресурсов, создающих условия для обеспечения качества. СМК может считаться хорошо поставленной лишь в том случае, если при ее создании использовался системный подход к менеджменту, а в ее основе лежат **четыре основных принципа:**

1. Гарантированность выполнения требований потребителя.

2. Гарантированность соответствия нуждам самой организации.

3. Охват всех видов ее деятельности.

4. Документированность.

Любая ошибка в процессе управления документами немедленно документируется как несоответствие ИСО 9000. Инженеры по качеству предприятия, проверяют наличие всех подписей об ознакомлении на местах, наличие учтенных экземпляров в последней редакции, соответствие структуры документа утвержденному образцу, номенклатуры дел и массу других, не менее полезных аспектов управления документами, которые к тому же характеризуются высокой трудоемкостью.

Эффективная система качества — это система, в которой производственный и административный персонал, не занятый непосредственно поддержанием системы каче-

ства, тем не менее, выполняет свои обязанности полностью в соответствии с ее положениями. Достичь такой эффективности можно только одним путем: минимизируя объем бумажной документации, немалая часть требований, которой направлена на поддержание самой себя.

Использование специализированного программного обеспечения поможет предприятию не только облегчить процесс разработки и внедрения системы качества, но и как минимум, сделать процесс сертификации по ИСО 9000 более предсказуемым и эффективным, направленным именно на выявления реального соответствия или несоответствия элементов системы качества требованиям соответствующего стандарта.

Серия стандартов ИСО 9000 затрагивает различные аспекты управления качеством и включает некоторые из наиболее известных стандартов ИСО. ИСО 9001:2008 устанавливает требования к системе менеджмента качества, ИСО 9000 содержит основные понятия и словарь, ИСО 9004 сосредоточено на том, как сделать систему управления качеством, более эффективной и работоспособной. ИСО 19011 руководство по проведению внутреннего и внешнего аудитов систем менеджмента качества.

Основной стандарта является ряд принципов менеджмента качества, в том числе большое внимание уделено потребителю, мотивации и вовлеченности высшего руководства, процессному подходу и постоянному совершенствованию.

ISO 9001:2008 — это международный стандарт, обобщающий передовой мировой опыт в области управления качеством, содержит требования к СМК организации. Когда говорят о «стандартах ISO серии 9000:2005», имеют в виду три международных стандарта: ISO 9000:2005 «Quality management systems — Fundamentals and vocabulary», ISO 9001:2008 «Quality management systems — Requirements», ISO 9004:2009 «Managing for the sustained success of an organization — A quality management approach».

В Узбекистане введены в действие три аналогичных национальных стандарта: O'zDSt ISO 9000:2009 «Системы менеджмента качества. Словарь», O'zDSt ISO 9001:2009 «Системы менеджмента качества. Требования», O'zDSt ISO 9004:2009 «Системы менеджмента качества. Рекомендации по улучшению деятельности».

Одной из главных областей применения стандартов ISO является подтверждение, что предприятие может продемонстрировать, что его система обеспечения качества организована так, чтобы предупредить случаи несоответствия на всех стадиях, начиная с проектирования и кончая сервисом. Для этого необходимо — использовать специальное программное обеспечение — **Системы Электронного Документооборота «IS Docflow»**, который позволяет осуществлять весь цикл работы с документами.

Совершенствуется деловая среда и упрощается процедура ведения предпринимательской деятельности. Этому способствует и организация Единого портала интерактив-

ных государственных услуг (ЕПИГУ) и центров оказания государственных услуг субъектам предпринимательства по принципу «одно окно», которое начала действовать с 1 января 2016 года. Внедрен также абсолютно новый механизм подключения субъектов предпринимательства к инженерно-коммуникационным сетям (ИКС), предусматривающий передачу территориальным предприятиям эксплуатационных организаций полномочий по осуществлению всех процедур на условиях «под ключ» — начиная от получения технических условий до подключения к ИКС, позволяющего оказывать услуги, стимулировать предприятия, участвующие в электронной коммерции, совершенствовать нормативно-правовую базу.

Благодаря внедрению электронных форм в 2015 году 42,8 тысячи субъектов предпринимательства зарегистрированы через сеть Интернет на Едином портале интерактивных государственных услуг, обеспечивающем доступ к 260 различным видам интерактивных услуг. Если в 2013–2014 годах предпринимателям и гражданам было оказано чуть более 102 тысяч услуг, то только за 2015 год их количество превысило 420 тысяч. Сегодня 100 процентов налоговой и статистической отчетности сдается в электронном виде через сеть Интернет. Использование информационно-коммуникационных технологий освобождает представителей малого бизнеса и частного предпринимательства от лишних расходов и волокиты.

Один из способов решения проблемы — использование специального программного обеспечения — Системы Электронного Документооборота «IS Docflow», который позволяет осуществлять весь цикл работы с документами: создавать, регистрировать, формировать поручения по документам, редактировать, согласовывать, пересылать, контролировать исполнение, подписывать документы с помощью электронно-цифровой подписи, сдавать в архив, хранить в разных форматах в течение заданного периода, архивировать, уничтожать и др. Цель состоит в том, чтобы упорядочить процесс обслуживания граждан, повысить прозрачность и эффективность работы госорганов, а также контроль над реагированием на запросы пользователей. Особенности современных СЭДО — это открытость, поддержка маршрутизации документов, сохранение изменений в версиях документов. Сегодня системы такого рода обязательно должны быть веб-ориентированы, что облегчает реализацию права каждого гражданина на свободное получение информации.

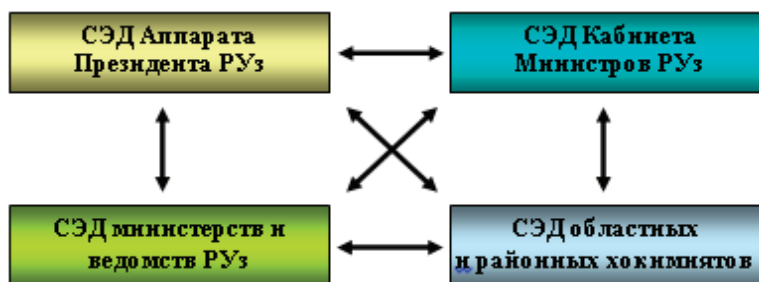
Электронный документооборот представляет собой совокупность процессов отправки и получения электронных документов через информационную систему. Электронный документооборот может использоваться для совершения сделок (в том числе заключения договоров), осуществления расчетов, официальной и неофициальной переписки и передачи иной информации.

Сегодня на рынке предлагается множество СЭД, один из вариантов среди таких систем является отечественная СЭД «GERMES», которая полностью адаптирована

под национальные стандарты делопроизводства и документооборота Республики Узбекистан. СЭД «GERMES» позволяют организовать работу по внедрению, мониторингу и контролю бизнес-процессов организации на базе подсистемы управления бизнес-процессами «Workflow-Germes», грамотно организовать работу с документами как в случае, если в организации уже внедрена СМК или организация еще только находится в процессе подготовки к сертифика-

ции. Законодательную базу для формирования таких систем составляют Законы Республики Узбекистан «Об электронном документообороте», «Об электронной коммерции», «Об электронной цифровой подписи».

Основными пользователями СЭД являются крупные государственные организации, банки, крупные промышленные предприятия и прочие структуры, чья деятельность сопровождается большим объемом документации.



Таким образом, можно сделать вывод, что применение СЭД необходимо для осуществления эффективной работы и улучшения производительности предприятий. Использование электронного документооборота в государственном управлении поднимает результативность, достоверность и эффективность работы с документами, повышает качество управления и действенность контроля исполнения документов. Существенно снижаются издержки, связанные с документационным обеспечением управленческой деятельности.

Электронный документооборот является эффективным средством для интерактивного взаимодействия субъектов рыночной экономики при реализации услуг и товаров и осуществлении электронной торговли. Сделки между сторонами совершаются в электронной форме с использованием сети Интернет. Этот новый вид интерактивного бизнеса позволяет повысить оперативность взаимодействия сторон, автоматизировать трудоемкие деловые операции, а в целом повысить качество, доходность и эффективность деятельности предприятий.

Литература:

1. Доклад Президента Республики Узбекистан Ислама Каримова на расширенном заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2015 году и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2016 год.
2. Закон РУЗ «Об электронном документообороте». Собрание законодательства Республики Узбекистан, 2004 г., № 20, ст. 230.
3. http://www.iso.org/iso/ru/iso_9000
4. www.norma.uz
5. www.baik.uz

Налоговый спор

Алексеева Елизавета Алексеевна, студент;
 Антонова Екатерина Альбертовна, студент;
 Ноева Елена Евгеньевна, старший преподаватель
 Северо-Восточный федеральный университет имени М. К. Аммосова (г. Якутск)

В данной статье рассмотрены понятие, признаки, классификация и причины налоговых споров.

Ключевые слова: *налоги, налоговый спор, налоги и налогообложение, уплата налогов, налоговые сборы*

Уплата налогов является не только неотъемлемой частью существования самого государства, но и одной из самых сложных в реализации обязанностей перед государством всех тех лиц, которые признаются налогопла-

тельщиками или плательщиками сборов. Следовательно, в таком широкомасштабном взаимодействии может возникнуть конфликтный характер между налоговыми органами и налогоплательщиками.

Налоговый спор возникает после оценки деяний (действий или бездействия) налогоплательщика со стороны налоговых органов. Как правило, до предъявления требований в суде этот неразрешенный конфликт является предметом рассмотрения со стороны государственных органов и представляет собой материальное налоговое правоотношение. В этом случае налоговый спор преодолевается в порядке, предусмотренном законодательством о налогах и сборах (разд. 7 НК РФ).

Налоговые споры являются разновидностью экономических споров, вытекающих из налоговых правоотношений, и могут быть классифицированы по различным основаниям. В частности, налоговые споры различаются по иницирующей их стороне, по предмету, по содержанию требований, по порядку рассмотрения, по подведомственности и по подсудности.

В широком смысле под налоговым спором понимают ситуацию, когда налогоплательщик не согласен с мнением налогового органа по тому или иному вопросу. Чаще всего налоговые споры возникают как результат камеральной или выездной налоговой проверки.

Наиболее существенными признаками налоговых споров определяющие их правовую природу являются: объект (предмет) спора; субъектный состав; юридическое неравенство субъектов налогового спора; протекание в установленной законом форме и разрешение компетентным государственным органом [4].

Объектом налогового спора выступают интересы лиц, выраженные в их субъективном праве. Это может быть, как частный интерес (у налогоплательщика, налогового агента), так и публичный интерес по сбору налогов (у налоговых и иных государственных органов). Как правило, налоговые споры возникают в связи со сложившимся у одной из сторон конкретного налогового правоотношения представлением о том, что ее права и законные интересы нарушаются либо ущемляются другой стороной. Потребность в защите прав и законных интересов возникает в связи с нарушением этих прав или злоупотреблением ими, неисполнением юридических обязанностей и т. д. [3].

Приведем основные причины возникновения налоговых споров. Они следующие: отказ налоговых органов в возмещении НДС (зачастую ничем необоснованный); привлечение юридических и физических лиц к ответственности по итогам налоговых проверок (налоговые споры возникают по причине отказа подписывать акт проверки); основания для ареста расчетных счетов юридических и физических лиц; наложение штрафных санкций; игнорирование налоговыми инстанциями запросов налогоплательщиков.

В качестве субъекта, противостоящего государству в налоговом правоотношении и соответственно налоговым спорам, может выступать не только налогоплательщик, но и другое лицо, на которые возложены определенные обязанности, связанные с исчислением и уплатой налогов («источники доходов», банки и иные кредитные организации). Установление роли лица в конкретном налоговом от-

ношении необходимо для правильного применения финансовых санкций.

Налоговые органы иницируют споры в тех случаях, когда возможность применения мер принуждения в отношении налогоплательщика, налогового агента или иного лица поставлена в зависимость от решения суда. Например, налоговыми органами предъявляются иски о взыскании налоговых санкций с лиц, допустивших нарушения законодательства о налогах и сборах (пп. 16 п. 1 ст. 31 НК РФ).

По инициативе налогоплательщиков и налоговых агентов споры возникают при их несогласии с налоговыми требованиями государства или налоговых органов. Примером может служить предъявление налогоплательщиками исков в суд о возмещении убытков, причиненных незаконными решениями налоговых органов или незаконными действиями (бездействием) их должностных лиц (пп. 14 п. 1 ст. 21 НК РФ).

Иные лица выступают инициаторами налоговых споров реже, как правило, в тех случаях, когда они возражают против каких-либо решений или действий налоговых органов. Например, банк может не согласиться с решением налогового органа о взыскании с него штрафа за нарушение порядка открытия счета налогоплательщику по ст. 132 НК РФ [1].

Юридическое неравенство субъектов налогового спора представляет собой финансовые отношения, где одни субъекты имеют юридически властные полномочия по отношению к другим.

Налоговый спор протекает в установленной законом форме и разрешается компетентным государственным органом. Как и административно-правовой спор, налоговый спор имеет место в рамках правоотношения, характеризующегося как властеотношение и возникающего в связи с управленческой деятельностью уполномоченного органа по осуществлению исполнительно-распорядительных функций. В связи с этим приведенные подходы к раскрытию понятия «административно-правовой спор» в равной мере, за теми или иными исключениями, применимы и при изучении понятия «налоговый спор».

По порядку рассмотрения налоговые споры подразделяются на те, которые рассматриваются в административном (внесудебном) порядке и в судебном порядке. В административном (внесудебном) порядке рассматриваются налоговые споры, возникшие в результате подачи налогоплательщиком (налоговым агентом) жалобы на незаконные решения или действия (бездействие) налоговых органов и их должностных лиц в вышестоящий налоговый орган (вышестоящему должностному лицу). В судебном порядке рассматриваются налоговые споры, которые возникают по искам (жалобам), подаваемым налоговыми органами или налогоплательщиками (налоговыми агентами) или иными лицами в суды.

Из числа налоговых споров, рассматриваемых в судебном порядке, по подведомственности выделяются те,

которые рассматриваются судами общей юрисдикции, арбитражными судами и Конституционным Судом РФ. По подсудности выделяются налоговые споры подсудные районным, городским судам, судам субъектов РФ, Верховному Суду РФ, арбитражным судам субъектов РФ, Конституционному Суду РФ.

Действующее законодательство позволяет участникам налоговых правоотношений применять административный и судебный способы защиты нарушенных прав. При этом допускается одновременное их использование. В соответствии со ст. 137 НК РФ каждый налогоплательщик или налоговый агент имеет право обжаловать: акты налоговых органов ненормативного характера; действия или бездействие их должностных лиц, если, по мнению налогоплательщика или налогового агента, такие акты, действия или бездействие нарушают их права. Кроме того, могут быть обжалованы также и нормативные правовые акты налоговых органов.

По факту разрешения спора в суде бывают досудебные и судебные споры. В досудебных спорах налогоплательщик обязан перед подачей в суд обратиться в досудебный орган урегулирования споров. Судебные споры являются наиболее затратным и сложным вариантом

урегулирования разногласий налогоплательщика с налоговым органом.

Большинство налоговых споров носят комплексный характер. В одном деле могут быть связаны между собой, например, фактический и правовой виды налогового спора. Это создает сложности в процессуальной деятельности представителей спорящих сторон. К тому же налоговое законодательство постоянно обновляется и усовершенствуется. Нередко налогоплательщик просто физически не успевает тщательно самостоятельно следить за этими обновлениями и становится добросовестным нарушителем закона.

Однако постоянные изменения и дополнения, вносимые в Налоговый Кодекс РФ, заставляют столь же стремительно изменять современный бизнес, а точнее — заставляют изменять юридическую основу деятельности коммерческого сектора. Для того чтобы не запутаться в часто изменяемых статьях Налогового Кодекса РФ, стоит обратить внимание на юридические услуги, которые предоставляют кабинеты адвокатов. Профессиональные юристы непрерывно анализируют нормы и принципы налогового законодательства, что позволяет им постоянно находиться в актуальном потоке юридической информации.

Литература:

1. Землин А. И. Налоговое право: Учебник. — М.: Инфра-М, 2005. — 304 с.
2. Крохина Ю. А. Налоговое право: Учебник. М., 2015. — 256 с.
3. Миронова С. М. Механизм разрешения налоговых споров в российской федерации (Финансово-правовой аспект): диссертация. Волгоград, 2006.
4. Сидорова А. В. Налоговые споры: понятие и признаки // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России (Электронный журнал). 2015. № 4 (32).
5. Тютин Д. В. Налоговое право: курс лекций // СПС КонсультантПлюс. 2015. — 749 с.
6. Янкевич С. В. Налоговые споры в Российской Федерации: понятие и источники правового регулирования // Публично-правовые исследования (Электронный журнал). 2015. № 1.

Тенденции развития мирового финансового рынка

Баранов Виктор Михайлович, магистрант
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

В работе представлена структура мирового финансового рынка и проанализирован кругооборот финансовых ресурсов, определены основные участники мирового финансового рынка. Работа направлена на анализ тенденций развития мирового финансового рынка и изучение влияния экономических факторов на них, главной целью исследования является формирование прогноза на дальнейшую перспективу.

Ключевые слова: финансовый рынок, инвестиции, ВВП, финансовые ресурсы, капитал, эмиссия, ценные бумаги

Tendencies of the world financial market development

Baranov V. M.

The structure of the world financial market was presented and the circuit of financial resources was analyzed at the article, the basic participants of the world financial market were identified. Work was focused at the analysis of tendencies of the world financial market development and study the impact of economic factors on them. The main purpose of the study is making forecast for the future.

Keywords: financial market, investing, GDP, financial resources, capital, issuance of securities

На современном этапе мировой финансовый рынок развивается стремительными темпами. Несмотря на экономические кризисы и геополитическую ситуацию, за пройденный период динамического становления финансового рынка можно определить основные тенденции его развития, их зависимость и взаимосвязь с различными факторами, что позволит сделать прогнозы на дальнейшую перспективу. На современном этапе мировая экономика в результате очередной циклической волны кризисных явлений переходит в новую фазу своего развития, которая требует пересмотра мировой финансовой системы, сформированной в первой половине двадцатого века. Недостатки действующей финансовой системы значительно влияют на состояние мировой экономики, которое характеризуется распространением глобальных кризисных тенденций, таких как: уменьшение объема производства, увеличение уровня безработицы, падение уровня жизни и обострение структурных диспропорций, на мировой арене растет геополитическая напряженность, страны вступают в валютные войны.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам становления развития финансового сектора, в частности финансовому рынку, свои работы посвятили как отечественные, так и зарубежные ученые. Данную тему рассматривал австрийский экономист Й. Шумпетер, который в своем труде «Теория экономического развития» исследовал проблемы влияния факторов финансового рынка на результаты предпринимательства. Немецкий экономист А. Шпитгов в своих статьях рассматривал проблемы экономических циклов и кризисных явлений в экономике. Отечественный экономист С. Титов в своей статье «Адаптивная система принятия решений на финансовых рынках» рассматривает различные модели поведения и принятия решений субъектами хозяйствования на финансовом рынке под воздействием внешних факторов и обобщенных показателей. Среди ученых, которые посвятили свои работы вопросам развития мировой финансовой системы, изучению влияния глобализационных процессов на развитие финансовых рынков, анализу их двигательных механизмов и тенденций, возможно выделить следующих: В. А. Алешин, Е. Н. Алифанова, П. В. Акинина, Г. Н. Белоглазова, В. С. Золотарева, Л. Н. Красавиной, К. В. Кочмола, О. И. Лаврушин, В. К. Ломакина, В. Д. Миловидов, С. Р. Моисеева, А. А. Суэтина, И. Ю. Солдатовой, А. Д. Шермет и др.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы, которым посвящается данная статья. Учитывая

современную геоэкономическую ситуацию, системные и структурные преобразования в мировой финансовой системе, изучение тенденций развития мирового финансового рынка приобретает особую значимость. Актуальность теоретико-методологических и прикладных разработок исследования влияния экономических факторов, а также финансовой глобализации на трансформационные процессы на финансовых рынках, а также систему международных валютно-финансовых отношений, необходимость определения сущности и принципов развития современных финансовых рынков на международном и национальных уровнях аргументировали выбор темы и главной цели исследования.

Формулировка целей статьи (постановка задания).

Главной целью работы является изучение основных тенденций развития мирового финансового рынка, анализ их взаимосвязи с внешними экономическими факторами и формирование прогноза на дальнейшую перспективу.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.

Еще в начале прошлого века понятие «Финансовый рынок» не было так распространено и представляло собой совокупность экономических отношений с финансовыми посредниками. В условиях рыночных отношений особенно быстро развивается финансовый сектор, который представляет собой набор институтов, инструментов и законодательной базы, позволяющих совершение сделок форме взятия и погашения долгов. Функционирование рыночной экономики основывается на осуществлении деятельности различных рынков, которые условно можно разделить на рынки товаров, услуг и рынки финансовых услуг.

Совершенствованием экономики в условиях конкуренции идет развитие предпринимательского сектора — формируются различные предприятия, у которых в процессе хозяйствования возникает потребность в дополнительных денежных средствах для расширения деятельности или же, наоборот, происходит накопление сбережений, которые могут быть использованы для инвестиций. Именно поэтому на финансовом рынке происходит «перемещение» денежных средств, процессы аккумуляции, распределения и перераспределения денежных средств, мобилизация капитала.

Главное назначение финансового рынка — быть механизмом, который обеспечивает движение материальных и денежных фондов на взаимосвязанной и сбалансированной основе, при этом обеспечивая условия для привлечения инвестиций на предприятия. Финансовый рынок является объективной общеэкономической категорией и представ-

ляет собой экономические отношения между продавцами и покупателями денежных ресурсов. Передача финансовых ресурсов от одних субъектов рынка к другим происходит через финансовые инструменты — формы краткосроч-

ного и долгосрочного инвестирования, торговля которыми осуществляется на финансовом рынке. Модель денежного кругооборота на мировом финансовом рынке представлена на рис. 1.



Рис. 1. Модель денежного кругооборота на мировом финансовом рынке



Рис. 2. Структура мирового финансового рынка

Структура мирового финансового рынка подразумевает включение следующих сегментов: кредитного рынка, валютного спот-рынка, рынка долговых и долевых ценных бумаг, рынка деривативов и рынка страховых услуг [7].

Каждый из представленных сегментов финансового рынка функционирует по своему назначению, но следует отметить, что в совокупности они определяют направление перераспределения активов в наиболее эффективные сферы вложения финансовых ресурсов. Таким образом, ведущая роль в активизации инвестиционного процесса должна принадлежать финансовому рынку, предоставляющему реальную возможность для обеспечения гибкого межотраслевого перераспределения инвестиционных ресурсов, максимально возможного притока внутренних и зарубежных инвестиций, формирования необходимых условий для сти-

мулирования накопления капитала и трансформации сбережений в инвестиции [5].

В конце прошлого века мировой финансовый рынок развивался стремительными темпами, что обуславливается глобализацией мировой экономики в финансовой сфере, а именно интернационализацией финансовых отношений, в том числе в процессе межгосударственного перераспределения денежного капитала через мировые финансовые рычаги [1]. Необходимо также отметить, что за последние двадцать лет произошли существенные изменения в денежно-кредитной политике — произошел процесс секьюритизации, который подразумевает переход денежных средств из своих привычных форм (наличность, сбережения и т.д.) в форму ценных бумаг. Поэтому в структуре финансового рынка особое внимание уделяется рынку ценных бумаг.

Финансовые рынки разных стран функционируют по различным моделям, имеют свои правила и систему органов управления. В настоящее время выделяют две наиболее распространенные в мире модели финансового рынка, которые отличаются характером регулирования, структурой источников и методов привлечения капитала корпорациями, а также связанным с ними поведением инвесторов и эмитентов (компаний): англо-американская модель (США, Великобритания) и континентальная модель (Германия, Япония) [3]. Суть первой модели заключается в отсутствии в корпорациях крупных, доминирующих над остальными, акционеров. Во второй модели ниже доля розничных инвесторов и институтов коллективного инвестирования в капиталах, а выше доля государства и бизнеса.

Как упомянуто выше, для каждого государства характерен свой тип поведения инвесторов и эмитентов, но с развитием финансового рынка можно выявить основные закономерности и тенденции развития мирового финансового рынка. Прежде всего следует отметить, что в последнее время идет процесс глобализации и интеграции, что является неотъемлемой тенденцией. Это определяется тем, что в условиях рыночной экономики практически все государства мира оказались в тесной взаимосвязи и основным направлением экономической политики ставят выход на мировые рынки. Это касается не только рынка товаров и услуг, но и финансового тоже. На данном этапе денежные средства потеряли свою материально-вещественную форму и представляют собой ценные активы. Сейчас существует множество возможностей правильно распорядиться своими свободными денежными средствами, например, вложить в ценные бумаги, то есть осуществить инвестиции для получения дополнительной прибыли. Независимо от того где осуществляются вложения (на национальном или мировом финансовом рынке) необходимо привлекать посредников, которые являются специалистами в своей области. Именно с их помощью анализируются рейтинги компаний, их индексы и показатели.

На протяжении последних 15–20 лет глобальные рынки капитала интенсивно увеличивались. Финансовые институты вошли в этап глобального перемещения капиталов (акций, облигаций и других инструментов), объем которых исчисляется триллионами долларов США. По оценкам МВФ и МБРР, мировые финансовые активы увеличились с 1980 по 2014 г. более чем в 15 раз. Глобальные финансовые рынки разрастаются более быстрыми темпами, чем ВВП, обеспечивая экономическим субъектам доступ к капиталу и распределению рисков [9].

Анализируя общие экономические показатели ведущих стран мира, их рейтинги по таким показателям, как объем ВВП и его доли в общем мировом объеме, а также сопоставление с рейтингом стран по индексу глобализации за 2014 год (табл. 1) [8; 9], необходимо отметить, что не прослеживается четкая взаимосвязь между финансовой интеграцией и экономическим ростом обозначенных стран.

Следующей тенденцией является рост международной конкуренции. Это обусловливается тем, что на мировом финансовом рынке постоянно происходит кругооборот денежных средств. В связи с этим расширяется предпринимательский сектор, который хочет показать себя инвестиционно привлекательнее. Так как увеличивается предпринимательский сектор, то увеличиваются и требования к финансовым институтам. В условиях конкуренции многие фирмы (организации) не выдерживают натиска и просто исчезают из сферы деятельности.

Нельзя не отметить тесную взаимосвязь финансового рынка и рынка ценных бумаг, финансового рынка невозможно представить без технологий. С помощью компьютерной техники и глобальной сети Интернет происходит постоянное отслеживание реального состояния экономики. Например, с помощью новейших технологий акционеры могут наблюдать изменения индексов на фондовых биржах (индекс Доу-Джонса, индекс NASD и другие).

Помимо всего вышесказанного, большое влияние на функционирование мирового финансового рынка оказывает ставка рефинансирования Центрального банка страны, так как, изменяя данную ставку, можно существенно влиять на кредитную политику банковского сектора экономики и тем самым на инвестиционную активность. Для дальнейшего вывода в табл. 2 представлена динамика ставки рефинансирования трех наиболее экономически интересных стран мира [5; 6].

Как видно по результатам приведенной таблицы 2 учетная политика данных стран существенно отличается, что объясняется оценкой инфляционных рисков и рисков для устойчивости экономического роста, в том числе обусловленных сохранением неопределенности развития внешнеэкономической ситуации. Таким образом, учетная ставка определяется, исходя из текущей экономической ситуации в стране и уровня инфляции. Если уровень инфляции повышается, то центральный банк повышает ставку рефинансирования, тем самым непосредственно сдерживая инфляцию. Если уровень инфляции понижается, то центральный банк понижает ставку рефинансирования.

За исследуемый период Россия как повышала, так и понижала ставку рефинансирования, и на фоне других стран данная ставка существенно выше.

Что касается Японии, то данная страна проводила политику нуллификации ставки рефинансирования. На самом деле многие центральные банки во всем мире уже снизили свои ставки до нуля. Это объясняется тем, что люди охотнее берут кредит или ипотеку, когда процентная ставка относительно низка — так они вливают деньги в экономику, следствием этого население перестанет копить денежные средства, так как к этому нет стимула. По прогнозам японских экономистов, Центральный банк Японии собирается ввести отрицательную ставку рефинансирования. В таком случае средства, вместо того чтобы поступать на счета ЦБ, будут инвестированы в экономику.

Таблица 1. Рейтинги стран, которые оказывают основное экономическое и финансовое влияние в мире

Мировой рейтинг стран по размеру ВВП					Рейтинг стран по индексу глобализации, 2014 г.		
Рейтинг	Страна	2012 год, в млрд. дол. США	2013 год, в млрд. дол. США	2014 год, в млрд. дол. США	Доля в мировом ВВП, %	Место в рейтинге	Значение индекса
1	КНР	14790	16173	17617	16,32	74	59,43
2	США	16163	16768	17419	16,14	34	74,76
3	Индия	6253	6784	7376	6,84	107	51,57
4	Япония	4343	4685	4751	4,4	56	63,73
5	Германия	3549	3610	3722	3,45	22	81,08
6	Россия	3396	3492	3565	3,3	48	67,78
7	Бразилия	3081	3212	3264	3,02	76	59,21
8	Индонезия	2344	2511	2676	2,48	90	55,2
9	Франция	2490	2535	2581	2,39	18	83,86
10	Великобритания	2374	2450	2549	2,36	12	85,39
11	Мексика	2008	2066	2141	1,98	74	59,25
12	Италия	2111	2106	2128	1,97	23	81,01
13	Республика Корея	1624	1697	1779	1,65	60	62,31
14	Саудовская Аравия	1466	1528	1606	1,49	50	67,49
15	Канада	1478	1530	1592	1,48	13	85,38

Таблица 2. Динамика ставок рефинансирования центральных банков

Страна	Ставка рефинансирования, %		
	2004 г.	2010 г.	2017 г.
Россия	8,75	14,00	9,75
Япония	0,1	0,00	-0,1
Китай	5,85	5,56	5,35

Учетная политика Китая характеризуется снижением ставки рефинансирования. Народный банк Китая снизил основные ставки в стремлении поддержать финансовый сектор страны на фоне обвала фондового рынка. Снижение ставок оказало поддержку росту мировых фондовых индексов. Сводный показатель европейских рынков EURO STOXX 50 подскочил на 4,4 процента. Британский FTSE

увеличился на 3,2 процента, а французский CAC 40 прибавил 4,5 процента.

Выводы. Функционирование мировых финансовых рынков подчинено действию определенного экономического механизма, основу которого составляет взаимосвязь его элементов. По полученным исследованиям видна четкая тесная взаимосвязь рынка ценных бумаг и мирового финансового

рынка, так как с помощью первого происходит эмиссия и инвестирование. Непосредственное влияние на дальнейшее развитие и функционирование оказывает ряд факторов, как внешних, так и внутренних: политика государств, количественный и качественный рост международных институциональных инвесторов, усиление роли международных инвестиционных и страховых компаний, взаимных фондов, изменение цены, спроса и предложения. В дальнейшем на развитие мирового финансового рынка будет продолжаться влиять динамика цен на нефть и другие энергоносители. Следует так же отметить, что на мировом финансовом рынке главную роль играет курс доллара, и чем меньше ко-

лебания данной валюты, тем стабильнее будет функционировать финансовый сектор. Не менее значимым является влияние ставки рефинансирования центральных банков отдельных стран, так как именно этот инструмент выступает неким рычагом влияния на темпы инфляции и стабильность национальных валют, его рост отражается на покупательской способности и оттоке финансовых ресурсов в кругообороте денежных средств на мировом уровне.

Из всего сказанного следует вывод о том, что на современном этапе идет новый виток развития мировой финансовой системы, который подчинен тенденциям глобализации и геэкономической ситуации.

Литература:

1. Антонов В. А. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения. М.: Издательство «Юрайт», 2014. 548 с. Серия: Бакалавр. Базовый курс.
2. Калинин А. А. Модели привлечения капитала крупными российскими корпорациями / А. А. Калинин, Н. В. Нарожных // Финансы и кредит. 2001. № 4. С. 38.
3. Маковецкий М. Ю. Современные тенденции развития мирового финансового рынка // Омский научный вестник. 2014. № 4 (131).
4. Статистические данные Центрального банка России [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>
5. Статистические данные. Значения процентных ставок ЦБ мира [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.fxstreet.ru.com/economic-calendar/interest-rates-table/>
6. Цику Б. Х. Проблемы развития финансового рынка современной России // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2013. № 1 (115).
7. The Global Competitiveness Report 2014–2015: World Economic Forum Geneva, 2015, 565 p. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2014-15.pdf
8. World Economic Situation and Prospects 2015, United Nations, New York, 2015, 192 p. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp_archive/2015wesp_full_en.pdf

Новое по страховым взносам в 2017 году на примере ГУП РК «Крымский элеватор» — элеватор «Керченский»

Бурова Людмила Ивановна, кандидат экономических наук, доцент;

Полиит Анастасия Игоревна, студент

Керченский государственный морской технологический университет

Одним из самых существенных изменений в 2017 году станет замена взносов в фонд социального страхования (ФСС) и пенсионный фонд России (ПФР) на единый социальный страховой взнос (ЕССС). Новый налог ГУП РК «Крымский элеватор» — элеватор «Керченский» будет перечислять в федеральную налоговую службу (ФНС), которой в 2017 году будут переданы функции его администрирования.

В настоящее время ГУП РК «Крымский элеватор» — элеватор «Керченский» уплачивает взносы на 3 кода бюджетной классификации:

- социальное страхование, которое делится на страхование от несчастного случая и в связи с наступлением временной нетрудоспособности сотрудника;

- пенсионные платежи;

- взносы в Федеральный фонд медицинского страхования.

Целью налоговой реформы, касающейся страховых взносов в 2017 году, является повышение платежной дисциплины. В настоящее время фонды не справляются с собираемостью взносов. Учитывая масштабы реформирования, законодатели планируют пополнить государственную казну на несколько миллиардов рублей. Это станет мерой оптимизации российской экономики, находящейся в кризисном состоянии.

Новый порядок работы со страховыми взносами вступает в силу с 1 января 2017 года. Именно с этого момента контроль над исчислением и уплатой страховых взносов

переходит к ФНС. В законодательном плане произойдут следующие изменения. С 1 января 2017 года в НК РФ появится новая глава 34 «Уплата страховых взносов» (введена Федеральным законом от 03.07.2016 № 243-ФЗ). Одновременно утратит силу Федеральный закон от 24.07.2009 № 212-ФЗ о страховых взносах, но фактически все положения этого закона без изменений перейдут в кодекс. Внешены поправки в Федеральный закон о персонифицированном учете от 01.04.1996 № 27-ФЗ и в Федеральный закон от 24.07.1998 № 125-ФЗ о страховых взносах на травматизм. В новой главе 34 НК РФ много общего с Федеральным законом от 24.07.2009 № 212-ФЗ. Однако налоговики не планируют руководствоваться письмами Минздравсоцразвития и Минтруда по взносам. Разъяснения будет давать Минфин. Отчетность за 2016 год компании должны сдать по формам, которые действуют сейчас, и в те же сроки. А первый отчет по взносам в ФНС предстоит сдать за 1 квартал 2017 года. Новые формы расчетов по страховым взносам уже опубликованы. Уточненные расчеты за периоды до 1 января 2017 года тоже будут принимать фонды и по старым формам. А уточненки за период, начиная с 1 квартала следующего года, надо будет представлять в налоговую. Что касается уплаты взносов, то переплату по состоянию на 1 января 2017 года будут возвращать еще фонды, а недоимку на эту дату взыщут уже налоговые инспекции. Недоимку, в том числе пени и штрафы, по состоянию на 1 января, удержать которые невозможно, налоговики признают безнадежной и спишут (ст. 59 НК РФ). Несмотря на то, что старые формы по взносам 4-ФСС и РСВ-1 будут отменены, отчетности по страховым взносам в 2017 году меньше не станет. В 2017 году вводится новая форма отчета — расчет по взносам в налоговую. Форма и порядок заполнения утверждены приказом ФНС от 10.10.2016 № ММВ-7-11/551@. Это ежеквартальный отчет по начисленным и уплаченным взносам в ПФР, ФФОМС и ФСС (ст. 423 НК РФ). Его нужно представлять в налоговую инспекцию по месту учета. В новом расчете обновлен состав показателей, идентифицирующих работника и работодателя, а также сокращены лишние и дублирующие показатели. Отчетность по страховым взносам в ПФР. В ведении ПФР останутся вопросы назначения и выплаты пенсий. То есть контролировать достоверность сведений о заработке будут налоговики, а достоверность сведений о стаже — сотрудники ПФР. В Пенсионный фонд ГУП РК «Крымский элеватор» — элеватор «Керченский» будет сдавать два расчета: Форму СЗВ-М (ежемесячные сведения о застрахованных лицах); Новый отчет о стаже каждого сотрудника компании, на вознаграждения которым начисляются страховые взносы. Форма СЗВ-М останется. Ее организации и ИП должны будут сдавать в том же порядке, что и сейчас. Сдвинутся только сроки сдачи сведений. Отчетность по страховым взносам в ФСС. За ФСС останутся вопросы администрирование взносов на страхование от несчастных случаев и травматизм. Фонд продолжит проверять, корректно ли рассчитаны и перечислены

взносы и правильно ли выплачены пособия. Выплата пособий — тоже за ФСС. ГУП РК «Крымский элеватор» — элеватор «Керченский» будет сдавать в ФСС новую форму 4-ФСС 2017. Бланк ФСС и порядок его заполнения утверждены приказом ФСС от 26.09.2016 № 381 (зарегистрирован в Минюсте 14.10.2016, № 44045). Новую форму надо будет сдавать, начиная с отчетности за 1 квартал 2017 года. В новой форме 5 таблиц, а именно:

1. Расчет базы для начисления страховых взносов; 1.1 Сведения, необходимые для исчисления страховых взносов страхователями и др. Новую отчетность по страховым взносам в 2017 году в налоговую надо будет сдавать один раз в квартал — не позднее 30-го числа месяца, следующего за отчетным периодом (п. 7 ст. 431 НК РФ). Отдельных сроков для отчетов на бумаге и в электронном виде не будет. Правда, как и сейчас, при среднесписочной численности 25 человек и менее можно будет представлять расчет на бумаге, а с численностью более 25 человек — только в электронном виде (п. 10 ст. 431 НК РФ). Первый отчет (за 1 квартал 2017 года) нужно будет сдать не позднее 2 мая 2017 года (перенос с субботы 30 апреля на понедельник). Срок сдачи СЗВ-М с 1 января изменится. Сдавать форму надо будет не позднее 15-го числа месяца, следующего за отчетным, а не до 10-го, как сейчас (п. 2. 2 ст. 11 Федерального закона от 01.04.1996 № 27-ФЗ). То есть сдачу сведений будет пять дополнительных дней. Отчет в ПФР о стаже работников должен стать ежегодным и подавать его нужно будет не позднее 1 марта года, следующего за отчетным (подп. 10 п. 2 ст. 11 Федерального закона от 01.04.1996 № 27-ФЗ). Эти же сведения организации будут предоставлять ежемесячно: до 15-го числа месяца, следующего за отчетным, — в бумажном виде; до 20-го числа — через оператора. В новом году ставка по страховым взносам будет сохранена и составит 30%. Пониженные и дополнительные тарифы тоже останутся без изменений. Предельные базы для начисления страховых взносов в 2017 году пересмотрят. Предельная база по взносам в ПФР вырастет на 80 тыс. рублей. Сейчас лимит составляет 796 тыс. рублей, а будет — 876 тыс. рублей (73 тыс. рублей в месяц). Ставка взносов сверх базы в ПФР 876 тыс. остается 10%. Предельная база по взносам в ФСС вырастет на 37 тыс. рублей и составит 755 тыс. рублей. Базу индексируют на рост средней зарплаты (п. 4 ст. 421 НК РФ в ред. от 1 января 2017 года). Для взносов на медицинское страхование лимита нет. В 2017 году их надо платить по общему тарифу 5,1%, как и в 2016 году. С 2019 года тариф планируют поднять до 5,9% от всех выплат сотрудникам вне зависимости от доходов. Срок уплаты страховых взносов останутся прежними. Как и сейчас, их надо будет перечислять не позднее 15-го числа месяца, следующего за месяцем, за который они начислены. Но перечислить взносы надо будет в налоговую, в которой компания зарегистрирована или по месту нахождения обособленных подразделений, которые начисляют выплаты в пользу сотрудников,

либо по месту жительства физического лица, производящего выплаты. Взносы за декабрь будут платиться в январе в налоговую инспекцию по новым КБК. Минфин утвердит их к 1 декабря. Коды для разных фондов будут отличаться. ГУП РК «Крымский элеватор» — элеватор «Керченский» обязано перечислить фиксированные взносы за 2016 год не позднее 9 января 2017 года. Срок передвигается с 31 декабря из-за праздников. Если перечислить последний платеж за 2016 год до 1 января 2017 года, то деньги нужно отправлять по старым реквизитам, на КБК для взносов в фонды. После 1 января на эти коды ничего отправить не получится, банк не примет платеж. Даже если деньги уйдут, платеж попадет в невыясненные, их можно будет только вернуть. Положения НК РФ о направлении налоговыми требованиями об уплате налогов, сборов, пеней и штрафов о взыскании указанных платежей распространяются и на плательщиков страховых взносов, сообщил Минфин в письме от 21.10.2016 № 03-02-08/61943. Требование об уплате налога должно быть направлено не позднее 3 месяцев со дня выявления недоимки, а если сумма к уплате менее 500 рублей, требование об уплате налога должно быть направлено налогоплательщику не позднее 1 года со дня выявления недоимки. Штрафовать за нарушение срока сдачи расчета инспекторы будут по НК РФ. Например, за опоздание со сдачей нового расчета налоговики оштрафуют на 5% от неуплаченной суммы за каждый месяц. Максимум — 30% этой суммы. Минимальный штраф составит 1000 рублей (ст. 119 НК РФ). За несдачу документов по взносам налоговики смогут оштрафовать на 200 рублей за каждый документ, которого не хватает (ст. 126 НК РФ). Налоговики получают право заблокировать счет в банке за опоздание с расчетом. Сейчас в статье 76 НК РФ говорится только о декларации, но вероятно положения статьи будут распространяться и на новый расчет по страховым взносам с 2017 года. Неуплата страховых взносов, грубое нарушение правил учета доходов и расходов, если они повлекли занижение базы для исчисления взносов, грозят штрафом 20% от неуплаченной суммы (п. 3 ст. 120, п. 1 ст. 122 НК РФ). За умышленное занижение базы по взносам или другие неправомерные действия с 1 января 2017 года штраф составит 40% неуплаченной суммы взносов. Появятся и штрафы за несвоевременную сдачу отчетности в фонды. Так за опоздание со сдачей нового расчета в ПФР со сведениями о стаже фонд оштрафует на 500 рублей за каждого сотрудника, которое должно быть указано в расчете. С 2017 года проверять правильность расчета и уплаты страховых взносов налоговики будут по правилам налоговых проверок. Соответственно, на выездной ревизии налоговики проверят сразу и налоги, и взносы. Инспекторы смогут доначислять взносы, если отчисления по ним будут меньше НДФЛ. Поэтому в зону риска попадут организации, у которых будут выявлены значительные расхождения по базам для НДФЛ и страховых взносов. При чем проверить взносы налоговики смогут и за периоды

до 1 января 2017 года, вплоть до 2014 года, так как период проверки охватывает три года. ФСС будет выходить на выездные проверки вместе с налоговиками — проверять выплату пособий по временной нетрудоспособности, в то время как налоговики будут проверять уплату страховых взносов в ФСС.

Декретные пособия в 2017 году так же считаются с учетом новых данных. При расчете пособия по беременности и родам необходимо учитывать високосный год в расчетном периоде и новые предельные величины облагаемой базы. Сами правила расчета остались прежними.

С 1 января 2017 года ГУП РК «Крымский элеватор» — элеватор «Керченский» использует при расчете пособия по беременности и родам новые исходные данные.

1. Расчетным периодом станут 2015 и 2016 годы. Второй год был високосным. Поэтому количество календарных дней — 731 (365 + 366).

2. В 2016 году ГУП РК «Крымский элеватор» — элеватор «Керченский» сравнивало выплаты с предельными величинами базы для начисления взносов в ФСС за 2014 и 2015 годы. С 1 января ГУП РК «Крымский элеватор» — элеватор «Керченский» заменило 2014 год на 2016-й. Учитываемые величины:

— за 2015 год — 670 тыс. руб.;

— за 2016 год — 718 тыс. руб.

Готовые цифры для расчета пособий смотреть в таблице 1. Там же указаны предельные размеры пособия по беременности и родам с учетом новых лимитов по облагаемым взносами выплатам.

В некоторых случаях бухгалтер ГУП РК «Крымский элеватор» — элеватор «Керченский» считает пособие исходя из МРОТ. Этот показатель равен 7,5 тыс. руб. и с 1 января не изменится.

Пример. Уборщик служебных помещений О. А. Петренко подала заявление и больничный лист с датой начала декретного отпуска 21 января 2017 года.

Сотрудница работает на ГУП РК «Крымский элеватор» — элеватор «Керченский» с 15 августа 2016 года. Страховой стаж — пять месяцев. Поэтому при расчете пособия исходим из МРОТ. В больничном листе стоит отметка о многоплодной беременности. Значит, ГУП РК «Крымский элеватор» — элеватор «Керченский» должен оплатить 194 дня отпуска. Пособие равно: 7500,00 руб. * 24 мес.: 731 дн. * 194 дн. = 47770,18 руб.

Порядок расчета пособия по беременности и родам (П) не изменился. Применяется формула:

$$П = Д/РП * ОТП,$$

где Д — сумма доходов за два предшествующих наступлению беременности года; РП — количество дней расчетного периода; ОТП — продолжительность декретного отпуска.

Показатель РП равен 731 календарному дню, если в расчетном периоде не было исключаемых дней. Показатель ОТП равен 140 календарным дням при обычной беременности, 156 — при осложненной, 194 — при многоплодной.

Таблица 1. Декретное пособие в 2017 году: готовые данные

Вид пособия	Минимальный размер, руб.	Максимальный размер, руб.
Исходные данные для расчета		
Предельная сумма выплат	—	1388000,00 (670000,00+718000,00)
Предельный размер среднего заработка	246,58 (7500,00 руб * 24 мес. / 730 дн.)	1901,37 (1388000,00 руб. / 730 дн.)
Предельные размеры пособия по беременности и родам		
При одноплодной беременности	34521,20 (246,58*140 дн.)	266191,80 (1901,37 руб. * 140 дн.)
При многоплодной беременности	47836,52 (246,58 руб. * 194 дн.)	368865,78 (1901,37 руб. * 194 дн.)

При подсчете числа календарных дней исключаются:

- периоды временной нетрудоспособности;
- отпуск по беременности и родам;
- отпуск по уходу за ребенком;

— дни, когда сотрудницу освобождали от работы с сохранением зарплаты, если на эти суммы не начислялись страховые взносы.

Литература:

1. Федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете».
2. Федеральный закон от 24.07.2009 г. № 212-ФЗ «О страховых взносах в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования».
3. <http://www.gazeta-unp.ru/articles/51341-qqq-16-m7-strahovye-vznosy-v-2017-godu-izmeneniya#ixzz4WrqawO93>

Роль PR в продвижении музыкального коммерческого продукта, принцип работы PR-организаций

Васильченко Сергей Андреевич студент;

Научный руководитель: Подольская-Катчан Людмила Михайловна, соискатель научной степени
Российский университет дружбы народов (г. Москва)

Развитие музыкального рынка, как и любого другого, подразумевает охват больших областей знания, и чем больше становится рынок, тем больше наук он в себя включает. Одной из таких наук является наука Public Relations или как её принято называть сокращенно — PR. Влияние Public Relations на музыкальную индустрию, как и на индустрию Шоу-Бизнеса в целом, растет с каждым годом. В данной статье автор описывает основные задачи PR в коммерческих музыкальных проектах, а также говорит о том, кто за этим стоит и как реализуются эти задачи.

Музыку как коммерческий вид творческой деятельности начали рассматривать сравнительно недавно. Поводом этому послужило появление различных организаций, в том числе PR-организаций, занимающихся реализацией музыкального продукта. Деятельность таких организаций нацелена на раскрутку артиста как бренда с целью последующей продажи продукта его интеллектуальной деятельности, то есть музыки. Успешная реализация продукта подразумевает эффективное распространение материала с использованием множества различных контактов и каналов с целью донесения музыки до самых разных целевых аудиторий.

Именно на этом этапе и берет свое начало Public Relations в данной сфере.

Public Relations затрагивает огромное количество областей знаний, поэтому сам термин насчитывает до 500 различных определений, подходящих для конкретных областей [2, с. 17]. Так, в Шоу-Бизнесе Public Relations — это формирование имиджа артиста и обеспечение ему публичности. В контексте данного определения, слово «Паблицити» означает высокий уровень распространённости, публичности. При этом оно не несет в себе никакой информации о том, через какие каналы имидж артиста будет принимать публичность.

Таким образом, Public Relations в шоу-бизнесе подразумевает под собой процесс формирования индивидуального имиджа артиста, обеспечивающего ему узнаваемость, с целью последующего распространения информации об артисте при помощи любых доступных каналов массовой информации.

Когда артист выпускает материал, в который было вложено много финансовых средств и времени, то первое, что сам артист или организация, издавшая продукт артиста

намерена сделать — окупить затраченные средства и заработать на продукте. Едва ли кому-либо удалось бы вернуть затраченные средства, и, тем более, заработать, если бы в этой сфере не применялся PR. Именно успех PR-кампаний определяет итоговую коммерческую успешность материала, продукта. Часто бывает так, что неактуальный материал, благодаря грамотной кампании, становится успешнее и прибыльнее многих качественных проектов с большим творческим потенциалом на старте.

Процесс обеспечения публичности имиджа артиста за последние 10 лет стал доступнее и проще, а выходная статистика по продажам возрастает, как и эффективность доступных PR-методов.

Практика показывает, что с ростом тенденции к распространению интернет сферы, появляется все больше вариантов продвижения музыкального продукта. Под понятием «музыкальный продукт» следует понимать музыкальные композиции, в которые входят как коммерческие проекты, так и некоммерческие; саундтреки к различным фильмам, роликам и постановкам; подкасты. Среди каждой категории есть свои специфические PR-методы, однако большинство актуальны для всех одновременно.

Самым эффективным методом распространения по соотношению качества и цены остается интернет. По статистике продвижение музыкального продукта, в частности коммерческих проектов, при помощи сети Интернет, дает самые большие результаты по отношению к таким видам СМИ, как телевиденье, радио или печатные издания.

Коммерческие проекты обязательно требуют продвижения, так как без него не получается обеспечить достойные объемы продаж, которые покроют расходы и дадут прибыль. Именно поэтому такие продукты характеризуют, как «коммерческие». Коммерческие продукты издаются исключительно под руководством специальных организаций, так называемых «лейблов».

Лейбл — звукозаписывающая компания, заключающая контракты с артистами, которые, по мнению лейбла, обладают большим коммерческим потенциалом, для дальнейшей записи и реализации материала [5]. В случае, если проект работает под руководством лейбла, то именно эта организация занимается его продвижением, как и продвижением остальных своих артистов. Чаще всего лейблы имеют крупный штат сотрудников, среди которых обязательно есть: PR-менеджер, который занимается продвижением продукта среди средств массовой информации; арт-директор, который осуществляет запуск рекламы и контролирует ее исполнение; менеджер по продажам, который осуществляет контроль над статистикой по продажам и корректирует работу PR-менеджеров; менеджеры по дистрибуции, которые доставляют материальные и цифровые копии продукта в магазины.

Если статистика показывает, что продажи не соответствуют ожидаемым результатам, то PR-менеджеры меняют тактику воздействия, методы продвижения, а также прибе-

гают к подбору новой потенциальной аудитории, для увеличения статистики по продажам.

Менеджеры по дистрибуции решают, через какой канал и куда именно следует доставить продукт. Часто для того, чтобы потери аудитории и продаж были минимальными, они принимают решение доставить продукт в максимально большое количество магазинов, как цифровых, так и обычных, розничных. В этих случаях они сталкиваются с тем, что создание материальных носителей влечет за собой большие затраты, а это является менее выгодной для лейблов тактикой, поэтому к такому методу прибегают реже и только в случае, если продукт показывает хорошую ликвидность, а статистика продаж растет. В таком случае, старт продаж реальных копий продукта считается целесообразным и приносит больше денег, что и является конечной целью для лейбла.

Продвижением, как уже сказано выше, занимается PR-менеджер лейбла. Он решает, какой продукт должен продвигаться. В соответствии с этим он подбирает целевую аудиторию и начинает запускать кампании еще до старта продаж и до того, как продукт становится доступным. В качестве рекламируемого продукта в пред-релизных кампаниях используют отрывки из основного рекламируемого продукта.

Для продвижения продукта широко применяются: PR-кампании, методика Product Placement, ротации на радио, Direct mail и другие.

Product placement — скрытое, но заранее подготовленное размещение продукта в любом другом массовом медиа материале. Это может быть фильм, рекламный ролик и прочее. В product placement есть: источник, сообщение, канал и получатель [1, с. 197].

Ротации на радио — продукт, выпущенный под руководством лейбла, отправляется на различные радиостанции, с целью последующей ротации в пределах определенного временного периода [4].

Direct mail — прямая рассылка информации о новом продукте лейбла на электронные адреса людей, оформивших подписку на новости лейбла или проекта, чей материал стал доступен. Иногда лейблы также используют уже готовые базы почтовых адресов, отсортированных заранее [3].

Самый большой результат дает интернет. Лейблы используют рекламные баннеры на популярных тематических музыкальных порталах, форумах, социальных сетях. Например, сервис, известный как «ReverbNation», предлагает такую услугу любым артистам, даже если у них нет контракта с лейблом. Получить более 180.000 показов рекламы артиста на популярнейших музыкальных сайтах будет стоить около 50 \$. Этот вид рекламы носит сомнительный характер. В одних случаях он дает крайне высокие результаты, в других совершенно себя не окупает. Тем не менее, это все равно увеличивает узнаваемость музыкального проекта, как бренда, и всегда имеет смысл, поэтому это первое, что делает лейбл.

Широко распространена практика привлечения крупных сообществ известных музыкантов, их сайтов или страниц в социальных сетях, как пиар площадок. Данный вид распространения всегда работает хорошо и моментально увеличивает статистику.

Таким образом, реализацией и распространением коммерческой музыки занимаются музыкальные лейблы. Они отвечают за финансирование, распределение средств, подбор и запуск PR-кампаний. Определяют наилучшую кампанию, подходящую для каждого индивидуального случая, используя преимущественно интернет сферу. Основная задача лейбла — заработать, поэтому это характеризует его как коммерческую ор-

ганизацию. Артисты, имеющие контракты с лейблами имеют уникальный узнаваемый имидж и очень высокий уровень публичности, в силу того, что без наличия высокого уровня публичности имиджа артиста не получится достичь высокого финансового успеха проекта, а это противоречит интересам музыкального лейбла. Для обеспечения высокой публичности имиджа артиста лейбл запускает обширные PR-кампании в СМИ, которые финансирует он сам. Область науки, известная как Public Relations плотно заняла свою нишу в данной сфере деятельности, и позволяет музыкантам зарабатывать на музыке с помощью лейблов, что позволяет творческим людям жить, зарабатывая любимым делом.

Литература:

1. Галисиан М.-Л. Product Placement в средствах массовой информации.. — М, 2004. — С. 197.
2. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью: учебное пособие для высшей школы / Под общ. ред. С.Д. Резника. — Изд. 6-е, испр. и доп. — М.: Академический Проект, 2009. — 511 с. — (Gaudeamus) — С. 17
3. Директ Мейл (адресная рассылка, direct mail) // Сайт Александра Назайкина. Интернет статья — 2017. URL: http://www.nazaykin.ru/_MP_directmail.htm
4. Радиоротация // Wikipedia — свободная энциклопедия. Интернет статья — 2017 г. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/радиоротация>.
5. Record Label // Wikipedia — свободная энциклопедия. Интернет статья — 2017 г. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Record_label.

Сущность лизинга в современной экономике и его классификация

Галимова Альбина Ремовна, магистрант
Казанский (Приволжский) федеральный университет

Статья посвящена раскрытию понятия лизинга как сложной экономической категории. Представлены разные определения, даны базовые признаки лизинга, на основе которых автор дает собственное определение понятию лизинг. Дана классификация видов лизинга, показаны их различия. Кроме того, в статье рассмотрены статистические данные, показывающие уровень развития лизинга в России.

Ключевые слова: лизинг, понятие лизинга, признаки лизинга, функции лизинга, виды лизинга

В настоящее время в мировой практике лизинг является наиболее привлекательным способом финансирования инвестиций.

В зарубежных странах пик развития лизинга пришелся на вторую половину XX века, после окончания Второй мировой войны, когда большинство предприятий не имело возможности закупать оборудование на собственные средства. Такие предприятия стояли перед выбором: либо продолжить производить продукцию на старом оборудовании, опасаясь, что более конкурентоспособные в технологическом плане предприятия вынудят их уйти с рынка, либо прибегнуть к лизинговым услугам. Предприятия делали выбор в пользу второго пути.

В России лизинг применяется сравнительно недавно, чуть более 20 лет, с 1994 года, когда был введен Указ Президента РФ от 17.09.1994 г. № 1929 «О развитии фи-

нансового лизинга в инвестиционной деятельности» [2]. В 1998 году этот указ утратил силу с принятием в 1998 году Федерального закона № 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» [3], действующего по сегодняшний день.

Как любая сложная экономическая категория, понятие лизинга не имеет однозначного понимания. В российской и зарубежной литературе существует довольно много определений, но ни одно из них, на наш взгляд, не отражает всю сущность лизинга, поэтому понятие лизинга требует уточнения.

Понятие лизинг происходит от английского глагола «to lease», что означает «сдавать в аренду», «брать в аренду».

В ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» лизинг определяется как «совокупность экономических и правовых отношений, возникающих в связи с реализацией договора лизинга, в том числе приобретением предмета лизинга» [3].

Лизинговая компания «FinansLeasing» определяет лизинг как финансовый инструмент, при котором собственность на лизинговый актив остается у лизинговой компании, а лизингополучатель получает право использовать этот актив в период действия договора с оплатой лизинговых платежей. По истечении срока действия договора, право собственности переходит лизингополучателю по символической стоимости [10].

В Кембриджском словаре лизинг рассматривается как финансовый договор, где физическое или юридическое лицо платит за использование земли, автомобиля и т.д. в течение определенного периода времени [7].

Международная финансовая корпорация дает следующее определение: лизинг — это альтернативный способ оплаты за использование оборудования, такие как автомобиль, грузовик, швейная машина или любой изготовленный инструмент или тяжелой техники, за указанный период времени [11].

Л. Н. Андреева под лизингом понимает имущественные (финансово-экономические и правовые) отношения, которые начинаются с того, что одно юридическое лицо обращается к другому лицу с коммерческим предложением приобрести необходимое оборудование и передать его во временное платное пользование первому лицу [13, с. 186].

Ф. Г. Панкратов считает, что лизинг — это специфическая форма имущественных взаимоотношений партнеров, возникающая в результате приобретения в собственность имущества одним из контрагентов (собственник) и последующем предоставлении этого имущества во временное пользование другому контрагенту (пользователю) за определенную компенсацию [12, с. 405].

Раскрытие экономической сущности лизинга, на наш взгляд, должно основываться на базовых признаках и лизинга.

Основываясь на представленных выше определениях, можно выделить базовые признаки лизинга:

- лизинговые отношения по своему характеру являются имущественными;
- лизинговые отношения носят договорной характер;
- разделение права собственности и права пользования [14, с. 148];
- основными участниками лизингового договора выступают лизингодатель, лизингополучатель и продавец имущества;
- лизингодатель специально приобретает имущество для сдачи его в лизинг, то есть не для собственного пользования;
- лизингополучатель сам выбирает, какое имущество он возьмет в лизинг;
- собственником имущества в период действия договора является лизингодатель;
- лизингополучатель несет риск порчи и гибели имущества;
- за качество имущества отвечает продавец актива.

— в период действия договора лизингополучатель вносит лизинговые платежи;

Исходя из рассмотренных выше признаков, по нашему мнению, лизинг представляет собой многосторонние имущественные отношения, в которых лизингодатель, по требованию лизингополучателя, приобретает у продавца актив в собственность, который за определенную плату, в течение определенного времени, в соответствии с лизинговым договором, находится в пользовании лизингополучателя.

Предложенное нами определение включает в себя не только описание классической схемы действия лизингополучатель-лизингодатель-продавец, но также делает акцент на распределении прав на сданное в лизинг имущество. Кроме того, на наш взгляд, не имеет смысла включать в определение тот аспект, что по окончании договора имущество перейдет в собственность лизингополучателю. Так как такой исход событий предусмотрен только при финансовом лизинге, это добавление сделало бы определение узким.

Сущность лизинга как экономической категории, помимо всего прочего, определяется, в том числе, через выполняемые им функции (внутренние и внешние) [4, с. 156].

К внутренним стоит относить:

1. производственную функцию, состоящую в том, что на взятом в лизинг оборудовании лизингополучатель решает хозяйственные задачи, не покупая имущество в собственность;

2. финансовую функцию, заключающуюся в финансировании производственной деятельности наряду с высвобождением собственных средств для финансирования текущей деятельности;

3. сбытовую функцию, которая означает расширение круга производителей, готовых приобрести имущество в лизинг;

4. ресурсосберегающую функцию, означающую грамотное распределение ресурсов, в том числе денежных;

5. функцию получения налоговых и амортизационных льгот, которое заключается в возможности применения ускоренной амортизации и экономии на налоге на имущество.

Внешние функции подразделяются на регулирующую (стимулирование инновационной деятельности) и воспроизводственную (объединение участников рынка в единую хозяйственную систему) функции.

В экономической литературе существует много оснований для классификаций лизинга: по типу финансирования, по составу участников, в зависимости от типа имущества, по степени окупаемости, по типу рынка, в зависимости от срока договора, по характеру обслуживания имущества, по типу финансирования, по форме расчета, по отношению к налоговым льготам и т.д.

Общепринято классифицировать лизинг по экономико-правовым отношениям, возникающим между субъектами лизинга. Так, выделяют финансовый и оперативный лизинг [12; с. 184].

Финансовый лизинг представляет собой вид лизинга, где лизингодатель приобретает у продавца в собственность имущество с последующей передачей его лизингополучателю во временное владение и пользование за определенную плату и на указанный в лизинговом договоре срок. При этом лизингополучатель имеет право в последующем выкупить это имущество.

При оперативном лизинге лизингодатель на свой риск приобретает имущество с последующей передачей его во временное пользование лизингополучателю. Основное отличие оперативного лизинга от финансового в том, что в первом случае имущество не может быть передано в собственность лизингополучателю по истечении срока лизингового договора.

Отметим, что термин «лизинг» в российской и зарубежной практике трактуется по-разному [5, с. 18]. Если в зарубежных странах лизинг включает в себя и финансовый и оперативный лизинг, то в России понятия «лизинг» и «финансовая аренда» отождествляются. Это проявляется, в том числе, в названии Федерального закона «О финансовой аренде (лизинге)» № 164-ФЗ. Однако это вовсе не означает, что оперативного лизинга в России не существует. Он есть и развивается быстрыми темпами (рис.1), но регулируется в рамках норм Гражданского права (глава 34, ст. 604–670), так как оперативный лизинг по своей природе очень схож с обычными арендными отношениями (таблица 1).

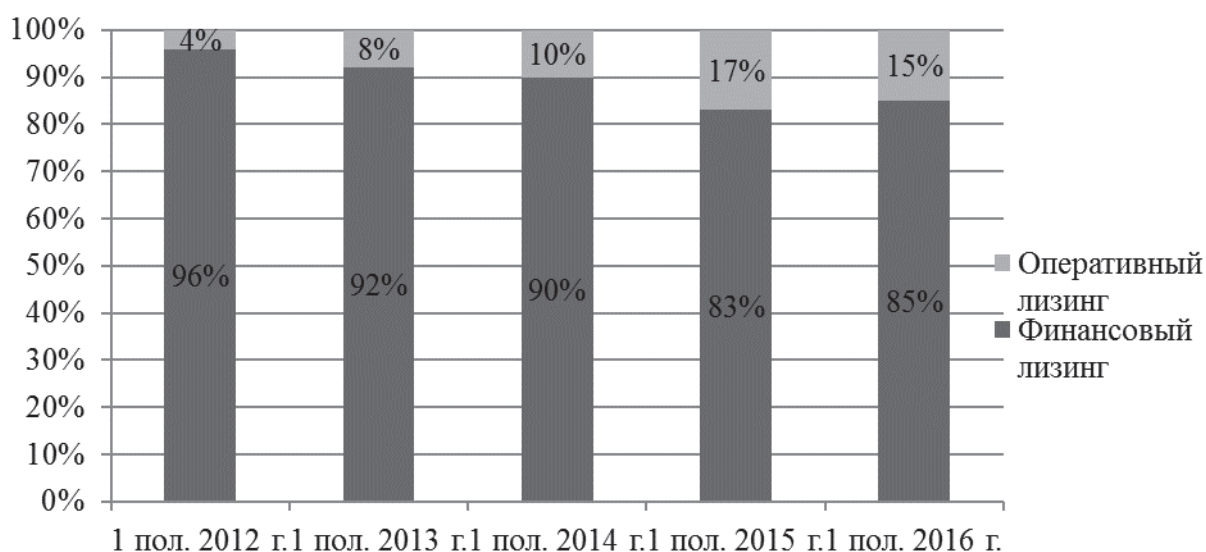


Рис. 1. Структура лизинга по состоянию на 1 полугодие 2012–2016 гг. Источник: составлено на основании данных официального сайта «Эксперт РА» [9]

Таблица 1. Сравнительный анализ видов лизинга и аренды

	Финансовый лизинг	Оперативный лизинг	Аренда
Параметры сравнения			
Общие черты			
Права собственности	Отделение права собственности от права пользования		
Различия			
Амортизационный срок	Совпадает со сроком действия договора	Больше, чем срок действия договора	
Объект лизинга	Земельные участки и природные объекты не могут быть переданы в лизинг	В аренду могут быть переданы земельные участки и прочие природные объекты	
Прекращение контракта	Лизингодатель не может досрочно прекратить действие договора	Лизингодатель может досрочно прекратить действие договора	Арендатор может досрочно прекратить действие договора
Ставка процента	Не меняется	Может меняться (как правило, выше, чем при финансовом лизинге)	Может меняться
Приобретение имущества	Лизинговая компания приобретает конкретное имущество для сдачи его в лизинг конкретному лизингополучателю	В лизинг сдается имеющееся у лизинговой компании имущество	В аренду сдается имеющееся у арендатора имущество

Источник: составлено автором на основании источников [1], [3] и [8].

По характеру лизинговых операций выделяют смешанный лизинг, когда он включает в себя элементы финансового и оперативного лизинга, и возвратный лизинг (leaseback arrangement), при котором предполагается, что компания вначале продает свое имущество лизинговой компании, а затем заключает с ней договор о лизинге и становится, соответственно, лизингополучателем.

Кроме того, по характеру обслуживания лизингового имущества выделяют мокрый или полный (wet leasing) лизинг, сухой или чистый (dry leasing) и частичный [8; с. 120]. Мокрый лизинг предполагает полное техническое обслуживание имущества, сдаваемого в лизинг. При сухом лизинге лизингополучатель сам берет на себя обязательства по обслуживанию. В этом случае лизинг получается значительно дешевле, так как стоимость обслуживания не включается в состав лизинговых платежей. И наконец, частичный лизинг, при котором лизингодатель и лизингополучатель делят обязательства по обслуживанию лизингового имущества.

Более подробная классификация лизинга представлена в таблице в приложении 1.

Развитие лизинговых отношений имеет сразу несколько преимуществ перед традиционными способами финансирования инвестиций. Достоинства лизинга исходят из экономической логики лизинговых операций, что для максимизации конечных результатов хозяйственной деятельности предприятия важным становится не стремление к владению имуществом, а право пользования этим активом [6, с. 51]. В связи с этим лизингополучатель имеет следующие преимущества:

1. лизингополучатель может без предварительно накопленных собственных средств и не прибегая к помощи банковского кредитования, получить имущество и внедрить его в производство. Кроме того, сохранение собственных средств позволяет снизить производственные затраты;

2. сохранение собственных средств позволяет предприятию сохранять финансовую устойчивость и рентабельность, что способно значительно повысить уровень конкурентоспособности предприятия;

3. лизинг не ограничивает предприятие в возможности краткосрочного кредитования с целью закупки дополнительного сырья и материалов для расширения производства;

4. лизинг не требует первоначального взноса при приобретении имущества, в то время как кредит требует немедленного начала выплат;

5. банковский кредит выдается только на 60–70 % от стоимости имущества, тогда как лизинг обеспечивает 100 % финансирования [6, с. 52];

6. оперативное решение проблем производства (особенно это касается сезонного и нерегулярного производства);

7. возможность использовать имущество в производстве, даже при этом не имея его в собственности обладает исключительной важностью для малых и средних предприятий, размер собственных средств которых невелик;

8. предприятие получает дополнительные преимущества, связанные с налогообложением, поскольку лизинговое имущество не находится на балансе этого предприятия, что позволяет значительно снизить налоговую базу;

9. Лизинг позволяет ускорить техническое и технологическое перевооружение предприятия, что напрямую влияет на повышение его конкурентоспособности.

Таким образом, применение лизингового механизма в производственной деятельности значительно влияет на уровень повышения конкурентоспособности предприятия через модернизацию основных фондов, сохранение финансовых ресурсов, увеличение объемов производства. Сущность лизинга сводится к тому, что наличие имущества в собственности совершенно не обязательное требование, достаточным и необходимым условием для ведения хозяйственной деятельности является наличие права владения им.

Литература:

1. Гражданский кодекс РФ от 30.11.1994 № 51-ФЗ. — Режим доступа: http://base.garant.ru/10164072/35/#block_2034
2. Указ Президента РФ от 17.09.1994 г. № 1929 «О развитии финансового лизинга в инвестиционной деятельности». — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_4477/
3. Федеральный закон «О финансовой аренде (лизинге)» от 29.10.1998 № 164-ФЗ (в редакции от 03.07.2016 г.). — Режим доступа: <http://base.garant.ru/12113492/>.
4. Алексеева Т. Р. Лизинговые технологии в инновационном развитии строительного комплекса // Вестник МГСУ. — 2014. — № 5. — С. 152–161.
5. Баженова В. И. Институциональная модель лизинговых отношений // Вопросы экономики и права. — 2011. — № 12 (42). — С. 16–23.
6. Валитов Ш. М., Кириченко Е. Г. Лизинг как инструмент расширения возможностей реального сектора экономики // Финансы и кредит. — 2005. — 14 (182). — С. 47–54.
7. Кембриджский словарь. — Режим доступа: <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/leasing>
8. Лапыгин Ю. Н., Сокольников Е. В. Лизинг. — М., 2004. — 350 с.

9. Оперативный лизинг: вопреки динамике рынка/ Официальный сайт Официальный сайт Рейтингового агентства RAEX («Эксперт РА»). — Режим доступа: https://raexpert.ru/researches/leasing/leasing_1h2016/part2/
10. Официальный сайт лизинговой компании FinancLeasing. — Режим доступа: <http://www.finansleasing.com.tr/default.asp>
11. Официальный сайт Международной финансовой корпорации. — Режим доступа: http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/REGION__EXT_Content/Regions/Sub-Saharan%20Africa/Advisory%20Services/AccessFinance/AfricaLeasingFacility/AboutLeasing/
12. Панкратов Ф. Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Панкратов Ф. Г., Н. Ф. Солдатова. — 13-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. — 500 с.
13. Проблемы инновационного развития экономики: монография / Л. Н. Андреева, Ю. А. Анищенко, Ю. М. Грузина и др. / Под общ. ред. С. С. Чернова. — Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2014. — 258 с.
14. Яськова Н. Ю., Алексеева Т. Р. Развитие институциональных основ лизинга // Вестники МГСУ. 2016. № 2. С.146–158.

Development internal audit service in the business entities

Ганиев Зафар Усанович, преподаватель;
 Гайратов Бобурбек Улуғбекович, студент
 Ташкентский финансовый институт (Узбекистан)

Commitments in the context of the modernization of the economy, including joint-stock companies and limited liability companies, focusing on the organization of the internal audit service. As can be seen from the Cabinet ministers of the Republic of Uzbekistan adopted 215th resolution «Regulation

about internal audit service in entities’ in 2006, October 16 [1] on the basis of the internal audit service, and the value of assets balance of \$ 1 billion. The company worth more than the introduction of the obligations of the Internal Audit Service (Table 1).

Table 1. The value of assets of one billion dollars. worth more than [5], the implementation of internal audit in enterprises

№	Areas	2007 y.		2013 y.		2014 y.		2015 y.		2015 account changes in% compared to 2007 y.
		on practice	%	on practice	%	on practice	%	on practice	%	
1.	Republic of Karakalpakstan	22	6,3	24	5,0	8	4,0	6	3,2	-3,1
2.	Andijan	29	8,3	20	4,2	19	9,4	11	5,9	-2,4
3.	Bukhara	14	4,1	37	7,8	4	2,0	5	2,7	-1,4
4.	Jizzakh	5	1,4	23	4,8	15	7,4	6	3,2	1,8
5.	Kashkadarya	37	10,6	33	6,9	13	6,4	10	5,3	-5,3
6.	Navoi	16	4,6	17	3,6	11	5,4	8	4,3	-0,3
7.	Namangan	11	3,2	25	5,3	15	7,4	6	3,2	-
8.	Samarkand	28	8,0	43	9,0	12	5,9	9	4,8	-3,2
9.	Surkhandarya	35	10,1	33	6,9	9	4,5	8	4,3	-5,8
10.	Syrdarya	16	4,6	13	2,7	9	4,5	9	4,8	0,2
11.	Tashkent region	22	6,3	37	7,8	24	11,9	22	11,8	5,5
12.	Fergana	31	8,9	43	9,0	13	6,4	13	6,9	-2
13.	Khorezm	33	9,5	19	4,0	6	3,0	6	3,2	-6,3
14.	Tashkent city	49	14,1	107	22,4	44	21,8	68	36,4	22,3
	TOTAL	348	100	476	100	202	100	187	100	-

According to the table above, can greatly improve the performance of joint-stock companies and the introduction

of modern methods of corporate governance reforms were terminated as a result of a number of low-profit joint-stock

companies and foreign investors in 2015 as a result of a drop in sales of companies, approved by the Internal Audit.

Internal Audit Service during the audit to verify the elimination of violations of legislation and of financial and economic activity of the company on the measures taken to improve the effectiveness of evaluations.

At the end of each quarter, and the company’s Supervisory Board will receive a report on the results of audits of the Internal Audit Service, to address identified deficiencies and improve the efficiency of financial and economic policies of the company.

Performs internal audit, as well as the types of services, analysis of production and a detailed study of these options

would better clarify the ways in which the development of other industries. Thus, the work of all the strengths and weaknesses of its assessment of the strength of current conditions, as well as determining the prospects of development of the country.

Nevertheless, the company always steps in this policy and understand full or in progress. Enterprise managers to identify deficiencies in the implementation of these and for a sufficient amount of time. This is the complete omission of the Internal Audit Service. This service is available every day, experts or their work, because of the activities of the entire management system leads to serious errors, losses, error calculations, to protect the weak and can break or decline in business activity will help you to identify the weaknesses to realize their full potential.

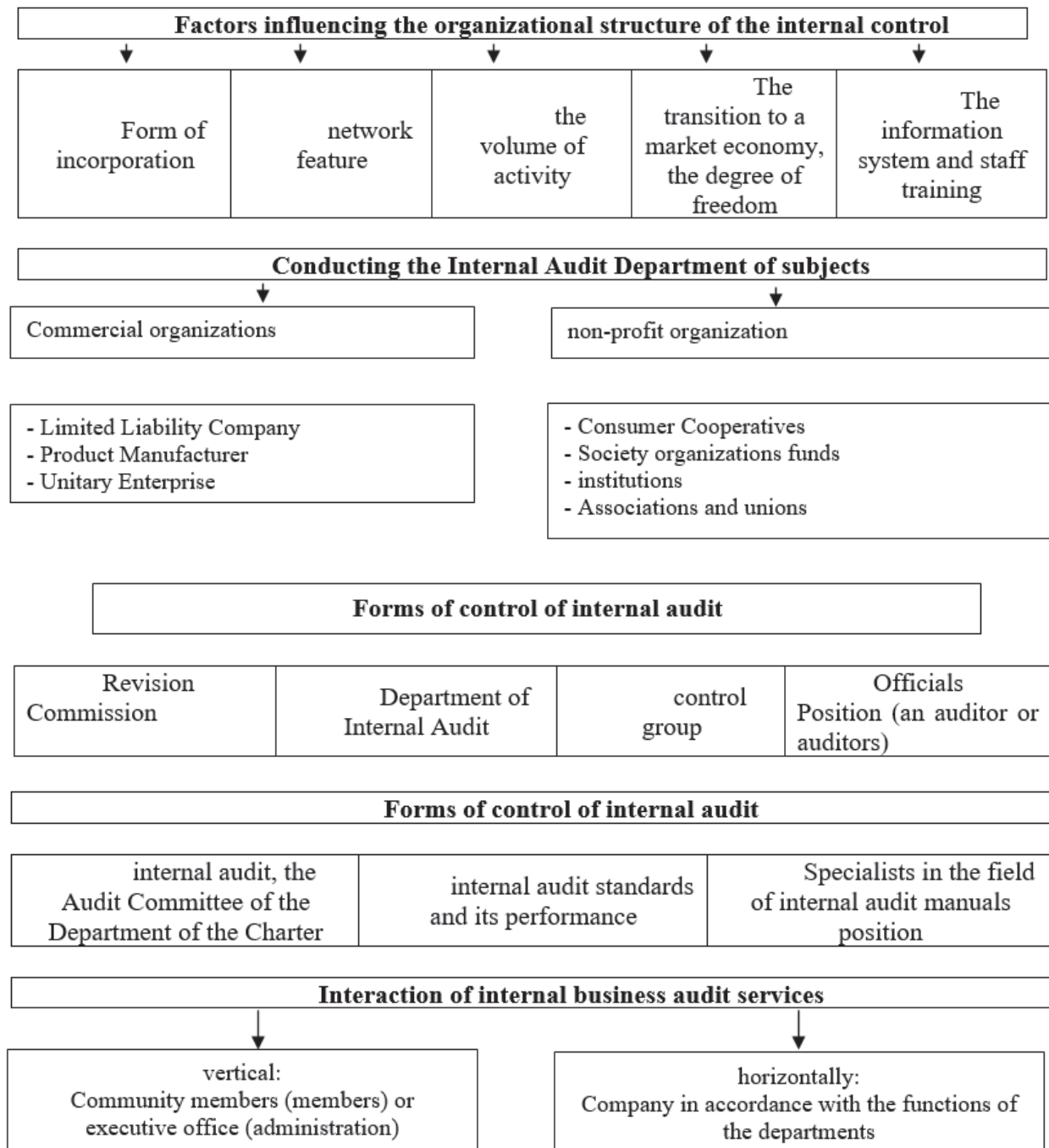


Fig. 1. The organizational structure of the Internal Audit Service

At the same time, it should be noted, does not operate to monitor and verify their function, they are still part of personnel. They are all about the senior management of information and discuss their routes on a regular basis, and because of this, the accuracy to shape their own tariff plans and prospects for the future. The administration of the enterprise communications to help organizations improve the quality of management will be able to provide more detailed information. Based on the above, internal audit, in order to improve the financial position of the enterprise, to achieve effective results, as well as the legitimate conduct of financial control measures.

Following an internal audit of the internal audit should provide rules: Internal Audit Charter, job expert instruction, specialists of the department and its business plans, guidelines, audit, internal audit standards, internal audit rules, the methodology of the internal audit and the audit evidence guidelines, audits and the results of the implementation of the guidelines.

Aimed at ensuring the achievement of the objectives of the internal audit is a management control tool. The results of the analysis to guide the internal audit to assess the effectiveness of a particular department, providing advice and information.

The results of the internal audit of the company management, taking into account the limited resources available, as well as labor laws, and is also used to carry out this work.

The Internal Audit Service Internal Audit Department plays a key role, he will be in direct contact with the Supervisory Board of bilateral interest. The head of the internal audit, financial reporting, as well as other issues related to the company's Supervisory Board will be appropriate to participate in the meeting. Plans to take part in these meetings, the head of the internal audit department and ensure the exchange of information on the activities of the division between the other departments increased [2. P. 54–55].

The Internal Audit Department periodically about half the production cost of the work carried out and an oral or written report to the Supervisory Board, the management of each year audit work plans of the US Department of distribution plans and cost estimates. Department identified during the audit, as well as information on all the facts that may cause harm to the organization. This indicates improper, unlawful acts, errors, inefficiency, expense, unprofitability conflict of interest, and may be due to lack of control. The head of the company selects the appropriate steps to remedy the identified deficiencies. In addition, the head of the service obligations of groups and their control, the results of implementation of the recommendations of the audit process for the audit, if necessary, the financial analysis and advice on specific issues, administration orders order of supervision and enforcement, as well as prepare a report on the work carried out by the internal audit.

The Internal Audit Department is responsible for the provision of audit control. aspects of the audit function in the management of a continuous process of elimination planning, staff and management are approved to audit programs provide

convincing evidence that the auditors and the results of the working documents with the approval of the control reports. Audit reports are objective, clear, meaningful and timely audits to ensure that the objectives are achieved. Documented evidence of control. The level of control required experience of internal auditors and the audit related to the complexity of the problem.

Internal auditors Group has adopted the following:

- Order of implementation of the work plan and schedule;
- The shape of the control group and the auditors;
- The master plan and develop the internal audit program;
- The structure of the internal audit report and the audit results, which could affect their harmful consequences for the service manager;
- Acts which are directly involved in the preparation of the results of the audit processes and documents and systematization;
- The results of the report on the results of the internal audit and management to seek adoption of resolutions;

The group of auditors -internal comments on the file size and time organizes and controls.

The audit practice is essential for the understanding of the situation in which it appears. This is an opportunity to apply the knowledge in case you want to avoid or detect potential problems and help them to be analytical and rational decisions. Internal auditors are fair, employees know and work with them, as well as the evaluation of the evidence found in the recommendations made orally or in writing, should be clear.

Necessary service experts of internal audit and their specific requirements. State enterprises as an expert, different areas of accounting and auditing in the field of sufficient knowledge, experience and professional skills, which can answer questions in this area. For example, the expertise of contracts, constituent documents, interpretation of the legislation and legal assessment to determine the value of property types and can be used to determine the volume of work performed, and other. Unfortunately, the internal audit standards clearly define the work of the expert, so that it can be used as a model for the external audit standards. It can be changed according to the characteristics of the internal audit. Expert of the Internal Audit Service carried out by the company or on behalf of the audit object, in accordance with the recommendations of the audit team management contract. Formalized in writing the results of the expert examines the internal audit service and a part of the working papers.

In practice, each organization department of internal auditors or result came from the service.

Based on the above, the internal audit department should pay attention to the operation as follows:

- first, offering better control over a particular industry or an affiliated company;
- second, scheduled and unscheduled inspections and monitoring to determine the most important aspects of the development, production resources allow;

— third, incentives, internal auditors in many cases, the company, its subsidiaries and divisions, as well as

several other members of the economic and analytical services can provide expert advice and ratings.

References:

1. Cabinet ministers of the Republic of Uzbekistan adopted 215th resolution «Regulation about internal audit service in entities». 16 October 2006 year.
2. Андреев В. Д. Внутренний аудит. Учеб. Пособие. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 464 с.
3. Евдокимова А. В. Внутренний аудит и контроль финансово — хозяйственной деятельности организации: Практическое пособие. — М.: Дашков и К, 2009. — 208 с.
4. Пугачёв В. В. Внутренний аудит и контроль. Организация внутреннего аудита в условиях экономического кризиса: учеб. — М.: Дело и сервис, 2010. — 224 с.
5. gki.uz (The State Committee of the Republic of Uzbekistan for Privatization, Demonopolization and Development of Competition)

Особенности в обеспечении социально-экономической безопасности регионального уровня (на примере Краснодарского края)

Герич Виктория Михайловна, магистр;

Листопад Мария Евгеньевна, доктор экономических наук, доцент, профессор

Кубанский государственный университет (г. Краснодар)

В работе дано описание социальной сферы Краснодарского края, определены последствия увеличения децильного коэффициента доходов групп населения и доли населения с доходами ниже прожиточного минимума в крае. Описан действующий защитный механизм по противодействию угрозам в виде существующих на регулярной основе институтов, мероприятий и программ. Предложен алгоритм социально-экономической диагностики края, комплексное проведение которой позволит получить паспорт безопасности и обосновать выбор стратегии.

Ключевые слова: социально-экономическая безопасность, социально-экономическая диагностика

В современных условиях, характеризующихся динамизмом глобализационных процессов, необходимостью реструктуризации экономики с упором на инновации, высокой степенью дивергенции регионального развития и незавершенности процессов регионализации на всем постсоветском пространстве значительно возросла роль регионов. Регионы обладают самостоятельностью в формировании стратегии социально-экономического развития (далее — СЭР) и выборе механизмов обеспечения социально-экономической безопасности региона (далее — СЭБР), которые в каждом регионе имеют свои особенности из-за различия в условиях и факторах развития. Уровень качества и условий жизни населения региона, величина разрыва в социально-экономическом неравенстве, множественность и острота угроз в хозяйственно-промышленном комплексе определяют уровень СЭБР, которая, по сути, является гарантией экономической защищенности и устойчивости развития территории.

Повышение уровня СЭБР определяется уровнем самообеспеченности, самофинансирования и самокупаемости территории [3, т. 7, с. 29].

В настоящее время Краснодарский край (далее — КК) занимается разработкой стратегии социально-экономиче-

ского развития до 2030 года и проявляет интерес к тому, чтобы приоритеты и направления безопасного развития системы края в социально-экономическом развитии были максимально продуманы, интересы всех участников региональных процессов учтены, чтобы критические пороги безопасности по негативным факторам были прогнозируемы и своевременно предотвращены. К разработке стратегии администрацией региона привлекается население, партии, предприниматели, звенья и структуры экономики. Действующая стратегия СЭРКК до 2020 года принята 29 апреля 2008 года № 1465-КЗ и не отвечает современному социально-экономическому состоянию края. С момента ее принятия усугубились многие существовавшие ранее социально-экономические проблемы и появились новые, а региональные угрозы возникают, как правило, из-за просчетов в политике, диспропорций в экономике, неопределенности мировых процессов и резкого повышения внешнего фактора и охватывают хозяйственный комплекс территории и благосостояние населения. Как покажет исследование, ключевым ориентиром при разработке стратегии СЭР края должны стать структурно-функциональные показатели расслоения и бедности населения.

Требование обеспечения СЭБ является основополагающим принципом при формировании и реализации региональной политики. СЭБР определяется совокупностью условий, защищающих повышение качества жизни населения региона и обеспечивающих планомерное (бескризисное) развитие региональной экономики и её место в развитии мировой (российской) экономики [1, с. 293]. СЭБ будучи качественной характеристикой требует серьезной социально-экономической диагностики края.

КК обладает агроклиматическим потенциалом, рекреационными ресурсами, выгодным географическим положением, высокой обеспеченностью трудовых ресурсов, но это не гарантирует ему устойчивость воспроизводства территориально-хозяйственного комплекса, высокий уровень экономической и социальной безопасности. По многим позициям проявляет уязвимость и восстанавливает утраченные позиции. Основные показатели, характеризующие состояние социальной сферы за 2010–2015 года и показатели, оказывающие на нее непосредственное влияние в КК представлены табл. 1.

Таблица 1. Основные показатели в социальной сфере

Показатели социальной сферы	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума, %	15,2	13,5	11,2	10,4	10,1	11,7
Децильный коэффициент доходов групп населения (ООН)	15,9	16,1	16,5	16,8	17	17,8
Суммарный коэффициент рождаемости	1,62	1,63	1,7	1,7	1,8	1,84
Коэффициент демографической нагрузки на 1000 чел. работающего населения	675	686	703	722	748	774
Численность населения на одного врача	238,5	238,5	244	243	248,4	250,1
Заболеваемость на 1000 человек населения	575,5	621,3	647	666	662,3	649,5
Численность населения на 1 больничную койку	104,1	122,4	120	120,7	122,6	132,2
Соотношение браков и разводов (на 1000 браков приходится разводов)	520	490	539	556	558	550
Число зарегистрированных преступлений на 100 тыс. человек населения	1239	1260	1262	1243	1195	1270
Выбросы загрязняющих веществ в атмосферный воздух, отходящих от стационарных источников, тыс. тон	139	161	216	205	189	191

В крае увеличивается заболеваемость на 1000 чел. населения, коэффициент демографической нагрузки на 1000 человек работающего населения, соотношение браков и разводов, число зарегистрированных преступлений, количество выбросов загрязняющих веществ в атмосферный воздух.

За анализируемый период с 2010–2015 г. суммарный коэффициент рождаемости, доля населения с доходами ниже прожиточного минимума, децильный коэффициент доходов групп населения в крае находились в зоне риска и не выходят из нее, причем социальное расслоение общества только усугубляется (с 15,9 в 2010 году до 17,8 в 2015 году, нормативное значение 7–9). В крае оказывается социальная поддержка отдельным категориям граждан по видам расходов: поддержка материнства и детства, поддержка пожилых граждан, поддержка инвалидов, помощь малоимущим гражданам, но она не способна сократить разрыв между самыми богатыми и самыми бедными категориями граждан края. Последствиями такого избыточного неравенства могут быть:

1. дифференциация в доступности здравоохранения, жилья. Она способна усугубить демографическую ситуацию, выражающуюся в депопуляции (суммарный коэффициент рождаемости к 2015 году поднялся до 1,84, а оптимальный уровень в 2,14 на данный момент пока недостижим), ухудшения здоровья, случаев распада семей, аборт, числа разводов.

2. дифференциация в доступности образования. Она может ухудшить качество предлагаемых ресурсов на рынке труда, негативно повлиять на показатели производительности и эффективности труда в экономике.

В общем виде социальное неравенство приводит к разрушительным эффектам:

- в социальной сфере провоцирует социальную напряженность, ограничивает возможности пользования «социальными лифтами» и способствует распространению социальных патологий в виде алкоголизма, наркомании, преступности.
- в экономической сфере неравенство приводит к сужению спроса, падению объема производства, невозможности реализации производственных возможностей (реальный ВВП ниже потенциального), может привести к проблемам с занятостью населения, которых сейчас не наблюдается, и нарастанию объемов теневой экономики.

В 2015 году показатель бедности, выраженный в доле населения с доходами ниже прожиточного минимума, увеличился на 1,6% (табл. 1), что совершенно не свидетельствует о благосостоянии членов общества и не благоприятствует созданию семей с полноценными возможностями ее обеспечения. Население, живущее на уровне бедности, сталкивается со снижением качества человеческого потенциала, нейропсихологической напряженностью. При фор-

мировании СЭБР необходимо учесть, что в современной России бедность характерна и для работающего населения. Таб. 2 отражает актуальные значения по минимальным

стандартам. С целью нежелательного разрастания инфляции МРОТ в 7800 рублей, подтягивается к прожиточному минимуму постепенно.

Таблица 2. Минимальные стандарты условий жизни КК в 2017 году

Минимальные стандарты условий жизни	Для трудоспособного населения	Для пенсионеров	Для детей
МРОТ (с 1.07.17)	7800	-	-
Прожиточный минимум к КК (в 2017 году)	10397	7982	9118

Важно пересмотреть механизм перераспределения доходов в системе «налогообложение — социальные льготы», с тем чтобы выровнять материальное положение доходных групп населения.

Несомненно, большую роль в обеспечении СЭБР играет бюджет. В социально-ориентированном бюджете края на 2017 год 96 % расходов (189,3 млрд руб.) распределено в рамках 27 государственных программ, причем на социальную сферу будет направлено более 70 % расходов бюджета края. Программы, действующие на территории края несомненно пытаются охватить весь спектр региональных проблем, но финансирования не всегда до-

статочно, чтобы завершить запланированные программы и подпрограммы. Наиболее оптимальным видится изменение подхода к региональному управлению, основываясь на системном подходе. Необходимо сформировать защитный механизм противодействия угрозам в виде существующих на постоянной основе институтов, мероприятий и программ в КК для улучшения социально-экономических позиций в КК с регулярным мониторингом состояния социально-экономической сферы. Сведем в табл. 3 актуальные институциональные, программные и аналитические меры обеспечения СЭБР в КК, проводимые администрацией края.

Таблица 3. Защитный механизм противодействия угрозам в виде существующих на регулярной основе институтов, мероприятий и программ в КК

Блок	Защитный механизм
Финансово-экономический	Создание отдела по развитию отраслей экономики и конкуренции; Мониторинг состояния рынков товаров и услуг, помощь кризисным предприятиям; Взаимодействие с местными властями по развитию отраслей и конкуренции; Консультации для малого бизнеса; Работа по устранению административных барьеров в регионе; Функционирование института независимой институциональной экспертизы (в случае принятия того или иного государственного акта или норматива);
Социально-трудовая сфера	Мониторинг системообразующих предприятий в крае, имеющих региональное значение и оказывающих существенное влияние на занятость населения и социальную стабильность Краснодарского края; Реализация плана мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности в КК;
Социальное самочувствие	Организация прозрачности в политике государственной власти: открытая публикация данных на официальных сайтах администрации края; Работа портала государственных услуг и предоставление услуг дистанционно; Реализация государственной программы «Обеспечение безопасности населения» по повышению пожарной безопасности, безопасности дорожного движения, профилактике терроризма.

Для предотвращения отклонения тенденций развития процессов в региональной системе СЭБ следует провести социально-экономическую диагностику края, алгоритм которой может быть представлен следующим образом:

1. Проведение оценки экономического потенциала региона;

2. Определение ключевых факторов социально-экономической сферы, основываясь на изучении факторов внутренней и внешней среды региона;

3. Определение взаимовлияния прямых, косвенных и производных факторов и построение когнитивной карты (модель взаимосвязи), анализ объективных причин риска и субъективных причин риска с учетом усиливающего эффекта, вызванного проявлением нескольких факторов риска (эффект негативного синергизма), определение зон оптимальности, опасности и угрозы по каждому индикатору.

Прямые угрозы — непосредственно причиняют ущерб здоровью и жизни населения, благосостоянию населения,

самодостаточности региона; косвенные факторы, способствуют возникновению негативных процессов, которые впоследствии причиняют ущерб территориальному образованию; производные — возникают в результате нецеленаправленного воздействия негативной активности, а как следствие в смежном секторе экономики [4, с. 183].

4. Просчет наступления возможных ситуаций нежелательного развития событий с исчислением величины ущерба с учетом рисков взаимодействия;

5. Выбор стратегии социально-экономического развития.

Результатом социально-экономической диагностики края должен стать паспорт безопасности края, который будет содержать полную информацию о состоянии хозяйственно-промышленного комплекса и социальной сферы, а также прогнозы угроз и рисков. В паспорте безопасности следует отражать динамику изменения угроз, текущий

и оптимальный уровень защищенности, а также программные меры обеспечения СЭБ, чтобы оптимально распределять финансовые средства. Это позволит реализовывать конкретные государственные программы, совершенствовать нормативную правовую базу обеспечения безопасности личности, общества, сформировать и обеспечить проведение единой политики органов государственной власти в регионе [2, с. 86].

В целом, механизм обеспечения СЭБ должен предусматривать возможности реализации двух задач: первой- прогнозно-аналитической задачи, которая направлена на предупреждение критического уровня социально-экономических компонент и второй, связанной с реализацией мер, направленных на недопущение наступления кризиса и на преодоление критического порога. Такой механизм позволит системе повысить уровень СЭБ и устойчивости в региональной системе.

Литература:

1. Багомедов М. А. Социально-экономическая депрессивность южных регионов и угрозы развитию России // Региональные проблемы преобразования экономики. 2009. № 4. С. 288—300.
2. Даримчари М. Р. Социально-экономическое развитие Ростовской области: проблемы устойчивости и безопасности // Экономические и гуманитарные исследования регионов. 2013. № 1. С. 83—86.
3. Еремеев Л. М. Проблемы управления социально-экономической безопасностью региона // Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2012. Т. 7. № 4 (26). С. 29—32.
4. Самойлова Л. К. Классификация угроз социально-экономического характера в целях выявления уровня безопасности региона // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2013. № 3 (41). С. 181—184.

Вступление в Евразийский экономический союз: влияет ли это на экономическое развитие стран-участниц?

Демина Валерия Александровна, магистрант
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

В общем смысле любой экономический союз подразумевает под собой один из видов экономической интеграции государств, имеющий определенные признаки: отмена таможенных пошлин в торговле между странами союза, форма коллективного протекционизма от третьих стран; наличие соглашений о свободе передвижения других факторов производства, т. е. финансового и человеческого капитала; наличие соглашений о гармонизации фискальной и монетарной политики.

Евразийский экономический союз был создан на базе Таможенного союза Евразийского экономического сообщества между Россией, Беларусью и Казахстаном для укрепления экономик стран-участниц, распад хозяйственных и экономических связей которых произошел при их выходе из СССР, и «сближения друг с другом», а также для модернизации и повышения конкурентоспособности стран-участ-

ниц на мировом рынке, увеличения спроса и конкурентоспособности производимых на данных территориях товаров для их массового потребления внутри ЕАЭС. Договор о создании ЕАЭС был подписан 29 мая 2014 года в Астане и вступил в силу с 01 января 2015 года [1].

В настоящий момент в состав ЕАЭС входят: Армения, Беларусь, Казахстан, Киргизия и Россия [3]. По словам В. В. Путина: «Евразийский союз открыт для работы со всеми нашими соседями, и в рамках СНГ открыт для наших партнеров и на востоке, и на западе» (выдержка из сообщения от 23.12.2014). Приоритетными направлениями развития отношений является проведение скоординированной политики в сельском хозяйстве, промышленности, транспорте и энергетике.

В связи с введением экономических санкций в отношении Российской Федерации, продовольственного эмбарго,

ужесточением контроля на таможенных постах при пересечении грузов с продовольственными товарами, вопрос влияния вступления в ЕАЭС на экономику всех стран-участниц является наиболее актуальным.

Макроэкономический эффект от интеграции стран в ЕАЭС создается за счет: снижения цен на товары, благодаря уменьшению издержек перевозки сырья или экспорта готовой продукции; стимулирование «здоровой» конкуренции на общем рынке ЕАЭС а счет равного уровня экономического развития; наращивания производства, благодаря увеличению спроса на товары; повышения окупаемости новых технологий и товаров благодаря увеличенному объему рынка; снижения уровня безработицы

благодаря созданию новых рабочих мест; улучшения социальной и демографической политики за счет роста благосостояния населения стран-участниц ЕАЭС; сокращения государственных комитетов в поддерживаемых отраслях экономики за счет создания межгосударственных органов по координации и взаимодействию экономических субъектов в данных отраслях.

Но только ли положительный экономический эффект создается от интеграции стран в ЕАЭС?

Прежде всего, чтобы ответить на поставленный вопрос, необходимо оценить страны-участницы ЕАЭС с точки зрения легкости ведения бизнеса в соответствии с мировыми критериями Doing Business 2015–2016 гг. (таблица 1) [2].

Таблица 1. Оценка стран ЕАЭС по Doing Business за 2015–2016 гг.

	2015 год					2016 год				
	Армения	Белоруссия	Казахстан	Киргизия	Россия	Армения	Белоруссия	Казахстан	Киргизия	Россия
Рейтинг легкость ведения бизнеса	38	43	53	67	54	35	44	41	67	51
Регистрация предприятий	3	39	53	28	34	5	12	21	35	41
Получение разрешений на строительство	72	34	100	20	117	62	34	92	20	119
Подключение к системе электроснабжения	96	85	68	161	53	99	89	71	160	29
Регистрация собственности	14	6	25	7	8	14	7	19	6	8
Получение кредитов	36	105	71	36	61	42	109	70	28	42
Защита миноритарных инвесторов	46	54	64	33	64	49	57	25	36	66
Налогообложение	41	60	17	136	50	41	63	18	138	47
Международная торговля	58	25	121	82	169	29	25	122	83	170
Обеспечение исполнения контрактов	36	29	14	136	5	28	29	9	137	5
Разрешение неплатежеспособности	69	68	83	126	51	71	69	47	126	51

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод о том, что по показателю легкости ведения бизнеса страны-участницы Евразийского экономического союза находятся примерно на одинаковом уровне, однако, лучше всего данный показатель у Республики Армения, что связано с простотой регистрации предприятий и собственности на территории данного государства.

Республика Беларусь характеризуется практически невозможностью кредитования бизнеса со стороны коммерческих банков из-за государственной системы финансирования промышленных предприятий, отсутствия поддержки частного бизнеса и активного участия государственных регуляторов (банки, налоговая служба, контролирующие органы) в предпринимательской деятельности. Государство и банковская система полностью контролирует все финансовые потоки коммерческих предприятий и ограничивает свободу их использования действующим законодательством.

Республика Казахстан имеет приоритеты в области защиты прав миноритарных инвесторов, а также имеет гибкую систему налогообложения.

Наименее экономически развитой среди стран-участниц ЕАЭС является Республика Кыргызстан, которая наряду с легкостью регистрации собственности и получения разрешений на строительство промышленных объектов, при отсутствии развитой энергетической отрасли, создает проблемы при подключении коммерческих предприятий к системе энергоснабжения, имеет высокие ставки налогов, слабое обеспечение исполнения контрактов и защиту инвесторов при разрешении вопросов неплатежеспособности.

Россия характеризуется наилучшим показателем по обеспечению исполнения контрактов, что связано с жесткой финансовой дисциплиной и развитой системой арбитражных судов, надежно защищающих права хозяйствующих субъектов. Кроме того, учитывая развитую систему энергетики, наличие свободных мощностей во многих субъектах федерации, Россия имеет лучший показатель по возможности подключения к системе электроснабжения, что позволяет организовывать энергоёмкие предприятия со значительным объемом финансовых инвестиций. Не-

обходимо отметить, что показатель международной торговли можно охарактеризовать как негативный, что связано с введением санкций и продовольственного эмбарго, взаимоотношений со странами Европы, Турции, являющихся основными поставщиками продовольственных товаров до начала импортозамещения на территории стран-участниц ЕАЭС.

Для защиты экономических интересов государств-участниц ЕАЭС от недобросовестной конкуренции и пресечения потока товаров, запрещенных к ввозу на территорию России из санкционных стран через сопредельные государства, в которых данные санкции не применяются, было принято решение об усилении таможенного, паспортного, фитосанитарного и ветеринарного контроля на таможенных постах данных государств. Необходимо обратить внимание на то, что таможенный контроль и таможенное оформление товаров на пограничных постах внутри ЕАЭС практически отменен, что является поводом для злоупотребления отдельными предприятиями полученных преференций.

Для оценки влияния вступления стран в Евразийский экономический союз на их экономическое развитие необходимо провести исследование приоритетных направлений в деятельности каждого государства-члена ЕАЭС и их прогнозных показателей.

Республика Армения.

Ухудшение ценовых условий, усиление рецессии в странах — торговых партнерах и снижение денежных переводов продолжают оказывать негативное воздействие на экономический рост республики Армения.

Несмотря на рост реальных заработных плат в государственном и частном секторе, рецессия в Российской Федерации будет сдерживать потребительский спрос ввиду сокращения факторных доходов и денежных переводов, а также сохранения на высоком уровне безработицы. Немаловажным является и тот факт, что динамика потребительских цен находится под влиянием продолжительного падения цен на энергоносители и продовольственные товары, а также укрепления реального эффективного обменного курса.

Республика Беларусь.

Сокращение экономического роста в республике Беларусь в 2015–2016 гг. проходило на фоне значительного падения спроса со стороны стран — основных торговых партнеров и отсутствия возможности реализации экспансионистской макроэкономической политики фискальными и монетарными органами. На данный момент Беларусь характеризуется замедлением инфляционных процессов, что стало результатом ужесточения денежно-кредитной и бюджетно-налоговой политики, сокращения квазифискальных операций. Сохранение высоких в реальном выражении процентных ставок по кредитам оказывает ограничивающее влияние на инвестиции и спрос со стороны домашних хозяйств. Это сдерживает возможности роста бюджетных доходов, и, ввиду ограниченных возможностей по заимствованию на внутреннем и внешнем рынках, не по-

зволяет увеличить расходную часть бюджета для стимулирования экономики.

Республика Казахстан.

В 2015 году рост экономики Казахстана замедлился вследствие ухудшения условий торговли, продолжения падения цен на нефть и металлы, снижения внешнего и более медленного роста внутреннего спроса в результате ужесточения финансовых условий и сокращения потребительского кредитования. В 2017–2018 годах на фоне восстановления внешнего спроса со стороны России и Евросоюза, постепенного роста нефтяных цен, а также начала эксплуатации шельфового нефтегазового месторождения в Каспийском море ожидается положительный рост экспорта и частного потребления. Реализация государственных проектов поддержки инвестиций в инфраструктурные проекты, программы индустриально-инновационного развития на 2015–2019 годы будут способствовать ускорению потенциального роста выпуска. В то же время вероятное нахождение нефтяных цен на уровне 30–50 долл./барр. в течение продолжительного периода ограничит возможности бюджетно-налоговой политики по стимулированию. Внутреннего спроса. В этих условиях в среднесрочном периоде ожидается усиление бюджетной консолидации, а среднегодовой прирост ВВП в 2017–2018 годах прогнозируется на уровне 1,8–1,9%. Сохранение отрицательного разрыва выпуска, относительно низких цен на продовольствие на мировых рынках, а также стабилизация валютного курса будут способствовать снижению инфляции и ее нахождению в 2017–2018 годах в границах 6,0–6,2%.

Кыргызская Республика.

В 2015 году экономика Кыргызстана столкнулась с существенным ухудшением внешнего спроса: замедлением роста в Китае и Казахстане, рецессией в России — странах, на которые приходится основная доля экспорта без учета золота. Негативная динамика выпуска в России и обесценение российского рубля привели к падению поступлений денежных переводов в долларах США в 2015 году на 25,8%, что способствовало сжатию частного потребления и инвестиций, замедлению роста строительной отрасли — одного из основных источников несырьевого роста в 2012–2014 гг. Снижению курсов валют основных торговых партнеров, а также сокращение объемов добываемого золота и падение его цены обусловили обесценение сома в 2015 году почти на 30% по отношению к доллару США.

После ратификации Договора о присоединении Кыргызской Республики к ЕАЭС в августе 2015 года наблюдался прирост числа мигрантов на 6,7% (с августа 2015 года по январь 2016 года). Одновременно наблюдалось сокращение числа безработных в экономике.

Российская Федерация.

В течение 2015 года, а также в начале 2016 года негативные тенденции в экономике России, усилившиеся на фоне резкого падения цен на нефть и продления режима санкций и ответных контрсанкций, несколько ослабили, а экономика постепенно смогла адаптироваться к новым

экономическим условиям. Вместе с тем, внутренний спрос остается слабым. Отражая как сокращение реальных доходов домашних хозяйств, так и инвестиций частного сектора.

Среди факторов, формирующих слабое восстановление внутреннего спроса, остаются негативные ожидания инвесторов, связанные как с действием секторальных санкций, так и с сохранением на низком уровне потребительской и предпринимательской уверенности.

В целях поддержки уровня жизни населения и ключевых секторов экономики для выхода на траекторию устойчивого экономического роста Правительство РФ приняло программу антикризисных мер. Ключевым направлением, которой является поддержка российского производителя, особенно в сфере сельского хозяйства.

Постепенное смягчение кредитных условий в результате расширения операций бюджетного сектора при сохранении неизменной ключевой ставки Банка России способствовало снижению внутренних макроэкономических рисков, постепенному восстановлению кредитной активности банковского сектора. При поддержании в 2017–2018 гг. действующей направленности монетарной политики ожидается снижение инфляции до 6,2% в 2017 году и 4,5% в 2018 году.

Таким образом, формирование Евразийского экономического союза положительно сказалось на эконо-

миках стран его участниц. Отмена таможенного контроля на пограничных пунктах и проведения досмотра перемещаемого через границу товара позволили обеспечить свободное передвижение сельскохозяйственной и промышленной продукции, ускорить сроки доставки товара, создать свободную конкуренцию и расширить ассортимент продуктов на внутренних рынках каждой из стран-участниц.

Учитывая значительный потенциал Российской Федерации, страны-участницы Евразийского экономического союза получили доступ к финансовым ресурсам российских банков через предприятия-партнеры, что не только позволяет поддерживать развитие предпринимательской деятельности в различных отраслях экономики, но и стабилизировать инфляцию, создать дополнительные рабочие места и обеспечить дополнительные социальные гарантии трудящемуся населению.

Отмена внутренних границ, взаимодействие в военной сфере, а также по линии специальных служб позволили перенаправить сотрудников органов внутренних дел и военнослужащих, для координации взаимодействия стран-участниц Евразийского экономического союза на усиление защиты внешних границ и борьбу с террористической угрозой, которая стала активно проявлять себя в последнее время.

Литература:

1. Евразийский экономический союз (ЕАЭС) // Мировая экономика. URL: www.ereport.ru/articles/ecunions/eaeu.htm (дата обращения: 10.04.2017).
2. Оценка бизнес регулирования // Всемирный банк. URL: <http://russian.doingbusiness.org/> (дата обращения: 10.04.2017).
3. Евразийский экономический союз (ЕАЭС) // Евразийский экономический союз (ЕАЭС). URL: <http://www.eaeunion.org/#resources> (дата обращения: 12.04.2017).

Этапы планирования и разработки инвестиционной стратегии компании

Дорохов Святослав Егорович, магистрант
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Инвестиционная стратегия рассматривается как функциональная составляющая компании. Рассмотрены основные задачи разработки и моделирования инвестиционной стратегии. Выделены основные этапы процесса планирования и разработки инвестиционной стратегии компании.

Ключевые слова: инвестиционная стратегия, инвестиции, инновационный проект, оценка эффективности, инвестиционная программа

В современном мире вопросы, которые связаны с инвестиционной деятельностью, становятся достаточно актуальными. Повышение уровня конкурентоспособности российских компаний на мировом рынке требует больших финансовых вложений. В период существования командно-административной системы, деятельность всех предприятий была строго регламентирована государством. После

перехода к рыночной системы, инвестиционная составляющая стала одной из важнейших для бизнеса и государства. Она обеспечивает главные направления развития в области инвестиционной деятельности и инвестиционных взаимоотношений через формирование долгосрочных инвестиционных программ, подбор наиболее эффективных путей их реализации, своевременной корректировки на этапе по-

иска, формирования и использования инвестиций в условиях изменения внешней среды. В системе управления выделяют 3 основных вида:

- стратегии различных хозяйствующих формирований;
- функциональные стратегии;
- корпоративные стратегии;

Функциональные стратегии компании формируются в зависимости от основных видов деятельности учитывая важнейшие функциональные подразделения компании. Функциональная стратегия направлена на построение детализированного варианта корпоративной стратегии и реализацию ее основных задач, а также на ресурсное обеспечение развития отдельных хозяйствующих формирований.

Инвестиционная стратегия является подвидом одной из функциональных стратегий компании. Рассматривая с позиции стратегического управления, она обладает следующими характеристиками:

- задействует основные направления развития инвестиционных отношений и инвестиционной деятельности компании;
- формирует специальные инвестиционные цели в рамках долгосрочного развития компании;
- обладает механизмом, сигнализирующем об изменяющихся условиях внешней среды в процессе реализации инвестиционного развития компании, а также позволяет своевременно реагировать на них;
- обозначает конкретные направления, через которые будут формироваться и использоваться инвестиционные ресурсы компании.

Помимо всего вышеизложенного, исследователи утверждают, что инвестиционная стратегия должна обладать следующими составляющими: стратегией реального инвестирования компании (обозначение общих направлений инвестирования компании в стратегическом охвате), стратегией финансового инвестирования компании (разработка и создание портфеля финансовых инвестиций определенного типа), стратегией, позволяющей сформировать инвестиционные ресурсы предприятия (снабжение инвестиционной программы компании финансовыми источниками в будущих периодах), стратегией, которая позволит повысить уровень качества управления процессом инвестирования [1].

Разработка и моделирование инвестиционной стратегии играет одну из основных ролей в обеспечении эффективного развития компании, особенно в долгосрочном периоде. Данная роль заключается в следующих задачах:

- позволяет сформировать механизм реализации инвестиционных целей компании, в экономическом и социальном пространстве развития бизнеса как целой структуры, так и его отдельных элементов;
- оценить инвестиционный потенциал компании и достигнуть максимального уровня использования инвестиционных возможностей;
- осуществлять динамичное маневрирование ресурсами с помощью различных финансовых инструментов;

- обеспечивает быструю реализацию в перспективных направлениях инвестиционной деятельности, которые возникают под динамическим изменением факторов и условий во внешней среде;
- выявить преимущества компании в реализации инвестиционной программы, сопоставляя ее параметры с параметрами конкурентов;
- обеспечить четкое взаимодействие оперативного, текущего, а также перспективного управления процессом инвестирования в компании;
- сформировать основную базу критериев для выбора инвестиционных решений, отвечающих поставленным задачам.

Текущую оценку показателей экономической эффективности инвестиционной стратегии компании необходимо осуществлять, на основании составленных прогнозных расчетов, системы базовых инвестиционных коэффициентов, а также заданных целевых стратегических показателей, которые сопоставляются с базовым уровнем (уровень показателей на момент запуска программы) и полученными результатами реализации программы [2].

Разработка эффективной инвестиционной стратегии компании, может позволить рациональное использование инвестиционными ресурсами, и в дальнейшем позволит повысить эффективность деятельности компании.

Процесс планирования и разработки инвестиционной стратегии компании осуществляется в соответствие со следующими этапами:

1) Обозначение совокупного периода формирования инвестиционной стратегии компании. Данный период зависит от определенных условий, одним из главных условий обозначения границ периода является продолжительность срока, который принят в рамках формирования глобальной стратегии развития компании, в следствие того, что инвестиционная стратегия является одним из направлений реализации глобальной стратегии и соответственно не может превышать ее временной период.

2) Проведение исследования различных факторов внешнего инвестиционного климата и сложившейся среды, а также конъюнктуры инвестиционного рынка. Данное исследование предопределяет изучение экономических факторов и правового поля инвестиционной деятельности компании и возможных изменений в прогнозном периоде [3]. При разработке инвестиционной стратегии на данном этапе анализируются определяющие факторы, конъюнктура инвестиционного рынка, и строится прогноз на перспективу с учетом определенных условий рынка, которые связаны с разрабатываемой инвестиционной программой компании.

3) Оценить сильные и слабые стороны компании, которые определяют особенности его инвестиционного развития. В процессе проведения оценки требуется установить наличием достаточного потенциала у компании, для того чтобы использовать потенциальные инвестиционные возможности, и набор внутренних характеристик, которые могут ослабить эффективность инвестиционной программы.

При разработке инвестиционной стратегии в зону ответственности управленческого обследования рекомендуется включать данные функциональные области:

1. Маркетинговый потенциал расширения, используемого рынка и диверсификации операционной деятельности;

2. Финансовые источники формирования ресурсов для инвестиций;

3. Численность и квалификацию сотрудников, которые обеспечивают разработку и реализацию инвестиционной политики;

4. Информационная база компании, которая обеспечивает подготовку альтернативных решений в области инвестиционного планирования;

5. Состояний инвестиционной культуры и организационной структуры компании.

4) Сформировать стратегические цели инвестиционной деятельности компании. Основной целью инвестиционной деятельности является повышение эффективности компании, уровня благосостояния ее собственников, а также максимизация рыночной стоимости. Формирование цели требует конкретного обозначения с учетом ожидаемых результатов, поставленных задач и путей их решения в процессе реализации инвестиционной программы компании. Развитие системы стратегических целей должно обеспечить следующее:

- возможность выбора одного наиболее эффективного направления финансового и реального инвестирования;
- сформировать достаточный объем инвестиционных ресурсов и оптимизировать их состав;
- обеспечить приемлемость уровня инвестиционного риска в процессе реализации будущей хозяйственной и инвестиционной деятельности.

5) Провести анализ стратегических вариантов и выбор стратегического направления и формы инвестиционного развития. Данный этап разработки инвестиционной политики является одним из основных, и включает в себя поиск альтернативных решений в рамках поставленных инвестиционных целей, проведение соответствующей оценки с позиции внешней среды, рисков, инвестиционного потенциала компании и отбор самых эффективных [4].

6) Выявить стратегические источники формирования инвестиционных ресурсов. Данный этап разработки инвестиционной политики включает:

- построения прогноза общего объема необходимых инвестиционных ресурсов, которые обеспечат реализацию стратегического направления, а также форм финансовых и реальных инвестиций;
- дифференциацию потребности в инвестиционных ресурсах на отдельных этапах инвестиционной программы;
- оптимизацию структуры источников формирования инвестиций, которые обеспечат финансовое равновесие компании в процессе ее развития.

7) Сформировать инвестиционную политику по основным направлениям инвестиционной деятельности. Дан-

ный этап формирования позволит обеспечить интеграцию направлений и целей инвестиционной деятельности компании с основными механизмами и инструментами их реализации в прогнозируемом периоде. Инвестиционная политика является формой реализации части глобальной и инвестиционной стратегий с учетом наиболее важных позиций инвестиционной деятельности по отдельным этапам ее реализации.

8) Разработать систему организационно-экономических мероприятий, которые обеспечат реализацию инвестиционной деятельности. Система этих мероприятий позволяет следующее:

- сформировать новые подразделения и организационные структуры в компании по управлению инвестиционной деятельностью;
- создать инвестиционные центры различных типов с набором определенных функций;
- внедрить новые принципы инвестиционной культуры в компанию;
- создать эффективную систему стратегического инвестиционного контроллинга и операционного планирования.

9) Оценить результативность сформированной инвестиционной стратегии через набор параметров. Этап оценки является заключительным в процессе разработки инвестиционной стратегии. Оценку необходимо проводить по системе специальных внеэкономических и экономических критериев, которые устанавливаются компанией.

На конечном этапе формирования стратегии компании необходимо дать ответы на три вопроса:

1. В каких направлениях хозяйственной деятельности необходимо развиваться.
2. Какими потребностями в капиталовложениях компания обладает и какие имеет на текущий момент.
3. Какова вероятность и уровень возможной отдачи от деятельности по выбранным направлениям развития.

На текущий момент И. Ансоффым, американским математиком и экономистом, выделяется несколько отличительных особенностей стратегии как структурного элемента:

1. Процесс разработки стратегии не заканчивается конкретным действием. Зачастую окончание этого процесса сопровождается установлением общего направления, продвижение по которому должно обеспечить рост и укрепление позиций компании.

2. Сформированная стратегия необходимо использовать для методов поиска и разработки стратегических проектов. Стратегия позволяет сосредоточить ресурсы на конкретных зонах или потенциальных возможностях, а также исключить прочие возможности, которые не могут быть с ней совместимы, таким образом выполняя роль в осуществлении поиска как инструмента.

3. Необходимость в разработанной стратегии отпадает, по мере достижения компанией необходимых результатов, что сформулирует новые потребности и задачи для которых потребуются разработка новой стратегии.

4. На этапе формирования стратегии невозможно точно спрогнозировать все возможности, которые могут открыться при планировании и реализации конкретных проектов. В следствие этого приводится достаточно обобщенная, неполная и неточная информация о наборе альтернатив.

5. В условиях появления более точной информации возможно внесение корректировок или же появление потребности в формировании альтернативной стратегии. Для этого организовывается форма обратной связи, которая позволяет обеспечить своевременное поступление сигнала и запустить процесс разработки альтернативной стратегии [5].

Инвестиционная стратегия является одним из определяющих элементов эффективного и успешного развития компании. Роль инвестиционной стратегии в процессе развития компании определяет долгосрочные цели направления развития, устанавливает набор задач для их достижения, позволяет оценить реальный потенциал и перспективы компании, а также использовать существующую модель бизнеса более эффективно, учитывая влияние внешних факторов на инвестиционную программу. Создание инвестиционной стратегии позволяет привлечь внимания потенциальных инвесторов.

Литература:

1. Идрисов А. Б., Картышев С. В., Постников А. В. Стратегическое планирование и анализ эффективности инвестиций. — Информационно-издательский дом «Филинь», 2006. — 272 с.
2. Попков В. П., Семенов В. П. Организация и финансирование инвестиций. — СПб: Питер, 2006. — 224 с.
3. Бланк И. А. Финансовый менеджмент. — 2-е изд. — Ника-Центр, 2007. — 521 с.
4. Лашманова Н. А., Намятова Л. Е. Инвестиционная составляющая экономической политики государства. — Диспут-плюс, 2012. — 429 с.
5. Баранов В. В., Зайцев А. В., Карпова В. Б. Управление проектами в инновационной сфере. — Альпина Паблишер, 2014. — 108 с.

Проблема реализации и внедрения MRP-систем на современном промышленном предприятии

Калентьева Юлия Николаевна, студент

Мытищинский филиал Московского государственного технического университета имени Н. Э. Баумана

На сегодняшний день, для успешного функционирования любого промышленного предприятия, повышения его эффективности и конкурентоспособности, руководству компании необходимо обратить внимание на структуру и систему управления деятельностью фирмы. В связи с чем, остается актуальной проблема, связанная с рациональным планированием необходимого уровня материальных потребностей и ресурсов предприятия, и как результат повышением качества выпускаемой продукции. Решением данной задачи выступает грамотная оценка специфики предприятия, а впоследствии выбор, внедрение и модификация MRP* системы на предприятии, которая призвана обеспечить бесперебойную работу заданной программы производства.

Системы MRP относятся, прежде всего, к базовым внутрипроизводственным микрологистическим системам на основе RP (планирование потребностей и ресурсов) концепции. MRP система — это логистическая система управления на предприятии, обеспечивающая разработку

и адаптацию планов, с целью оптимизации процесса планирования потребности в материалах, а также организации и последующего регулирования необходимых поставок в производственный процесс, с помощью метода контроля запасов и анализа специфики производства предприятия в целом. Сущность такой микрологистической системы заключается в своевременном выявлении информации об имеющихся на производстве (складах и других местах хранения) материалах, организации плана производства, а также расчета предстоящего плана закупок необходимых компонентов, с учетом различных факторов и критериев.

К первоочередным аспектам, непосредственно влияющим на организацию и внедрение системы планирования материальных потребностей, относятся следующие элементы:

- финансовое состояние и масштабность предприятия;
- планируемый объем выпускаемой продукции;
- прогнозирование спроса на выпускаемую в продажу продукцию;
- планируемые сроки реализации готовых изделий;
- технологические особенности производства;
- спецификация выпускаемых изделий;

* Англ. Material Requirements Planning — планирование потребности в материалах [4]

— информация о наличии/отсутствии необходимых компонентов для реализации процесса производства каждого изделия.

Приведенная выше номенклатура факторов не обязательно ограничивается данным перечнем, ведь в зависимости от типа предприятия, его структуры и типа производства, ситуации на рынке, поведения предприятий-конкурентов и т.д., этот список может пополняться и другими немаловажными элементами, которые, также, в значительной степени, влияют на процесс разработки MRP системы для предприятия.

Система управления потребности в ресурсах — это обеспечение гарантии фактического наличия необходимого количества требуемых материалов в любой момент времени в рамках срока планирования, наряду с возможным уменьшением постоянных запасов. Данный вид систем может оперировать широкой номенклатурой необходимых материалов, а также активно применяться при работе с материалами, компонентами, полуфабрикатами и их частями.

Непосредственно сам процесс и принцип работы любой MRP системы, состоит из нескольких этапов [5], основные аспекты и характеристики которых наглядно представлены в следующей таблице (Табл. 1).

Таблица 1. Механизм действия MRP систем

Этапы работы и их характеристика		
<i>Этап функционирования</i>		<i>Сущность</i>
1.	Расчет полной потребности в материалах и компонентах	На заранее планируемые отрезки времени, в течение которых будет происходить этап производства, рассчитывается полная потребность в необходимых материалах. Полученные результаты должны максимально достоверно отражать потребность в каждом виде материала в любой рассматриваемый промежуток времени.
2.	Расчет чистой потребности в материалах и компонентах	На данном этапе рассчитывается то количество необходимых для производства продукции материалов, которое нужно заказать/произвести в любой рассматриваемый промежуток времени.
Итоговые результаты и их характеристика		
<i>Результат</i>		<i>Сущность</i>
1.	<i>Первичные отчеты</i>	План заказов (<i>Planned Order Schedule</i>)
2.		Изменения к плану заказов (<i>Changes in planned orders</i>)
3.	<i>Вторичные отчеты</i>	Отчет о прогнозах
4.		Исполнительный отчет
5.		Отчет о задержках
		На основе полученных ранее данных о наличии, отсутствии, заказе или производстве необходимых материалов и компонентов разрабатывается план заказов на требуемые материалы, исходя из которого, при необходимости корректируется ранее спрогнозированный план производства.
		Преобразование и корректировка ранее спрогнозированного плана заказа необходимых материалов и компонентов производства.
		Полученная в результате предыдущих этапов информация, на основе которой проводится анализ, оценка, а также дальнейшее прогнозирование с учетом выявленных факторов и недочетов.
		Анализ и оценка правильности и корректности выполнения работы всех операций, а также выявление сбоев выбранной системы.
		Выявление и анализ данных и факторов, в результате которых был получен отрицательный или негативный эффект, которые в будущем могут повлиять на дальнейшую результативность работы MRP системы.

В результате, исходя из представленных данных, прослеживаются следующие преимущества MRP систем:

- предоставление информации о состоянии (наличии или отсутствии) необходимых элементов в любой конкретный момент времени;
- сокращение временных задержек и как результат увеличение выпуска конечной продукции, без влияния таких факторов как количество рабочих мест, выработка и нагрузка на используемое оборудование;
- уменьшение вероятности производства бракованных изделий, как результат грамотного плани-

рования закупок необходимых для производства комплектующих;

- разработка взаимосвязанной упорядоченной системы производства.

Однако в концепции MRP систем есть и серьезные недостатки, которые в своей сущности и являются главными причинами и источниками проблем в реализации и внедрении MRP систем на современном промышленном предприятии. Потому что, как правило, в процессе расчета потребности в необходимых для производства материалах и компонентах, руководством компании не учитываются такие критерии как:

- производственные мощности предприятия, а также их загрузка;
- стоимость рабочей силы;
- объём предварительных расчетов;
- отсутствие у MRP систем чувствительности к любым изменениям спроса;
- габариты и сложность разрабатываемой системы.

В целом, качественно проработанная, с технической точки зрения, система планирования материальных затрат и ресурсов на основе MRP — это достаточно эффективный способ управления производственной жизнью промышленного предприятия. Но, тем не менее, с практической точки зрения, при внедрении и использовании такого рода систем, зачастую, у современных компаний возникают проблемы, в результате чего инсталляция MRP систем заканчивается неудачей. Данная проблема, в большей степени, определяется организационными и поведенческими критериями непосредственно самого предприятия. Ведь большинство компаний рассматривают систему планирования потребности в ресурсах как отдельную самостоятельную производственную систему, не требующую вмешательства и постоянного контроля, что является ошибочным, потому что MRP система, это в первую очередь система планирования, которая используется для разработки календарных планов и по своей сущности является неким аналогом бизнес-плана производства промышленного предприятия. Также, зачастую, руководство фирмы игнорирует факт того, что MRP система — это программное обеспечение, которое требует определенных знаний и навыков, а также повышенной точности и внимания, и полной модернизации стиля работы фирмы. Кроме того, за счет фактора масштабности внедряемой MRP системы, при ее использовании, необходимо своевременно и неоднократно вносить коррективы во все производственные графики для всех технологических стадий одновременно и на протяжении всего периода, что фактически является весьма проблематичным.

И даже несмотря на то, что большинство компаний в серьез рассматривают переход на MRP системы планирования материальных ресурсов, на сегодняшний день внедрение данного вида планирования является достаточно затруднительным, в силу многих факторов. Выбор конкретно

этой системы влечет за собой необходимость тотального изменения непосредственно самой концепции управления компанией, ее полного переустройства и модернизации, а также внедрения новой системы функционирования предприятия.

Для успешного внедрения MRP систем, и как результат максимальной оптимизации всего производственного процесса предприятия, необходимо:

- четкое понимание и увязывание приоритетных стратегических и тактических целей компании, а также наличие предварительных расчетных показателей предприятия;
- внедрение MRP систем имеет комплексный характер изменений, т. е. необходимо участие всех элементов и уровней управления предприятием, должно быть обеспечено активное участие и взаимодействие, как административно-управленческого состава, так и всего рабочего персонала;
- прогнозирование и управление возможными негативными последствиями предполагаемых изменений, а также обеспечение максимальной скорости выявления и предупреждения таковых;
- обучение и повышение квалификации всего персонала предприятия.

В результате, стоит отметить, что в целом MRP система, это эффективный инструмент модернизации, как производственного процесса предприятия, так и всей системы управления в совокупности. Данный вид систем призван обеспечить бесперебойную работу производства, с помощью грамотного планирования потребности в материалах, а также организации и последующего регулирования необходимых поставок в производственный процесс. При этом, необходимо учитывать, что MRP система — это достаточно требовательный инструмент и любое некорректное действие ставит под угрозу весь процесс внедрения и реализации в функционирование действующего предприятия. При грамотном подходе к реализации эффективного внедрения MRP системы, несмотря на большие финансовые затраты и все факторы и условия, выполнение которых требуют данные системы, успешное внедрение будет способствовать оптимизации всего производственного процесса и станет главным критерием выхода компании на новый уровень эффективности и функционирования.

Литература:

1. Исаев Г.Н. Информационные системы в экономике. — 7-е изд. — : Омега-Л, 2015. — 462 с.
2. Титоренко Г.А. Информационные системы в экономике. — 2-е изд. — : ЮНИТИ-ДАНА, 2008. — 463 с.
3. Трофимов В.В. Информационные системы и технологии в экономике и управлении. — 4-е изд. — : Гриф УМО, 2013. — 542 с.
4. MRP // Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/MRP> (дата обращения: 25.04.2017).
5. Система MRP // Grandars. URL: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/sistema-mrp.html> (дата обращения: 25.04.2017).

Состояние и пути развития швейной промышленности в России

Косенок Мария Андреевна, преподаватель;

Великий Игорь Алексеевич, студент

Дальневосточный государственный университет путей сообщения (г. Хабаровск)

Развитие швейной промышленности на сегодняшний день происходит под сильным влиянием новых технологий. При этом в жестких условиях рыночной экономики поддерживать спрос на свою продукцию удается лишь тем игрокам, которые предлагают не просто качественные, но и оригинальные в эстетическом и дизайнерском плане изделия.

В настоящее время, мелкие и крупные предприятия уделяют все большее внимание логистической оптимизации, то есть ведется поиск наиболее выгодных и экономически менее затратных путей потока материальных ресурсов.

Конечно, швейная промышленность в России за последние годы продвинулась и в технологическом обеспечении. Но, в отличие от зарубежных производителей, те же автоматизированные и роботизированные линии чаще используются на конвейерах крупных предприятий, изготавливающих типовые изделия. [1]

В рамках проекта «Гражданский календарь импортозамещения» был проведен опрос покупателей на тему выбора одежды. В общероссийском опросе приняли участие

1500 человек в возрасте от 18 до 60 лет. Его результаты подтвердили, что российские марки имеют своего потребителя. По ряду характеристик россияне ценят отечественную одежду выше импортных аналогов.

«... опрос показывает, что ситуация далеко не плачевная, оценки удовлетворенности достаточно высокие и по многим параметрам конкурентны импортной одежде...», — отмечает положительную динамику директор Центра ОНФ по мониторингу технологической модернизации Анна Заборенко.

Выяснилось, что россияне ценят отечественного производителя за комфорт при носке, практичность, функциональность и износоустойчивость. [2]

По словам экспертов, опрошенных «Российской газетой», наша продукция уже отвоевала позиции у китайских товаров. Однако все еще уступает одежде и обуви из Европы. [3]

На следующем графике показана динамика производства продукции текстильного и швейного производства в России за период с 2010 по 2015 гг.

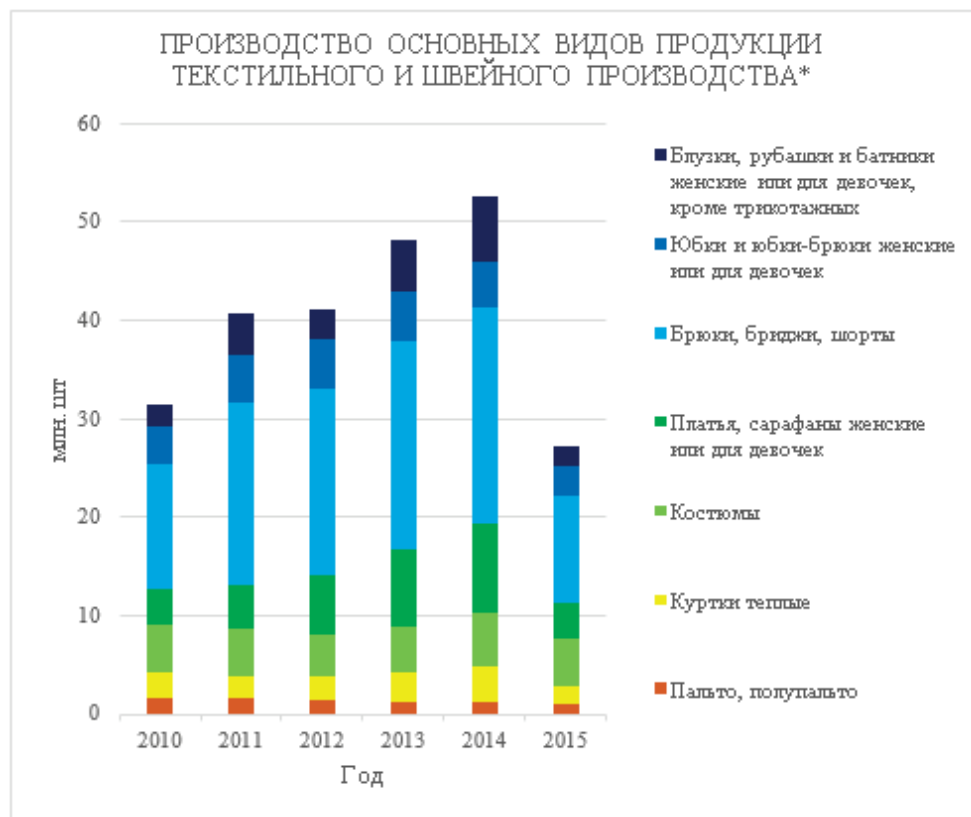


Рис. 1. *Госкомстат [4]

Можно отметить, что до 2014 года наблюдался умеренный рост производства, но затем произошел резкий спад.

«Если говорить об одежде, традиционно российских товаров больше в тех сегментах, где локальное производство

исторически сильное и сохранились крупные предприятия с хорошими традициями. Это, например, мужские костюмы, верхняя одежда, трикотаж», — отмечает Анна Лебсак-Клейманс, гендиректор Fashion Consulting Group. В этих категориях российское производство действительно может предлагать конкурентоспособный продукт в среднем ценовом сегменте, поясняет эксперт. [3]

«Анализ покупок, совершенных населением, говорит о том, что доля российской одежды пока занимает не более пятой части внутреннего рынка. Однако у отечественных производителей есть потенциал для развития. В натуральном выражении объем российских брендов вырос на 11 % по сравнению с 2014 г. Это, несомненно, обнадеживает», — отметила Анна Заборенко в 2016 г. [2]

Можно констатировать, что большинство отечественных малых швейных предприятий достаточно успешно перестроились и стали выпускать конкурентоспособные изделия. [5]

В последнее время отечественная швейная промышленность успешно кооперируется с зарубежными партнерами, выполняя заказы на производство по моделям и материалам зарубежных производителей. Такой подход к кооперации привлекает иностранных производителей, реализующих свою продукцию на российском рынке и рынках объединенной Европы.

С начала сентября 2015 года, согласно нашим обязательствам перед ВТО, в России снизились ввозные пошлины на несколько тысяч товарных позиций, в том числе более чем на 300 наименований товаров легкой промышленности. В Российском союзе предпринимателей текстильной и легкой промышленности (Союзлегпром) подчеркнули, что прямые потери отрасли от снижения пошлин составят около 25 млрд руб. и, как следствие, — снижение спроса на Российскую продукцию. [6]

Еще одной из причин снижения спроса является развитие в сегменте интернет-покупок, куда вслед за молодежью переместится и более взрослая аудитория. Уже сейчас в заказах «Алиэкспресс» на Москву приходится около 15 процентов заказов, все остальное — регионы. Это означает, что покупатели из других небольших городов уже привыкли к покупкам в интернете, а теперь полностью переключат свое внимание на приобретения за рубежом.

В целом эксперты прогнозируют рост импорта и нелегальных поставок товара из Китая и Юго-Восточной Азии для одежды массового и сезонного спроса.

«В России сейчас почти не производят качественные ткани и фурнитуру, кроме того, все швейное оборудование, за редким исключением, импортное, а это значит, что стоимость комплектующих также выросла» — уверен руководитель центра научно-исследовательской работы Российского университета кооперации Андрей Арно.

Действительно, последние 10 лет отрасль использовала китайские и европейские ткани, цены на которые выросли на 40–50 процентов соответственно росту доллара, евро и юаня. Более того, крупные сетевые россий-

ские бренды в сегменте mass market (O’Stin, FunDay, Sela, «Твое» и другие) свои производства сосредоточили в Китае. Еще больше страдают дизайнеры, выпускающие дорогую одежду: они отшивают свои коллекции в Италии и Турции, где расчет ведется в евро. [7]

Так же, причиной низких экономических результатов многих предприятий является отсутствие промышленной политики государства, неравные условия производства продукции и формирования цен по сравнению с зарубежными конкурентами-производителями. [10]

Райнхард Депфер, председатель Европейского Совета по экспорту модной одежды и текстиля (EFTEC), отметил, что реальный доход российского населения упал на 6,4 % за второй квартал 2015 года, и это главная причина того, почему потребители отказываются от покупок. [8]

Некоторые эксперты считают, что в России может произойти своеобразная реинкарнация вещевых рынков 90-х годов, поскольку сейчас у населения колоссальный спрос на дешевую одежду, пусть и не самого высокого качества. В любом случае, контрафакт на рынке текстильной продукции вырастет. Уже сейчас, уверяет министр промышленности и торговли России Денис Мантуров, доля легального импорта в легкой промышленности составляет 20–30 процентов, все остальное — это контрафакт и контрабанда. [7]

Чтобы добиться дальнейшего роста показателей отечественных малых швейных предприятий, необходимо развивать и углублять связи технологий и менеджмента на базе инновационных составляющих производственной деятельности. Решение этих вопросов позволит поднять отечественные малые швейные предприятия на новый, более высокий уровень развития. [5]

Перед работниками швейного производства необходимо поставить задачу — обеспечить выпуск изделий высокого качества, отвечающих требованиям моды и пользующихся большим спросом покупателей, что возможно только на основе модернизации производства.

Совершенствование швейного производства предусматривает внедрение высокопроизводительного оборудования, поточных линий, расширение ассортимента и улучшение качества одежды, выпуск изделий, пользующихся повышенным спросом. [9]

В настоящее время главная задача развития швейной индустрии состоит в повышении темпов и эффективности развития конкурентоспособного производства на базе ускоренного научно-технического прогресса. [10]

Одна из возможных мер решения проблем — перенос пошива одежды в Россию, поскольку рабочая сила здесь подешевела. Так, среднемесячная зарплата на текстильном и швейном производстве составляет 30 тысяч рублей, а в Китае зарплата работника текстильной фабрики с 2006 года выросла более чем в три раза, и сейчас равна примерно 700 долларам. [7]

На 2016 год была утверждена программа поддержки легкой промышленности (Распоряжение от 26 января 2016 года № 85-р). В рамках этого документа на поддержку

отрасли выделено 1,5 миллиарда рублей. Одновременно Минпромторг России ведет активную работу по созданию механизмов для упрощенного доступа предприятий легпрома к кредитным средствам, программы федерального лизинга оборудования для предприятий легкой промышленности. [11]

Представители отрасли также просят облегчить доступ импортного сырья на рынок. По мнению Ларисы Каменской, владелицы одноименного модного дома, для этого следует обеспечить господдержку в виде гарантий и обнуления ввозных таможенных пошлин на те ткани, что не производятся внутри страны. Требуется также упростить саму процедуру таможенного оформления. «Внутри страны мы никогда не сможем производить текстиль для одежды, это огромная сложная работа, требующая высокой квалификации дизайнеров текстиля, технологов, трендсеттеров, химиков», — признает она, поэтому гораздо важнее развивать именно швейное производство.

Директор экспертно-аналитического центра РАНХиГС Николай Калмыков уверен: для развития легпрома требуется инфраструктурная работа — создание глобальных торговых площадок, например, при участии Почты России. В Китае интернет-гиганты Taobao и Aliexpress способствуют не только развитию местного производства, но и выстраиванию цепочки поставок и сбыта продукции за рубежом. «Существуют китайские Taobao-деревни, значительная часть населения в них сосредоточена на изготовлении товаров, которые впоследствии продаются через подобные электронные системы», — говорит эксперт. Нам также следует выстраивать распределенную сеть производства — как отдельных элементов изделий, так и итоговой продукции — по всей России. Так, по словам Калмыкова, можно обеспечить оптимизацию производственного процесса и стоимости товара, а также добиться удобства сбыта товаров в стране и за ее пределами.

Повышение эффективности малых швейных предприятий возможно за счет обеспечения более высокой гибкости производственных структур, позволяющих совместно изготавливать изделия на конкретного потребителя и мелкими сериями и обеспечивать мобильность и быстрдействие при переходе на более широкий ассортимент изделий, что, в свою очередь, будет стабилизировать производственный процесс и улучшать его качественные показатели. Мировая практика показывает, что одежду эффективнее производить небольшими партиями на малых предприятиях. [12]

Решение задач, стоящих перед швейной промышленностью, требует больших и глубоких знаний от технологов. Без этих знаний невозможно внедрять новые технологические процессы швейного производства, необходимые для изготовления одежды высокого качества. [13]

Будем надеяться, что в перспективе нас ждет повышенный интерес со стороны зарубежных и российских инвесторов. Логотип «Сделано в России» набирает вес и авторитет, констатирует Анна Лебсак-Клейманс, гендиректор Fashion Consulting Group. Как показывает исследование

FSG, если российскому покупателю со средним уровнем дохода предложить выбор: приобрести женскую блузку из 100-процентного хлопка аналогичного фасона, но отличающуюся только страной происхождения на этикетке, решение будет в первую очередь в пользу Италии и Германии, далее покупатели выберут Россию, Турцию и уже в последнюю очередь Китай.

Растет интерес к отечественным брендам одежды и обуви и со стороны так называемых байеров, которые закупают продукцию для магазинов. «Сегодня практически все мультибрендовые магазины объединяют на своей площади как иностранные, так и российские марки», — уточняет Анна Лебсак-Клейманс.

Раньше, по ее словам, у потребителей были негативные стереотипы по отношению к логотипу «Сделано в России». Такая одежда и обувь воспринималась как «не модная», не качественная. Сегодня эта установка меняется.

К тому же большинство торговых центров, столкнувшись с массовым исходом брендов, теперь в целом менее придирчивы к названиям своих арендаторов. Благодаря этому появилось большое количество небольших единичных розничных магазинов малых российских локальных брендов. [3]

Хороший шанс появляется у российских производителей. В полной мере об импортозамещении говорить не приходится: дизайнеры могут предложить европейское качество, в абсолютном большинстве случаев, закупая ткани и фурнитуру за границей. Однако при этом цены у них все равно могут быть ниже, за счет экономии на всем остальном. В Союзе байеров считают, что главные проблемы российских предпринимателей заключаются в отсутствии выстроенных бизнес-процессов, маркетинговой поддержки и рекламы. Это может помешать им воспользоваться ситуацией и оперативно занять освобождающиеся ниши. [14]

С развитием малых швейных предприятий и сокращения массового производства изделий стали развиваться собственные уникальные технологии. Появился спрос на инновации в сфере технического оснащения основных и вспомогательных производств. [5]

Перспективно использование опыта известных дизайнеров: «Так, при содействии правительства Краснодарского края идут переговоры о возможном сотрудничестве местного швейного объединения «Александрия» и модного дома известного кутюрье Пьера Кардена», — говорит владелица швейного производства «Софиано» Ольга Косец.

Переговоры о локализации производства также ведутся с компаниями Zaga и H&M. По ее мнению, давно назрела необходимость субсидирования легпрома, поскольку конкурировать в ценовой политике с Турцией, где отрасль активно поддерживается государством, непросто. [12]

Несмотря на умеренный рост, швейная промышленность остается на низком уровне. Главными причинами этого являются: устаревшее оборудование, отсутствие квалифицированных специалистов, малодоступность качественного материала и фурнитуры, недостаточная государ-

ственная поддержка. Решив эти проблемы, мы перейдем на новый уровень развития этого вида легкой промышленности. Таким образом, российские производители станут достойными конкурентами зарубежным торговым маркам.

Литература:

1. Швейная промышленность как отрасль лёгкой промышленности. Технологии, оборудование и сырьё для швейной промышленности // fb.ru. URL: <http://fb.ru/article/285315/shveynaya-promyishlennost-kak-otrasl-l-gkoy-promyishlennosti-tehnologii-oborudovanie-i-syir-dlya-shveynoy-promyishlennosti> (дата обращения: 28.04.2017).
2. Заборенко: Объем потребления одежды российского производства вырос на 11% // Общероссийский Народный Фронт. URL: http://dptf.drezna.ru/theory/weaving/08_01/ (дата обращения: 28.04.2017).
3. В России резко выросло производство одежды и обуви // fashionunited.ru. URL: <https://fashionunited.ru/novostee/reetyeil/v-rossii-rezko-vyroslo-proizvodstvo-odezhdy-i-obuvi/2016091916166> (дата обращения: 28.04.2017).
4. Кевеш А. Л., Базылева Е. Ю., Бражевская М. В., Власенко Н. А., Зарубина Е. В., Кулагина Е. В., Осьмаков В. С., Потявина Н. И., Роговая В. Я., Сабельникова М. А., Струкова В. Е., Суворов Е. В., Шустова Е. А. Производство основных видов продукции текстильного и швейного производства // Промышленность России. — М.: Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2016. — С. 182–183.
5. Христофорова И. В., Архипова Т. Н., Деменкова А. Б. Швейная промышленность: проблемы развития, региональная дислокация и современные управленческие технологии малых предприятий // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). — 2015. — № 4–2 (24) / том 6 / 2015. — С. 275–276.
6. Производство одежды и обуви снижается // Российская Бизнес-газета. URL: <https://rg.ru/2015/08/18/odejda.html> (дата обращения: 28.04.2017).
7. Снижение доходов заставит россиян одеваться на вещевых рынках и заказывать товары через интернет // Lenta.ru. URL: <https://lenta.ru/articles/2015/02/19/odejda/> (дата обращения: 28.04.2017).
8. Российский рынок // FashionUnited.ru. URL: <https://fashionunited.ru/novostee/beezyes/rossii-skii-rynok-svet-v-kontse-tonnelya-ozhidaetsya-v-2016-2017-gg/2015090813300> (дата обращения: 28.04.2017).
9. Швейная промышленность — Основные понятия // Дрезненская Прядильно-Ткацкая Фабрика. URL: http://dptf.drezna.ru/theory/weaving/08_01/ (дата обращения: 28.04.2017).
10. Климова Н. В., Мелкумян А. Э. Развитие швейных предприятий России на основе модернизации производства // Фундаментальные исследования. — 2015. — № 2. — С. 1947–1953.
11. Основные моменты программы поддержки легкой промышленности на 2016 год // Lenta.ru. URL: <https://lenta.ru/articles/2016/09/22/programm2016/> (дата обращения: 28.04.2017).
12. Как легкая промышленность идет по пути импортозамещения // Lenta.ru. URL: <https://lenta.ru/articles/2016/08/19/legprom1/> (дата обращения: 28.04.2017).
13. В России резко выросло производство одежды и обуви // Rg.ru. URL: <https://rg.ru/2016/09/15/v-rossii-rezko-vyroslo-proizvodstvo-odezhdy-i-obuvi.html> (дата обращения: 28.04.2017).
14. Магазины отказываются от модной одежды // Эксперт Online. URL: <http://expert.ru/2016/02/8/v-krizis-nosyat-prada/> (дата обращения: 28.04.2017).

Теоретические аспекты учета материально-производственных запасов в организациях РФ

Кулякина Елена Леонидовна, ассистент;
 Москалюк Дмитрий Сергеевич, студент;
 Власов Сергей Валериевич, студент
 Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского (г. Симферополь)

В статье раскрыты основные теоретические аспекты учета материально-производственных запасов в российских организациях, обоснована важность и необходимость построения грамотного учета операций с материальными ценностями.

Ключевые слова: материально-производственные запасы, материальные ценности, бухгалтерский учет, задачи учета МПЗ

Введение. Обеспечение эффективного и бесперебойного функционирования производственных организаций невозможно без использования в деятельности материально-производственных запасов. Отсутствие точного и достоверного учета операций по заготовлению и приобретению материалов и расчетов с поставщиками приводит к возникновению ошибок в бухгалтерском учете, которые оказывают существенное влияние на выполнение планов по производству продукции, завышению себестоимости вновь создаваемых и ранее производимых продуктов, которые в свою очередь влияют на прибыль и рентабельность организации. Несвоевременная поставка материалов ведет к нарушению ритмичности работы организаций, простоям, требует дополнительных трудовых затрат, отражается на качестве выпускаемой продукции и ухудшает технико-экономические показатели производства, в свою очередь, нарушение ритма поставок и расчетов с поставщиками ведет к необходимости перестройки ассортимента выпускаемой продукции, невыполнению договорных обязательств по её поставкам, а также экономическим санкциям. Сбои в поставках материалов ставят под угрозу выполнение плана производства, вынуждают накапливать сверхнормативные запасы материалов в целях предотвращения простоев. Именно данные предпосылки и обусловили актуальность выбранной темы исследования.

Цель статьи сводится к раскрытию теоретических аспектов учета материально-производственных запасов в производственных организациях РФ.

Для достижения поставленной выделены следующие задачи:

- рассмотреть подходы отечественных и зарубежных ученых по трактованию сущности понятия материально-производственных запасов;
- раскрыть основные вопросы, посвященные аспектам учета МПЗ в российских организациях.

Основной текст. Материально-производственные запасы выступают важной составляющей в деятельности абсолютно каждой организацией. От того насколько грамотно построен их учет, будет зависеть эффективность производственного процесса в целом.

Вопросы касательно определения сущности понятия материально-производственных запасов были освещены в трудах множества отечественных ученых и научных деятелей, среди которых следует выделить публикации таких авторов, как: А. В. Сметанко [1, с. 447–451; 2, с. 13–25], Е. Л. Кулякиной [3, с. 165–168], М. В. Косолаповой [4, с. 140].

По мнению А. В. Сметанко, материально производственные запасы выступают одной из ключевых составляющих производственного цикла, требующих правильного учета и всестороннего анализа по их использованию в деятельности организации [1, с. 451] и предлагает действенные пути оптимизации состояния МПЗ в условиях неопределенности и рисков [2, с. 13–25].

Е. Л. Кулякина утверждает, что операции с МПЗ относятся к операциям с повышенным уровнем риска и настаивает на необходимости проведения внутреннего контроля по определенному алгоритму [3, с. 165–168].

Российский ученый М. В. Косолапова исследует в своей работе основные теоретические и практические аспекты проведения экономического анализа материально-производственных запасов [4, с. 140].

Проведенный анализ экономической литературы, посвященный аспектам учета МПЗ, свидетельствует о том, что в настоящее время в научных кругах остаются дискуссионными вопросы касательно раскрытия теоретических аспектов учета материально-производственных запасов в российских организациях.

Согласно ПБУ 5/01 материально-производственные запасы представляют собой активы организации, необходимые для производства продукции, работ, услуг, для управленческих, хозяйственных целей, а также для дальнейшей перепродажи [5].

В состав запасов организации включают: сырье и материалы (вспомогательные материалы; покупные полуфабрикаты; отходы (возвратные), топливо; тара и тарные материалы, запасные части; инвентарь и хозяйственные принадлежности; готовая продукция; товары, предназначены для продажи; незавершенное производство, товары, используемые для управленческих нужд организации [6].

К основным задачам учета материально-производственных запасов относят:

1. Правильное отражение материальных затрат себестоимости продукции;
2. Правильное и своевременное документальное оформление операций и обеспечение достоверных данных по заготовлению, поступлению и отпуску запасов;
3. Контроль за состоянием материально-производственных запасов на складах в виде инвентаризации;
4. Своевременные расчеты с поставщиками за полученные материально-производственные запасы;
5. Своевременное выявление ненужных и излишних запасов с целью возможной продажи или выявления иных возможностей вовлечения их в оборот;
6. Выявление эффективного использования материально-производственных запасов;
7. Своевременные расчеты по дебиторской задолженностью в связи с продажей материально-производственных запасов;
8. Систематический контроль за соблюдением установленных норм запасов, выявление излишних материалов, их реализация [7].

Материально-производственные запасы принимаются к бухгалтерскому учету по фактической себестоимости (сумма фактических затрат организации на приобретение, за исключением НДС и иных возмещаемых налогов).

К фактическим затратам на приобретение материально-производственных запасов относят:

- суммы, уплачиваемые в соответствии с договором поставщику (продавцу);
- суммы, уплачиваемые организациям за информационные и консультационные услуги, связанные с приобретением материально — производственных запасов;
- таможенные пошлины и иные платежи;
- невозмещаемые налоги, уплачиваемые в связи с приобретением единицы материально-производственных запасов;
- вознаграждения, уплачиваемые посреднической организации, через которую приобретены материально-производственные запасы;
- затраты по заготовке и доставке материально-производственных запасов до места их использования, включая расходы по страхованию;
- затраты по доведению материально-производственных запасов до состояния пригодности;
- затраты по содержанию заготовительно-складского помещения;
- иные затраты, непосредственно связанные с приобретением материально-производственных запасов [8].

Не включаются в фактические затраты на приобретение материально-производственных запасов общехозяйственные и иные аналогичные расходы, кроме случаев, когда они непосредственно связаны с приобретением МПЗ.

При выбытии (отпуске) материально-производственных запасов их оценка производится по следующим способам:

- по средней себестоимости;
- по себестоимости каждой единицы;
- по себестоимости первых по времени приобретения материально-производственных запасов (метод ФИФО);

Первый способ оценки материальных ценностей по средней себестоимости является традиционным для отечественной практики учета. В течение отчетного месяца материальные ценности списываются на производство, как правило, по учетным ценам, а в конце месяца списывается соответствующая доля отклонений фактической себестоимости материальных ценностей от их стоимости по учетным ценам.

Литература:

1. Сметанко А. В. Учетно-аналитическое обеспечение процесса управления материально-производственными запасами / А. В. Сметанко, Е. В. Глушко, В. Н. Юферева // Молодой ученый. — 2017. — № 9 (143). — С. 447–451.
2. Сметанко А. В. Прикладные аспекты внутреннего аудита расчетов с покупателями и заказчиками в условиях неопределённости и рисков / А. В. Сметанко // Международный бухгалтерский учет. — 2014. — № 17. — С. 13–25.
3. Кулякина Е. Л. Раскрытие методики осуществления внутреннего контроля операций с МПЗ, как основы эффективного управления оборотным капиталом организации / Е. Л. Кулякина, А. Ю. Дубенко // Наука и образование: сохраняя прошлое, создаем будущее: сборник статей VI международной научно-практической конференции (12 декабря 2016 г., г. Пенза). — Пенза: Наука и просвещение. — 2016. — С. 165–168.

По себестоимости каждой единицы могут оцениваться материалы, используемые организацией в особом порядке, а также которые не могут обычным образом заменять друг друга (драгоценные металлы, драгоценные камни, радиоактивные вещества и т. п.).

Метод ФИФО занижает себестоимость выпущенной продукции и соответственно увеличивает налогооблагаемую прибыль. Стоимость остатка материалов на складе является наибольшей. При данном методе применяют правило: первая партия на приход — первая партия в расход. Это означает, что независимо от того, какая партия отпущена в производство, сначала списывают материальные ценности по цене (себестоимости) первой закупочной партии, затем по цене второй партии и так далее в порядке очередности, пока не будет получен общий расход материальных ценностей за месяц.

Выбранный способ оценки включается в Учетную Политику организации [8].

Поступление материалов осуществляется в следующем порядке:

- а) по договорам купли-продажи, договорам поставки, другим аналогичным договорам в соответствии с действующим законодательством;
- б) путем изготовления материалов силами организации;
- в) в виде вклада в уставный капитал организации;
- г) в виде получения организацией безвозмездно (включая договор дарения).

Вывод. Таким образом, при поступлении материалов в организацию они подвергаются тщательной проверки в отношении соответствия ассортимента, количества и качества, указанных в расчетных и сопроводительных документах (товарно-транспортных накладных, накладных, счетах-фактурах).

При соответствии всем этим критериям в организации составляется приходный ордер. Если есть какие-то расходы по принятым материалам, составляется приемный акт, который является основанием для предъявления претензий поставщику. По каждому ассортименту материалов заводится карточка учета.

При выбытии материалов в производство составляется: лимитно-заборные карты; накладные; накладная на внутреннее перемещение; накладная на отпуск материалов на сторону; акты списания.

4. Косолапова М. В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / М. В. Косолапова, В. А. Свободин. — М.: Дашков и К, 2014 год — 247 с.
5. Положения по бухгалтерскому учету (ПБУ 5/01) [Электронный ресурс]: // Консультант плюс / АО «Консультант плюс». — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
6. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» // «Собрание законодательства РФ» 12.12.2011. № 50, ст. 7344 // Консультант плюс / АО «Консультант плюс». — Режим доступа: <http://www.consultant.ru>.
7. Алексеева Г. И. Бухгалтерский учет / Г. И. Алексеева С. Р. Богомолец — М.: 2013. — 720 с.
8. Богаченко В. М. Основы бухгалтерского учета. / В. М. Богаченко — Р на Д.: 2015. — 336 с.

Роль банковской системы в трансформации сбережений населения в инвестиции

Луконин Роман Валерьевич, магистрант
Тюменский государственный университет

Ведущую роль в процессе преобразования сбережений населения в инвестиции играют несомненно банковские организации. Именно банки заложили саму основу финансового посредничества. Концентрируя посредством депозитных операций огромные объемы сбережений населения, банки производят их количественное и качественное преобразование, предоставляя дополнительные и колоссальные финансовые ресурсы для развития экономики. Объем кредитных средств, которые банки предоставляют частному бизнесу в экономически развитых странах, сравним с валовым внутренним продуктом (ВВП), а зачастую даже может превышать его.

Так же к каналам поступления денежных сбережений населения в реальный сектор экономики относится приобретение банками от своего имени государственных и корпоративных ценных бумаг на первичном фондовом рынке [1, с.412]. Совершая качественную трансформацию сбережений населения в ссудный капитал, банки при этом обеспечивают низкие риски вложения средств для своих вкладчиков. Они могут профессионально оценить кредитоспособность заемщика, имеют дополнительные возможности контроля возврата средств за счет широкого доступа к информационным ресурсам. Благодаря концентрации значительных финансовых ресурсов они способны осуществлять диверсификацию своих вложений, так же банки активно используют различные инструменты финансового рынка для хеджирования рисков, регулирования уровня своей ликвидности и получения дополнительного дохода [2, с.15].

Коммерческие банки выступают в роли универсальных финансовых агентов, осуществляющих операции по привлечению временно свободных денежных средств населения и размещению их на классических условиях срочности, платности и возвратности [3, с.169].

Банки мобилизуют временно свободные денежные средства граждан, предоставляют кредиты, а также произво-

дят платежи, куплю-продажу ценных бумаг, осуществляют управление и ответственное хранение облигаций и акций своих клиентов, предлагают помощь в распространении новых эмиссий ценных бумаг, торгуют иностранными валютами и драгоценными металлами, оказывают консультационные услуги своим клиентам в области инвестирования [7].

Основной задачей банков является предоставление кредитов. Одной из важнейших услуг подобного рода является выдача ссуд, которые используются прежде всего частным бизнесом для осуществления инвестиций и обеспечения производства. При этом во многих странах с хорошо развитой экономикой властными органами дополнительно особо контролируется доступность финансовых услуг банков для широких слоев населения. Вместе с тем далеко не все банковские средства могут быть размещены в виде ссуд. Сложность заключается в том, что ссуды из-за сравнительно высокой возможности их невозврата заемщиком, среди всех прочих форм банковского кредита, относятся к наиболее рискованным банковским активам. В связи с этим, многие банки вынуждены направлять существенную часть своего портфеля активов на инвестиции в ценные бумаги.

Необходимо заметить, что вложения коммерческих банков в ценные бумаги во многом отличаются от кредитных ссуд:

- при инвестировании инициатором сделки является коммерческий банк, заинтересованный в покупке актива на рынке ценных бумаг; тогда как при банковском кредитовании инициатором сделки становится заемщик;
- инвестиции подразумевают получение средств на протяжении относительно длительного периода времени до того, как вложенные средства инвестора вернутся обратно к своему владельцу. При кредитовании обычно предполагается возврат средств в те

чение более короткого периода времени, хотя существуют и исключения, такие как например ипотечное кредитование;

- в процессе инвестирования банк выступает в роли инвестора в ценные бумаги, тогда как при кредитовании в роли кредитора [4].

Со стороны представителей органов государственной власти и бизнес-сообщества нередко можно услышать высказывания о том, что одним из основных условий динамичного роста экономики России является расширение инвестиционной деятельности со стороны банковского сектора.

Основой инвестиционной деятельности коммерческих банков является процесс создания инвестиционного портфеля, под которым в настоящее время подразумевается совокупность всех средств, инвестированных банком в ценные бумаги и иные активы, приносящие прибыль. Важнейшая задача банковских сотрудников заключается в таком управлении инвестиционным портфелем банка, которое наилучшим образом отвечает целям банка, исходя при этом из действующих на данный момент инструкций Центрального банка РФ, направленных на регулирование банковских операций.

Отметим, что некоторые российские коммерческие банки слабо выполняют функцию трансформации сбережений граждан в производственные инвестиции. Привлекая денежные средства населения, эти банки затем «прокручивают» их в основном через краткосрочные финансовые операции, не осуществляя при этом долгосрочного кредитования реального сектора экономики. Одной из причин данного явления может являться недостаток так называемых «длинных денег». Исходя из этого можно предположить, что увеличение доли долгосрочных вкладов населения в структуре банковских пассивов будет способствовать увеличению кредитования реального сектора экономики и как следствие поддержанию экономического роста.

В настоящее время просматривается тенденция к универсализации банковских операций. Необходимость поиска новых источников повышения доходности банковских опе-

раций, вызвана постоянно усиливающейся конкуренцией между коммерческими банками, а также возникновением новых возможностей в условиях непрерывного развития финансового рынка. Результаты данного поиска проявляются в увеличении числа осуществляемых банками операций, а также в развитии различных форм инвестиционной деятельности, таких как финансирование инвестиционных проектов, лизинг, управление инвестиционными портфелями клиентов, распространение ОФБУ (общие фонды банковского управления), консультационные услуги и др.

Стремление к максимальной универсализации банковской деятельности присуще кредитным системам всех экономически развитых стран и вызвано тем, что универсальные банки имеют более широкие возможности развития. Вместе с тем наряду с универсальными банками важную роль играют и специализированные, в частности для России особую пользу может представлять развитие системы инвестиционных банков так как российская экономика остро нуждается в долгосрочных инвестициях. Основой существования специализированных банков является потребность в оказании финансовых услуг, которые не являются профильными либо коммерчески оправданными для универсальных банков, в то время как специализация позволяет сконцентрироваться на определенных конкретных направлениях деятельности [6].

Банки призваны обеспечить непрерывность и бесперебойность обращения капитала, предоставить дополнительные возможности для финансирования экономики и накопления сбережений [5, с.105].

Среди населения нашей страны именно банки пользуются наибольшей популярностью в качестве финансовых посредников.

Российские банки, все более активно привлекают вклады физических лиц, увеличивают тем самым степень вовлеченности сбережений населения в экономический оборот. Лидером по привлечению средств индивидуальных вкладчиков традиционно остается ПАО «Сбербанк» (таблица 1).

Таблица 1. Сравнительная характеристика вкладов на счетах российских банков и на счетах ПАО «Сбербанк» (млн.рублей)

Год	2014	2015	2016
Вклады граждан на рублевых и валютных счетах в российских банках	16938361	18683077	23259465
Вклады граждан на рублевых и валютных счетах в Сбербанке	7676235	8038679	10246781
Рублевые вклады граждан в российских банках	13985238	13699086	16347070
Рублевые вклады граждан в Сбербанке	6757880	6442162	7583714
Валютные вклады граждан в российских банках.	2953123	4983991	6912395
Валютные вклады граждан в Сбербанке	918355	1596517	2663067
Доля Сбербанка в общем объеме вкладов граждан	45,32%	43,03%	44,05%

[Источник: составлена на основании данных с официального сайта Росстата]

Из таблицы 1 видно, что в 2016 доля Сбербанка России составила порядка 44 % от всего объема вкладов населения привлеченного банковской системой Российской

Федерации. Сбербанк России самый консервативный и самый значимый банк страны. В рейтинге 10 российских банков лидирующих по объемам привлеченных средств

населения Сбербанк России не только занимает уверенное первое место, но и демонстрирует колоссальный отрыв от своих ближайших конкурентов по данному показателю (таблица 2).

Таблица 2. Рейтинг российских банков по объемам вкладов физических лиц, по состоянию на 01.01.2017

Место	Название банка	Вклады физических лиц тыс. руб.
1	Сбербанк России	11 278 285 260
2	ВТБ 24	2 103 517 870
3	Альфа-Банк	662 135 206
4	Газпромбанк	644 320 450
5	Россельхозбанк	599 942 449
6	Бинбанк	543 101 326
7	ВТБ Банк Москвы	534 108 111
8	ФК Открытие	512 514 468
9	Промсвязьбанк	384 624 871
10	Райффайзенбанк	349 329 063

[Источник: 8]

Несмотря на объективные трудности, связанные с общеэкономическим спадом и сложным политическим положением в нашей стране, а также высокую конкуренцию со стороны коммерческих банков, Сбербанк остается крупнейшим банком, работающим с частными вкладчиками, обеспечивающим им не только определенный доход, но и достаточно надежные гарантии сохранности сбережений. Одним из несомненных преимуществ Сбербанка является наличие развитой сети филиалов, которые присутствуют практически в любой точке страны. Однако следует учитывать и то, что процентные ставки, предлагаемые Сбербанком своим вкладчикам, весьма малы по сравнению со ставками других банков, и чаще всего не способны даже перекрыть уровень инфляции.

Как и в большинстве стран, в России правила ведения банковского дела предписывают ограничение инвестиционных и кредитных рисков. Так, инструкции ЦБ РФ устанавливающие нормативы банковской деятельности, регулируют финансирование отдельных проектов посредством кредитования и инвестирования, ограничивая вложения суммой, не превышающей определенный процент капитала банка. В результате этого, возможности осуществления инвестиционных проектов во многом определяются объемом привлеченных банком сбережений граждан [4]. Можно с уверенностью сказать, что активное привлечение коммерческими банками временно свободных денежных средств населения является одним из ключевых условий активизации их участия в инвестиционном процессе.

Литература:

1. Воронова Н. С. Банки и фонды капиталов как глобальные институты управления инвестициями // Проблемы современной экономики. — 2012. — № 1 (41). — С. 412–413.
2. Колесников А. А. Механизм трансформации сбережений населения в инвестиции / А. А. Колесников. — М., 2010. — 178 с.
3. Мирошниченко О. С. Организация деятельности коммерческого банка: уч. пособие. — Тюмень: ТюмГУ, 2007. 401 с.
4. Осуществление инвестиционной деятельности банков: правовые вопросы / <http://www.Dom-i-zakon.ru>, Столичный Юридический Центр, 2010.
5. Ревинский И. А. Инвестиционный бизнес: мировой опыт / И. А. Ревинский. — Новосибирск, 2011. — 437 с.
6. Шаронов А. В. Как сбережения граждан превратить в инвестиции // Экономика России: XXI век, № 10, 2012.
7. Юманова Н. Н., Мазикова Е. В. Сбережения населения как инвестиционный ресурс национальной банковской системы // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, № 5 (2015) <http://naukovedenie.ru/PDF/207EVN515.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/207EVN515.
8. <http://www.banki.ru> — Банки.ру — группа компаний, объединяющая информационные ресурсы и сервисы банковской и финансовой тематики.

Новые регулятивные требования банка России, влияющие на финансовую устойчивость банков

Лысенко Павел Андреевич, студент
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

В статье рассмотрена современная политика Центрального Банка, которая влияет на финансовое положение и устойчивость коммерческих банков в России, а также влияющая на формирование капитала банков.

Политика роста и структурно-инновационной перестройки национальной экономики требует высокого уровня капитализации отечественных банковских учреждений. Рост и укрепление капиталов в российских банках способствует усилению доверия к банковской системе со стороны вкладчиков и кредиторов. Формирование необходимого капитала позволит банковским учреждениям осуществлять широкомасштабное кредитование и инвестирование в отрасли национальной экономики. Вместе с тем размер банковского капитала и создание соответствующих резервов является важной задачей для поддержания ликвидности, стабильности и прибыльности банковской системы.

Целью статьи является анализ влияния введения новых регулятивных требований Банка России на финансовую устойчивость российских банков и, в том числе, выявление современных тенденций развития банковского капитала.

Последний финансовый кризис подтвердил необходимость использования монетарного и регулятивного воздействия Центрального Банка на развитие банковского капитала. Указанный факт подтверждает усиление требований к банковскому капиталу со стороны Базельского комитета по банковскому надзору с принятием Базеля III.

Следует отметить, что макроэкономическую политику государства характеризуют, прежде всего, ее основные составляющие: монетарная и фискальная политики, внешнеэкономическая политика и политика доходов, которые своими инструментами прямо или опосредованно влияют на развитие банковского капитала. Денежно-кредитная политика осуществляется с учетом развития общей макроэкономической ситуации и направлена на обеспечение внутренней и внешней стабильности национальной валюты.

Основными инструментами монетарной политики являются операции на открытом рынке, регулирование учетной ставки и формирование обязательных резервов банковских учреждений в Центральном Банке. С помощью монетарной политики Правительство контролирует денежный оборот государства и банковскую систему.

Определяют такие основные рычаги влияния монетарной экономики на развитие банковского капитала: спрос и предложение денег; увеличение и уменьшение банковских резервов в Центральном Банке; процентная политика; капитал образующая деятельность Центрального Банка [1].

Рассмотрим подробнее, как воздействуют на банковский капитал основные инструменты монетарной поли-

тики. Спрос на деньги для совершения сделок предопределяется не только удовлетворением текущих потребностей потребительского характера, но и необходимостью осуществления деловых операций, что позволяет получить определенный доход. Спрос на деньги формируется в зависимости от цен на акции и облигации и привязан к их изменению.

Последовательная реализация денежно-кредитной политики способствует повышению капитализации банковской системы, росту кредитования реального сектора экономики, поддержанию стабильности национальной валюты и обменного курса, увеличению международных резервов Центрального Банка.

Капитал образующую деятельность Банка России можно рассматривать в двух аспектах:

- во-первых, это постоянный и тщательный мониторинг за процессом капитализации национальной банковской системы, составными элементами которой являются банковские учреждения, осуществляющие свою деятельность на территории страны в соответствии с законодательством;
- во-вторых, это скоординированная, целенаправленная деятельность Центрального Банка с целью достижения оптимальной величины его капитала для надлежащего выполнения поставленных перед ним задач. [2]

С 1 января 2016 года Банк России повысил вес риска для младших траншей сделок структурированного финансирования со 100% до 1250%.

Несмотря на то, что эта мера стала причиной снижения коэффициентов достаточности регулятивного капитала многих банков, она не привела к изменению методологии S&P по расчету коэффициента капитала, скорректированного с учетом рисков, и, как следствие, не оказала влияния на рейтинги банков-первопроходцев.

Вместе с тем в агентстве ожидают, что новые требования будут своего рода отрицательным стимулом для проведения новых сделок секьюритизации, включая младшие транши, а также (на фоне низкого спроса со стороны инвесторов и низких темпов роста активов, используемых в сделках секьюритизации) окажут сдерживающее влияние на объемы новых сделок секьюритизации в 2017 году.

Тем не менее, в S&P полагают, что в будущем банки создадут альтернативные механизмы для минимизации негативного влияния высоких степеней риска на показатели достаточности капитала. Однако остается неясным, будут ли новые продукты пользоваться спросом со стороны инвесторов, заключают аналитики.

Базель-III выдвигает более жесткие требования к банковскому капиталу. Требования Базель-III сосредоточены на собственном капитале, поскольку он представляет собой самую высокую степень ликвидности и, поэтому, выступает лучшей формой амортизации финансовых убытков.

Согласно исследованиям, которые провел Базельский комитет, реализация новых стандартов будет происходить поэтапно, что позволит аккумулировать капитал и при этом обеспечивать финансирование кредитно-инвестиционных операций (табл. 1).

Таблица 1. Поэтапное введение требований к капиталу банков, % [4]

Показатели	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Коэффициент уставного капитала	3,5	4,0	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5
Буфер капитала				0,625	1,25	1,875	2,5
Минимальное значение с учетом буфера капитала	3,5	4,0	4,5	5,125	5,75	6,375	7,0
Капитал 1-го уровня	4,5	5,5	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0
Регулятивный капитал	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0	8,0
Регулятивный капитал к буферу капитала	8,0	8,0	8,0	8,625	9,25	9,875	10,5

Одним из самых важных результатов действий в банковском регулировании и надзоре в последнее время можно назвать возросшую способность российского банковского сектора противостоять серьезным внешним угрозам. В целом банковская система устойчива, имеет хороший запас капитала и может эффективно функционировать без коррекционных послаблений, что подтверждается стресс-тестами, проводимыми Банком России и крупнейшими кредитными организациями.

Таким образом, сегодня Банком России проводится радикальная перестройка всей системы надзора за кредитными организациями, влияющая на финансовую устойчивость банков. Повышается скорость принятия надзорных решений, более того, Банк России стремится усилить профилактический характер надзора.

Суть изменений состоит в переходе от анализа *post factum* показателей банковской отчетности и периодического выборочного анализа части активов к анализу всех операций банка в режиме онлайн и анализу бизнес-модели банка с учетом стресс-тестирования. Для этого обеспечено построение современной единой надзорной ИТ-системы и централизованного хранилища данных, позволяющих накапливать информацию обо всех сделках и операциях банков.

Ключевым элементом реорганизации надзорной деятельности является отделение центра анализа оценки рисков от центра подготовки надзорных решений.

Особую роль в ближайшее время играют стресс-тесты, проводимые, как самими кредитными организациями, так и Банком России. Стресс-тесты перестанут быть чисто мониторинговым упражнением. От их результатов зависит объем требований к банкам.

В 2018 году Центральный Банк Российской Федерации планирует ввести новые регулятивные требования к финансовым холдингам, группам и коммерческим банкам. Таким образом, будут установлены для финансовых

групп обязательные нормативы и требования к системам управления рисками и капиталу, требования к деловой репутации членов совета директоров, руководителей головной организации.

В тех случаях, когда в рамках банковского или финансового холдинга будут осуществлять деятельность нефинансовые компании (промышленные, строительные, торговые), холдинг должен будет создать или определить в своём составе управляющую компанию, которая будет консолидировать отчётность входящих в холдинг финансовых организаций. Этой управляющей компании должны быть переданы полномочия по их управлению.

Таковую же управляющую компанию для банковских и финансовых активов должны будут создавать и собственники параллельных финансовых организаций, а также холдинги и объединения, у которых головная организация находится за рубежом.

При этом Центральный Банк Российской Федерации до сих пор не наделён полномочиями по надзору за банковскими холдингами и финансовыми группами, куда входят негосударственные пенсионные фонды, страховые компании, а также за, так называемыми, параллельными банками, которые имеют одних и тех же собственников.

Отсутствие надзора за такими объединениями и обязанности у них соблюдать принятые нормативы, позволяет маскировать наличие проблем и создаёт для собственников стимул структурировать объединение финансовых компаний таким образом, чтобы на них не распространялись требования по соблюдению обязательных нормативов по внутреннему контролю и управлению рисками.

Нужно устранить неравное регулирование, зависящее от организационной структуры объединения.

В результате для собственников финансовой организации будет неважно, стоит ли во главе объединения поднадзорный банк, созданный собственниками, или главная организация холдинга.

Литература:

1. Кириченко Е. П. Анализ факторов, влияющих на формирование и проведение денежно-кредитной политики России / Е. П. Кириченко // «Экономика и социум». — 2016. — № 8 (27). — С. 193–195.
2. Пугачев И. О. Влияние валютной политики Центрального банка России на динамику экономической конъюнктуры / И. О. Пугачев // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Экономика. Управление. Право. — 2015. — № 4. — С. 367–376.
3. Сорокоумова Ю. М. Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2014 год и период 2015–2016 годов / Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XIV междунар. студ. науч.-практ. конф. — 2014. — № 14. — С. 4–8.
4. Министерство финансов Российской Федерации. URL: <http://minfi.ru>

Интеграция современных информационных технологий на рынок транспортных услуг РФ

Матвеева Анна Дмитриевна, студент;
Иванилова Анна Михайловна, кандидат технических наук, доцент
Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана

Ключевые слова: автоматизация управления транспортной логистикой (*automation of transport logistics management*), TMS-системы (*TMS-systems*)

Постоянно возрастающая степень вовлеченности России во всемирные процессы глобализации неизбежно диктует необходимость создания условий для оптимального встраивания транспортно-логистической инфраструктуры России в мировую экономику, для максимально выгодного позиционирования ее на глобальных рынках. Интеграция России в мировую экономику требуют адекватной перестройки транспортно-логистической инфраструктуры, реализации транспортного потенциала России, повышения конкурентоспособности отечественных логистических компаний.

В настоящее время Россия в рейтинге логистических систем стран мира занимает 99 место (показатель LPI),

находясь между такими государствами, как Коморские острова (Коморы) и Нигер (Западная Африка). Индекс эффективности логистики — LPI (Logistics Performance Index) — индекс Всемирного банка, рассматривающий легкость осуществления поставок товаров и состояние торговой логистики на национальном и международном уровне. Показатель измеряет эффективность работы цепей поставок в международной торговле и оценивается каждые два года (2007, 2010, 2012, 2014, 2016). По итогам рейтинга на 2016 год Россия ухудшила свои позиции почти по всем критериям. [1].

Таблица 1. Критерии России в индексе Эффективности логистики (LPI) в 2014–2016 гг.

Критерий	Место 2016	Значение 2016	Место 2014	Значение 2014
Эффективность процесса таможенного оформления	141 	2,01 	133	2,20
Качество торговой и транспортной инфраструктуры	94 	2,43 	77	2,59
Простота организации международных перевозок по конкурентоспособным ценам	115 	2,45 	102	2,64
Качество логистических услуг и компетентность	72 	2,76 	80	2,74
Отслеживание прохождения грузов	90 	2,62 	79	2,85
Своевременность поставок грузов	87 	3,15 	84	3,14

Оценки, представленные в рейтинге, становятся предметом критики, поскольку учитывают в основном деятельность крупных компаний. Вместе с тем, падение в нём России было весьма ожидаемо. Кризис в экономике и рост

налоговой нагрузки существенно усложнил деятельность участников ВЭД, поэтому Россия реконструирует внутреннюю и международную логистические системы, в то время, когда другие страны внедряют в свою работу IT-техноло-

гии, оптимизируют существующие модели работы логистических систем и разрабатывают новые.

Иностранные фирмы, опыт которых в настоящий момент активно перенимают и российские бизнесмены, уже несколько десятилетий успешно исследуют область повышения эффективности бизнеса за счет интеграции товаропроводящих систем. Сквозной контроль всех этапов товародвижения от момента производства до момента потребления обеспечивает достижение синергетических эффектов, которые выражаются в сокращении издержек за счет более качественного планирования и роста оборотов бизнеса благодаря повышению привлекательности их услуг в глазах клиентов. Имея дело с альянсом, включающим в себя как минимум производителя, перевозчика и сбытовую структуру, клиенты получают в обещанные сроки высококачественную продукцию по конкурентоспособным ценам.

Учитывая современные тенденции внедрения IT-технологий в бизнес, в России появилась потребность в реализации проектов по оптимизации транспортной логистики.

До начала 2000-х годов многие компании вели свой бизнес с рентабельностью до 100% и выше, и доля транспортных расходов в общих расходах на реализацию товара не превышала 8–10%.

Сейчас бизнесу стало выгодно иметь высокотехнологичную систему транспортной логистики, которая позволит обеспечивать доставку товара с издержками, поддающимися оптимизации по цене и качеству и способную удерживать долю транспортных расходов в определенном прогнозируемом диапазоне.

Хорошо понимая, что купить данную систему в готовом виде нельзя, а выстроить собственными силами очень непросто и долго, многие руководители бизнеса по-прежнему пытаются модернизировать свою транспортную систему самостоятельно.

Как показывает практика, бизнесмены, прежде всего в данном вопросе, делают акцент на систему контроля (устанавливают GPS навигацию на автомобили, считают каждый километр пробега и каждый литр горючего), но при этом забывают об аналитическом блоке, имеющем гораздо большее значение, чем контрольный блок.

Для построения оптимальной логистической модели необходимо:

Провести профессиональный аудит цепи поставок, расширив зону исследования за счет присоединения к транспортным процессам входящих и исходящих процессов, непосредственно на них влияющих (это — складская логистика, в части приема/передачи и погрузки/разгрузки и процессы взаимодействия с подразделениями закупки, продаж и учета товарно-материальных ценностей (ТМЦ));

На основании результатов проведенного аудита выявить «тонкие места» транспортных процессов, и определить каким, наиболее оптимальным способом их можно устранить;

Подготовить план внедрения, рассчитать бюджет проекта, и выполнить его в установленные сроки.

Далее обозначения важности автоматизации логистических процессов, рассмотрим стандартный транспортно-логистический бизнес-процесс по доставке грузов на примере международной компании по производству электрооборудования Schneider Electric (рис. № 1):



Рис. 1. Стандартный бизнес-процесс исходящей доставки (Schneider Electric → Транспортная компания)

Большинство небольших и средних дистрибьюторских компаний, в разной степени, автоматизируют в основном только 2 первых шага данного бизнес-процесса:

1. «Обработка заявок»
2. «Разработка маршрута (Маршрутизатор)»

В некоторых компаниях отчет водителя-экспедитора как документ не оформляется, а зарплата Водителю начисляется на основании пометок на документе «Маршрутный лист».

После получения зарплаты такой «Маршрутный лист» помещают в корзину для мусора вместе с имеющейся на нем ценной информацией.

Таким образом, 3, 4 и 5 шаги бизнес-процесса, чаще всего, не выполняются вовсе, или выполняются сами по себе, не автоматизированным способом, без взаимосвязи.

Для чего нужен шаг № 3 «Отчет»?

При возвращении из рейса Водитель-экспедитор должен предоставить корректно заполненный бланк Отчет о доставке, содержащий первичную информацию о времени прибытия и убытия, о причинах возможных отклонений от маршрута.

Полученные данные из Отчетов водителей-экспедиторов далее должны передаваться Диспетчеру для проверки их корректности, при помощи соответствующего АРМ (автоматизированное рабочее место), с подключенным к нему блоком контроля GPS, и для внесения корректных данных о фактически произведенном рейсе в единую информационную базу компании.

Это один из самых ключевых шагов данного бизнес-процесса, потому что, на основании полученных в результате его выполнения, данных, далее рассчитывается эффективность транспортно-логистической деятельности:

- а) каждого Водителя-экспедитора,
- б) каждого конкретного рейса,
- в) каждого произведенного маршрута,
- г) эффективность работы всего подразделения доставки за отчетный период.

Перечисленные выше, показатели эффективности транспортно-логистической деятельности формируют два основных фактора, влияющих на эффективность всего бизнес-процесса.

Первый, который лежит на поверхности — это возможность мотивации персонала для увеличения производительности его труда и качества выполняемых операций, которых можно добиться, если правильно и справедливо мотивировать каждого участника процесса, относительно реально произведенных им трудозатрат.

А второй фактор, менее эффективный, с первого взгляда, но не менее полезный с точки зрения влияния на улучшение эффективности процесса доставки — это использование фактической информации по каждому рейсу, с целью ее правильной обработки для дальнейшего использования в шаге № 2 «Маршрутизатор», при составлении следующих маршрутов.

Далее, последний, пятый шаг, при помощи которого рассчитывается мотивация персонала.

Данный шаг выполняется в виде обработки, использующей входную информацию из предыдущих обработок и справочников.

Обработка построена на основании метода мотивации персонала (метод «МВО — Управление по целям»).

Выходные данные шага № 5 используются для:

- а) расчета оплаты услуг;
- б) расчета доли участия персонала в выполнении целей и планов подразделения;
- в) планирования улучшения эффективности работы подразделения и его персонала, в соответствии с установленными критериями — KPI (Key Efficiency Indicators).

Проанализировав схему логистического процесса поставщика транспортных услуг, можно прийти к выводу, что в каждом этапе присутствует человеческий фактор. Такая модель транспортно-логистического процесса характерна для компаний малого бизнеса. Крупным компаниям необходимо оптимизировать и автоматизировать максимальное количество бизнес-процессов внутри компании, тем самым ускоряя всю процедуру доставки груза от этапа «заявки» до «расчета мотивации», исключая человеческий фактор (например, неправильный ввод данных, отсутствие сотрудника на рабочем месте и т. д.), сокращая количество рабочих мест и экономя средства компании.

Даже самые мощные цепочки поставщиков и производителей не способны в должной степени контролировать свои товаропотоки без интеграции с информационной системой перевозчика. В отсутствии актуальной информации о графиках поставок и точном времени прибытия автомашины их собственные системы комплексной автоматизации не принесут ожидаемого эффекта, и значительные средства будут потрачены в пустую. Построение информационной системы по мировым стандартам, обеспечивающим возможность интеграции с другими компаниями, может сыграть важную роль в стратегическом развитии любой компании. [3]

Внедрение специализированных систем управления транспортной логистикой (Transportation Management System, TMS-системы) позволит вести контроль исполнения транспортировок, включая удаленное слежение за транспортными средствами с помощью датчиков и возможность получения в автоматическом режиме данных о фактическом местоположении транспортных средств, расчет плановой стоимости перевозки для клиента.

Автоматизация управления транспортной логистикой также позволит сократить время обработки заявок на перевозку, осуществлять оптимальную комплектацию транспорта с автоматическим подбором оптимальной модели транспортного средства, сократить временные затраты на формирование товаросопроводительной и путевой документации, уменьшить затраты на персонал, сократить удельную стоимость перевозки единицы груза. Таким образом, TMS-система покрывает весь транспортный процесс, начиная с момента получения заказов от смежных отделов

и заканчивая сверкой счетов от перевозчиков с целью передачи их финансовому отделу на оплату. [4]

Аналитическая компания Gartner в 2014 году представила результаты исследования мирового рынка программного обеспечения для управления логистикой. Расстановку сил на рынке ПО для управления цепочками поставок и автоматизации процесса закупок можно увидеть на рисунке 2. При анализе TMS-систем Gartner исследует такие параметры, как «широта» и «глубина» TMS-решений, их удобство и возможность адаптации под требования конечных пользователей, возможность поддержки сквозного процесса SCE-платформы, партнерская экосистема, качество и объем внедрений, глобальная стратегия развития решения и вывода его на рынок.

По результатам исследования аналитической компании Gartner Oracle Transportation Management является абсолютным лидером рынка на данный момент. [2]

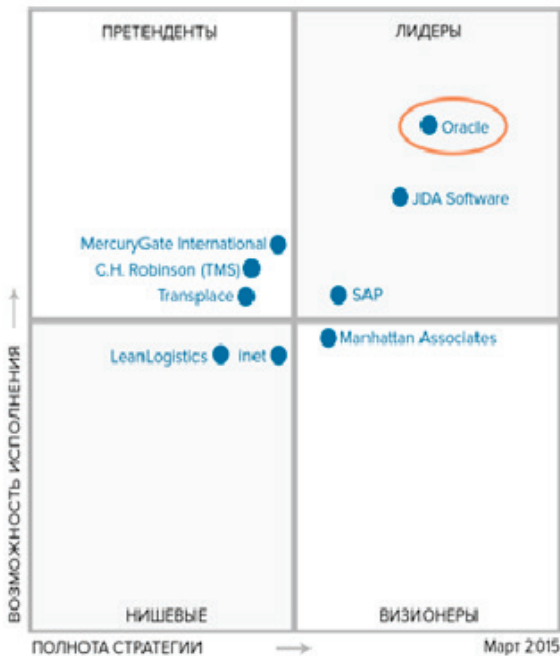


Рис. 2. Результаты исследования компании Gartner мирового рынка ПО для управления логистикой

Разработка и внедрение систем комплексной автоматизации не только в сфере транспорта, но и в це-

лом на предприятии должно происходить в стандартной последовательности:



Рис. 3.

Для транспортных компаний, равно как и для подразделений производственных фирм, отвечающих за удовлетворение внутренних потребностей в перевозках, внедрение нового программного обеспечения — это всегда риск существенных потерь из-за возможных сбоев в графике перевозок. Сложности внедрения обусловлены, как правило, необходимостью серьезного пересмотра имеющихся процедур и регламентов. В таблице № 2 перечислены особенности и типовые проблемы внедрения TMS в России, а также предложены пути решения. [5]

Процесс внедрения информационно-компьютерных технологий сегодня необходим и, более того, неизбежен. Это обусловлено все возрастающим объемом подлежащих обработке данных. Обычными, традиционными способами уже не удастся из этого потока извлечь всю полезную информацию и использовать ее для управления предприятием. Определяющим фактором в управлении становится скорость обработки данных и получение нужных сведений. Оборот информации все существеннее влияет на эффективность управления предприятием, его финансовые успехи.

Таблица 2. Проблемы внедрения TMS и их решение

Проблемы	Решения
Управление изменениями	Поддержка со стороны бизнеса
Внедрение TMS — это не только внедрение системы. Бизнес процессы и система должны быть полностью синхронизированы.	
Корректность данных	Менеджер проекта со стороны бизнеса
Корректная работа TMS очень сильно зависит от точности данных в ERP системах. Необходимые данные могут быть некорректно/не полностью обновлены в смежных системах, что не повлияет непосредственно на их работу, но будет являться значительным для выполнения операций в TMS.	привлеченный на постоянной основе с опытом в транспорте, который уполномочен принимать решения.

Проблемы	Решения
Демонстрация пользователям возможностей TMS	Установка демо-версии в короткие сроки
<i>На этапе дизайна строится решение, покрывающее список четко определенных требований, который может быть составлен, если пользователи имеют представление о функционале TMS.</i>	<i>чтобы дать представителям от бизнеса возможность лучше понять стандартный функционал TMS.</i>
Сложная тарифная структура	Детальный план по оперативным изменениям и трансформации бизнес-процессов
<i>Распространенной практикой на российском рынке является наличие фиксированной ставки на маршрут, но структура дополнительных платежей различная для каждой компании, поэтому перед началом конфигурации в TMS, необходимо произвести тщательный анализ и утвердить с клиентом будущую тарифную схему.</i>	<i>должен быть разработан и согласован, помимо собственного руководства компании, еще и с экспедиторами и собственниками транспортных средств для достижения необходимой тарифной схемы.</i>
Сложная маршрутизация	Использование доп. Систем маршрутизации
<i>Компании, специализирующиеся на розничной торговле, используют большое количество рейсов с 3–10 пунктами выгрузки в течение рабочего дня (например, доставка в магазины в одном большом городе, таком как Москва или Санкт-Петербург).</i>	<i>с детальными картами города.</i>

Литература:

1. World Bank. Режим доступа: <http://ipi.worldbank.org/international/global/2016> (Дата обращения 15.02.2017).
2. Gartner. Режим доступа: <http://www.gartner.com/technology/home.jsp> (Дата обращения: 01.03.2017).
3. Беспалов Р.С. Транспортная логистика. Новейшие технологии построения эффективной системы доставки: моногр.; Вершина — М., 2007. — 384 с.
4. Курганов В.М. Логистика. Транспорт и склад в цепи поставок товаров. Учебно-практическое пособие. — М.: Книжный мир. 2009. — 432 с.
5. Ягузинская И. Ю., Бирюков Е. О. Перспективы внедрения и развития информационных систем в транспортной логистике // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2015. — Т. 35. — С. 151–155. — URL: <http://e-koncept.ru/2015/95584.htm>.

Совершенствование механизма управления развитием малого и среднего бизнеса в сельском хозяйстве

Мухан Бахытжан Сабитуллаулы, магистрант
 Российский университет дружбы народов (г. Москва)

В статье анализируются сложившиеся условия, предпосылки и препятствия для развития малого и среднего предпринимательства, рассматриваются пути повышения эффективности бизнеса на рынке.

Ключевые слова: *малый бизнес, средний бизнес, пути развития малого и среднего бизнеса, система управления на предприятии, господдержка малого и среднего бизнеса*

Рассматривая данную проблему, прежде всего, следует отметить, что производственной основой устойчивого развития сельских территорий является устойчивое развитие сельского хозяйства. Исследования ученых по проблемам устойчивого развития сельского хозяйства и сельских территорий показали, что устойчивое сельскохозяйственное производство как система:

- создает и контролирует естественные биологические циклы;
- минимизирует вредное воздействие на здоровье, природу, качество воды и окружающую среду;

- защищает и восстанавливает плодородие почвы и естественные ресурсы;
- оптимизирует использование не возобновляемых ресурсов;
- повышает эффективность использования всех видов ресурсов на предприятиях всех форм собственности;
- обеспечивает рост конкурентоспособности и эффективности сельского хозяйства;
- повышает качество жизни и обеспечивает стабильный доход сельскому населению.

Малое и среднее предпринимательство играет важную роль в развитии сельского хозяйства. С одной стороны, экономической, оно вносит существенный вклад в производство сельскохозяйственной продукции и обладает при этом огромным потенциалом для наращивания объемов её производства. С другой, социальной, — создает новые рабочие места, снижает уровень бедности, поддерживает сельский уклад жизни и сохраняет «целостность» территории страны. Однако малое и среднее предпринимательство в сельском хозяйстве не способно лишь своими силами справиться с задачами государства по решению социально-экономических проблем на селе. Но именно развивая малое сельское предпринимательство государство способно решить многие из существующих проблем. Это предполагает необходимость государственной поддержки данного сектора экономики [1].

Впервые теоретическая концепция малого предпринимательства была описана в работах Ричарда Кантилиона в 1725–1730 годы. Он разработал первую концепцию предпринимательства и дал определения понятия «предприниматель». Под ним он понимал человека, действующего в условиях рынка.

В современных теориях малого бизнеса в основном выделяются 7 концепций предпринимательства, каждая из которых представляет самостоятельную школу. Каждая школа имеет свой подход к описанию предпринимательства и предпринимательского процесса и отражает различные аспекты одного и того же явления, которые все вместе характеризуют феномен предпринимательства.

Управление бизнесом на малых и средних предприятиях можно подразделить на три уровня менеджеров — это руководители высшего, среднего и низшего звена. Однако на предприятиях предприниматель находится в непосредственном контракте с исполнителями директив. Выбор организационной структуры промышленного производства зависит от внутренних и внешних условий хозяйственной деятельности субъектов малого бизнеса, которые можно подразделить на два основных фактора: технологические особенности производства и рыночную среду.

В рыночной экономике устойчивое развитие малых и средних предприятий характеризуется способностью приспособляться к постоянно меняющейся конкурентной среде. Опыт стран Запада показывает, что основой инновационного предпринимательства являются предприятия малого бизнеса. Однако отечественные инновационно активные малые предприятия значительно отстают в своем развитии от аналогичных предприятий в зарубежных стра-

нах, где последние уже давно являются основным объектом инвестирования.

Важнейшие принципы построения экономического механизма заключаются в сочетании интересов собственников, отдельных работников, производственных формирований и всей хозяйственной системы, а также в целесообразности применения единой системы, одинаковых критериев и показателей оценки результатов деятельности всех субъектов взаимоотношений (малых, крупных предприятий и фирм). Как свидетельствуют проведенные исследования и существующая практика, развитие организационно-экономического механизма хозяйствования малого и среднего бизнеса способствует:

- совершенствованию системы управления;
- созданию для предприятий эффективных систем производства, переработки, транспортировки, хранения и реализации продукции;
- активизации инвестиционных и инновационных процессов;
- модернизации производства;
- повышению занятости;
- росту производительности труда и, как следствие, улучшению качества жизни аграриев.

Исследования показали, что важнейшим этапом совершенствования организационно-экономического механизма развития предприятий малого и среднего бизнеса является оценка факторов рисков. При этом важно не только выявить существующие факторы риска, но и дать им количественную характеристику. Качественная оценка факторов, влияющих на эффективность развития предприятий малого и среднего бизнеса, направлена на выявление факторов, характерных для определенного вида и этапа деятельности. В приложении 8 предложена матрица качественной оценки факторов риска экономической, политико-административной, природной и социальной сфер функционирования сельхозтоваропроизводителей.

В настоящее время необходимо решать задачи по созданию условий для развития инфраструктуры первичной переработки, хранения, транспортировки

и сбыта сельскохозяйственной продукции, изыскания средств для обеспечения устойчивого функционирования малого и среднего агробизнеса, разграничения источников финансирования производства — собственных и заемных, размещения и объемов производства сельхозпродукции по районам на основе сельско-хозяйственной потребительской кооперации мелкотоварного производства и интеграции его с крупным агробизнесом.

Литература:

1. Зинченко А. П. Аграрная политика. Учебники и учебные пособия для студентов высших учебных заведений. — М.: Колосс, 2012. — 305 с.
2. Малое предпринимательство: Реальность и иллюзии (в соавторстве) // Вестник Евразийского Университета. — 2000. — № 4. — С. 66–74.

3. Транспорт Казахстана и Евразия: состояние и перспективы. // Сборник трудов 2-й международной научно-практической конференции «Транспорт и Евразия: взгляд на 21 век», т. 5. — Алматы: КазАТК, 2002. — С. 44–48.
4. Предпринимательство на транспорте Казахстана: состояние и перспективы. // Вестник Евразийского гуманитарного института. — 2003. — № 2 — С. 58–61.
5. Адукова А. Н. Организационно-экономический механизм развития местного самоуправления на сельских территориях. [Текст] / А. Н. Адукова // Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук, Москва. — 2014.
6. Электронный ресурс. — Сетевой адрес: <http://www.gouen.narod.ru/sau/html/lbtc33htm>.
7. Электронный ресурс. — Сетевой адрес: <http://mcx.ru/news/show/5966.htm>

Формирование системы финансовой помощи как одна из перспектив развития денежно-кредитной политики России. Причины уменьшения Резервного фонда Российской Федерации и раскрытие проблем банковской системы Российской Федерации

Наумкина Татьяна Васильевна, кандидат юридических наук, доцент;
Сологуб Татьяна Валерьевна, студент

Московский государственный университет технологий и управления имени К. Г. Разумовского

В данной статье рассмотрены ключевые проблемы уменьшения резервного фонда России за последние несколько лет, так же проблемы банковской системы в Российской Федерации, которые связаны с кризисом в экономике. В связи с этим будут рассмотрены перспективы и механизм создания системы финансовой помощи, которые помогут стимулировать выход страны из кризиса, и поднимут экономическое состояние.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, банковская система, проблемы банковской системы, Резервный Фонд РФ, фонд финансовой стабильности, фонд инвестиций и инноваций, кризис в экономике

Formation of the financial assistance system as one of the prospects for the development of Russia's monetary policy. The reasons for the reduction of the Reserve Fund of the Russian Federation and the disclosure of the problems of the banking system of the Russian Federation.

Naumkina T. V., Candidate of legal sciences, assistant professor;
Sologub T. V., bachelor 4 of course

Moscow state University of technologies and management

This article examines key problems of reducing the reserve fund of Russia over the past few years, as well as the problems of the banking system in the Russian Federation, related to the crisis in the economy. In this regard, the prospects and mechanism for creating a financial assistance system will be considered that will help to stimulate the country's exit from the crisis and raise the economic situation.

Key words: Monetary policy, banking system, problems of the banking system, the Reserve Fund of the Russian Federation, the financial stability fund, the investment and innovation fund, the crisis in the economy

В настоящее время экономика Российской Федерации находится в нелёгкой ситуации, связанной с кризисом. Главная из причин — это санкции. Последствия санкций плохо сказываются на экономике нашей страны. Это привело к повышению инфляции, падению доходов населения, снижению промышленного производства, сильному скачку доллара, из-за которого сильно упали цены на нефть и так же падения курса рубля на международном рынке.

В последствии повысились расходы бюджета, по сравнению с доходом. Из-за скачка стоимости валюты и па-

дения цены нефти, стали появляться «дыры» в бюджете, которые приходится закрывать за счёт Резервного фонда Российской Федерации.

Основная функция государственных резервов России — финансовая стабилизация в условиях кризиса и падения цен на нефть. По данным федерального казначейства дефицит бюджетной системы в 2016 году составил 3142,0 млрд руб. (3,7% ВВП). Дефицит бюджета был профинансирован за счёт средств резервного фонда 2136 млрд руб. в результате расходования резервного фонда для покрытия де-

фицита и так же в связи с курсовой переоценкой остаток фондов снизился на 37,9% и составил 5511,3 млрд руб. [5]

Так как из-за санкций цена на нефть упала, но был заключён договор о временном уменьшении добычи нефти, и в этот период цена на нефть поднялась. Но при этом дополнительные нефтегазовые доходы не могут использоваться для финансирования дополнительных расходов федерального бюджета сверх установленных нормой федеральным законом от 19.06.2016 № 415-ФЗ «о федеральном бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов». [4]

Так же объём Резервного фонда уменьшился ещё за счёт отрицательной курсовой разницы. В иностранной валюте резервный фонд потерял большую часть средств из-за резкого спада курса, при этом, как ни странно потери произошли за счёт укрепления курса рубля и из-за отрицательной переоценки валютных счётов. В отечественной валюте резервный фонд потерял 531,5 млрд руб. Средства Резервного фонда в основном хранятся на валютных счётах Центробанка в иностранных ценных бумагах.

Из-за того, что правительство направляло часть бюджетных средств в депозиты и ценные бумаги, провоцировало ещё большее расходование резервов.

Увеличение резервного фонда можно ускорить за счет решения в области доходов, а точнее поступления от приватизации дивидендов крупных госкомпаний.

По данным Минфина, исчерпание фонда приведёт к необходимости уменьшения большинства бюджетных затрат. В первую очередь это будут затраты по статьям «национальная экономика, образование, жилищно-коммунальное хозяйство». Незначительно уменьшатся «национальная безопасность, национальная оборона и правоохранительная деятельность». [2]

Вопрос рациональности использования Резервного фонда — это вопрос о рациональности и использовании структуры источников финансирования дефицита бюджета.

Вместе с резервным фондом происходят изменения, а банковской системе России.

Отечественная банковская система очень пострадала и была на грани изолирования со стороны запада от рынка капитала. В последствии подорожали источники заёмных средств. Произошёл скачек ключевой ставки ЦБ и в последствии повышение процентных ставок в банковском секторе.

Банковская система — комплекс разнообразных вариаций кредитных учреждений и национальных банков, которые действуют в пределах общепринятого денежно-кредитного механизма. [1]

Банк России пытается решить проблему дефицита финансирования с помощью мер, направленных на поддержку кредитования малого и среднего бизнеса, не сырьевого экспорта, военной ипотеки, то есть оказывает поддержку банкам по льготным ставкам.

Из-за роста инфляции, гражданам очень сложно выплачивать кредиты, потому что доходы граждан при этом

не увеличиваются, а только уменьшаются. Так же эта проблема затронула и компании. [3]

Экономический спад, который продолжается на протяжении последних нескольких лет, ведёт к слабому восстановлению розничного кредитования. Рост депозитов может ослабнуть, ещё более негативный эффект может оказать заморозка бюджетных расходов, о которых было сказано выше, на фондирование.

Фондирование — это привлечённые ресурсы, используемые банком для обеспечения своей основной деятельности. [6]

При дальнейшем исчерпании Резервного фонда Министерство финансов РФ будет вынужден изъять 2 трлн руб. депозитов, которые хранятся на счётах российских банков. Ухудшение ситуации с фондированием может усложнить для ЦБ задачу понижения ставки и, следовательно, негативно повлияет на перспективы роста.

Но Банк России планирует сохранить существующие подходы к проведению денежно-кредитной политики, полагает на ее жесткость оправданной необходимостью снижения инфляции и планирует по-прежнему поддерживать высокие ставки, снижая их только по мере уменьшения темпов роста цен, а экономике. Ключевая ставка Банка России составляет 9,75%. [3]

Это означает, что проблема радикального снижения ключевой ставки Банка России и повышения доступности кредитов, поддержка экспорта российской продукции по-прежнему не будет решаться кардинально.

Для решения таких экономически значимых проблем, возможно создание такой системы, которая в дальнейшем станет фондом поддержки экономики страны. Такая система — система финансовой стабилизации.

Формирование системы финансовой стабилизации в рамках изучения финансовой взаимопомощи требует необходимых ресурсов. Основным элементом системы является фонд финансовой стабилизации. Для его формирования идёт в ход совместное использование средств коммерческих банков, средств Банка России и Резервного фонда Российской Федерации. Эти структуры для фонда финансовой стабилизации дают большие гарантии от государства и банка России, и так же бизнеса. Благодаря совместному участию, фонд финансовой стабильности станет фондом взаимопомощи.

Участие каждой структуры поможет друг другу в стабилизации денежно-кредитной политики.

Бизнес будет аккумулировать финансовые резервы с участием государства и банка России. В конце концов, государственные резервы могут быть использованы для нужд экономики в периоды благополучной экономической конъюнктуры.

Коммерческие банки, вступившие в систему, будут отдавать 1—5% от объёма выданных кредитов. При этом в момент кризиса банки смогут получить свои средства. Возможно участие и юридических лиц.

Основной функцией Фонда финансовой стабильности является кредитование юридических лиц, предпринимателей для поддержки их функционирования.

Фонд будет для страны дополнительной гарантией для вкладчиков банка, что приведёт к доверию к банковской системе, увеличению объёмов вкладов. Для эконо-

мики в момент кризиса будет поддержка, а именно гораздо меньшее падение роста экономики. [3]

Литература:

1. Лаврушина О.И. Банковские риски: учебник / под ред. О.И. Лаврушина, Н.И. Валенецовой. — М.: КНОРУС, 2014.
2. Информация официального сайта Министерства финансов Российской Федерации <http://www1.minfin.ru/ru/national-wealthfund>.
3. Сайт Банка России <http://www.cbr.ru>
4. Официальный сайт правовой поддержки <http://www.consultant.ru/>
5. Официальный сайт Федерального казначейства. <http://www.roskazna.ru/>
6. Свободная энциклопедия <https://ru.wikipedia.org>

Применение морского транспорта в организации цепей поставок (на примере Приморского края)

Политаева Екатерина Валентиновна, магистрант
Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

Рассмотрены значение Приморского края как центра развития транспортно-логистических коридоров в мировом логистическом пространстве, особенности цепей поставок с применением морского транспорта на примере Приморского края. Раскрыты проблемы и перспективы развития Приморского морского транспортного узла.

Ключевые слова: морская логистика, цепи поставок, морской транспортный узел

Новые экономические вызовы конца 1970 годов — начала 1980 годов потребовали усилий по выработке современных эффективных управленческих решений и концепций. Бесспорным является тот факт, что одним из ключевых факторов успеха деятельности в условиях конкурентного рынка является надёжность и устойчивость цепей поставок. Это обстоятельство послужило толчком ширококомасштабных исследований управления цепями поставок, начало которым было положено в 1982 году консультационной компанией «Оливер и Вебер». Зарубежные учёные М. Кристофер и Д. Ментцер в 90-е годы 20 века дали определение цепи поставок (Supply Chain — SC). В последующие годы глубокие разноплановые исследования в области методологии логистики, управления и проектирования цепей поставок провели многие российские и зарубежные специалисты, в том числе Д. Дж. Бауэрсокс, Р. Баллоу, М. Кристофер, А. В. Парфенов, И. И. Сидоров, О. Б. Маликов, В. И. Степанов, Дж. Сток, А. П. Тяпухин, С. А. Уваров, Д. Уотерс, Дж. Шапиро, В. В. Щербаков.

На современном этапе развития для России существенное значение имеет ускоренная интеграция в мировое логистическое пространство транспортного и торгового комплексов, создание благоприятствующих условий для беспрепятственного перемещения товаров, услуг, капитала и рабочей силы. И в сложившейся ситуации важную роль для Российской Федерации в развитии транспортно-логистических коридоров приобретает дальневосточное

направление, которое обеспечивает сохранение свободного выгодного выхода на страны АТР, США, Канаду и др. Следует отметить, что Приморскому краю согласно Стратегии развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 года определена роль международного делового, представительского, транспортно-логистического, инновационно-образовательного и туристического центра. Этот регион должен стать стратегической точкой роста, которая позволяет России занять конкурентные позиции на современных и будущих рынках товаров и услуг в Азиатско-Тихоокеанском регионе и в мировой экономике в целом

Представляется бесспорным, что именно морскому транспорту принадлежит ведущая роль в транспортной системе Приморья, так как он, во-первых, позволяет обеспечивать морские международные связи страны, во-вторых, имеет ресурсы для удовлетворения потребности в перевозках в каботажном плавании (малый и большой каботаж), в-третьих, эффективно выполняет перевозки грузов иностранных фрахтователей (ГИФ), включающих в себя как экспортные, так и импортные перевозки, а также перевозки грузов между иностранными портами, которые не связаны с внешней торговлей, а осуществляются в порядке попутной загрузки или специальными рейсами.

Приморский морской транспортный узел имеет обособленные характеристики, подтверждающие его конкурентные преимущества и приоритетные возможности развития: во-первых, это выгодное геополитическое положение,

обеспеченное открытым выходом в Мировой океан, тогда как порты Чёрного и Балтийского морей «закрыты» системами проливов, поэтому функционально ограничены по этому показателю. Во-вторых, привлекательна возможность приёма у причалов крупнотоннажных судов, включая танкеры дедвейтом свыше 100 тыс. тонн, а при использовании рейдовых перегрузочных терминалов и супертанкеров практически без ограничения грузоподъемности. В-третьих, явным преимуществом является благоприятная ледовая обстановка, которая позволяет круглогодично без ледокольного сопровождения транспортировать грузы. К благоприятствующим факторам, безусловно, следует отнести и относительно развитую систему железных дорог, позволяющую доставлять грузы к портам в объеме до 30 млн тонн в год, при условии же модернизации и осуществления перехода железной дороги на полную двухпутную схему — до 40 млн тонн в год. Завоевание устойчивых позиций в инвестиционном рейтинге первой трети субъектов Российской Федерации обусловлено высоким промышленным и кадровым потенциалом. Совокупность всех перечисленных выше характеристик способна обеспечить рыночную привлекательность и уровень доверия со стороны фактических или потенциальных заказчиков или покупателей.

Но следует отметить, что существенным недостатком является тот фактор, что часть предпринимателей, особенно среднего бизнеса и грузовладельцев в центральных регионах и в Сибири, иностранные партнёры мало информированы об этих транспортных возможностях Приморского края; они не обладают реальными документами о способах доставки грузов через Дальневосточный Федеральный Округ (ДФО), не имеют свидетельств конкурентоспособности Приморья по сравнению с портами Прибалтики, Украины и Западной части Российской Федерации. Также серьёзными факторами, сдерживающими нарастание потоков товаров и пассажиров, являются отсутствие современных логистических технологий, которые сегодня настоятельно требует организация транспортного процесса; длительные сроки доставки, низкий уровень контейнеризации перевозок. Бесспорно и то, что эффективность работы Приморского морского транспортного узла связана с недостаточным уровнем межотраслевой и межрегиональной координации в развитии транспортной инфраструктуры, что ведет к нерациональному расходованию ресурсов и препятствует повышению рыночной привлекательности.

Несмотря на то, что региональные аспекты деятельности морских портов достаточно исследованы в работах учёных-дальневосточников П. Я. Бакланова, Ю. В. Коваленко, А. А. Луговца, Я. Н. Семенихина и ряда других, недостаточно полно разработаны практические рекомендации по управлению конкурентоспособностью портов для укрепления их позиций в регионе, так как развитие транспортных систем сопредельных государств опережает развитие транспортных систем Приморья. Общеизвестный факт, что в настоящий момент в порту Восточном груз оформляется в продолжение 12 дней, тогда как в южнокорейском

порту Пусан этот срок составляет всего 1 день. В связи с этим сегодня необходимы и востребованы дальнейшие исследования подходов к методам повышения конкурентоспособности морских портов на транспортно-логистическом рынке АТР, которая напрямую зависит от координации и синхронизации стратегии развития всей системы в целом. Серьёзные шаги в этом направлении сегодня делаются многими исследователями. Например, Жереди́й Ю. В. в своей диссертации предложила ряд существенных мер по изменению управления конкурентоспособности морских портов и консультировала работу по внедрению данных предложений в работе торгового порта города Владивосток [1].

Настоятельная необходимость такого рода исследований продиктована тем, что важно сделать востребованным морской способ доставки грузов из Китая в порты Владивостока и Находки, так как только 10 % объемов импортных грузов, вышедших из КНР, проходит через таможни Находкинская, Владивостокская, Сахалинская, Хасанская, Ванинская, что составляет лишь 16 % от общего объёма импорта из КНР в стоимостном выражении. Это весьма незначительные показатели, несмотря на то, что доля приморских портов в объемах перевозки грузов морским транспортом Дальневосточного бассейна составляет 75,5 %. По результатам экспертных заключений, грузооборот портов по различным сценариям может составлять от 120 млн т. до 300 млн. Эти расчёты свидетельствуют, что грузооборот можно увеличить от 2 до 6 раз. Многочисленные инфраструктурные проблемы, множество придинок и лишних требований превращают процесс оформления грузов в громоздкую и затратную процедуру [2].

Выявленные проблемы можно решить за счёт реализации следующих направлений: развитие портовой системы с одновременным увеличением масштаба субъектов транспортно-логистического кластера, создание условий и возможностей для интеграции транспортной системы Приморского края в макрорегиональную систему перевозок.

Первоочередное значение в этом комплексе мер имеет реформирование портово-производственной зоны и эшелонированного порта на базе существующих портов Восточный, Находка, включающее строительство современного терминального комплекса, складских сооружений. Разрабатывая и осуществляя данные мероприятия, следует учитывать структуру перспективных грузов данного порта, ими должны стать контейнерные грузы, уголь, зерно, продукция нефтехимического, лесопромышленного и рыбоперерабатывающего комплексов.

В сегодняшней ситуации важное значение приобретает специализация транспортных узлов: портовый комплекс Восточный — Находка должен выполнять функции универсального; региональный порт в бухте Козьмино специализироваться на нефти и нефтепродуктах; порт в бухте Суходол — на перевалке угля; порт в бухте Троица — уголь, контейнеры, транзитные грузы, в том числе из Китая. Глобальные изменения связаны с перспективами создания и функционирования согласно Федеральному закону сво-

бодного порта Владивосток (СПВ), в котором с целью привлечения инвестиций и создания одного из крупнейших портов АТР планируется введение особого правового режима предпринимательской и инвестиционной деятельности, дополнительных механизмов поддержки резидентов, что позволит создать зону Freeport (порто-франко). Осуществление запланированных мер должно привести к увеличению грузооборота порта Владивосток в 1,4 раза к 2020 году [3].

Стимулирование развития транспортно-логистического кластера неразрывно связано с ростом российских судоходных компаний, в том числе и национальной с грузоподъемностью не менее 4 млн тонн. Скоординированное развитие транспортных узлов России обеспечит транспортировку грузов из различных российских регионов, привлечение экспортных и транзитных грузов позволит повысить роль портов приморского региона. В связи с этим в перспективе порт Восточный приобретёт статус регионального транзитного, где перевозчик будет иметь все возможности для перегрузки.

С целью интеграции транспортной системы Приморского края в макрорегиональную систему перевозок результативным будет формирование регионального порта на базе портового комплекса Восточный — Находка с ориентацией на грузопотоки из Японии, Северной Америки, Южной и Северной Кореи. В связи с этим необходимы не только существенные улучшения условий работы всех служб портового комплекса, технологическая модернизация портовых мощностей с целью увеличения производительности, но и партнёрское взаимодействие с лидерными портами. Синхронное взаимодействие всех видов транспорта также позволит интегрировать транспортную систему региона в макрорегиональную систему. Например, увеличение транзита грузов из северо-восточного Китая через порты Приморья возможно и за счёт развития автодорожной сети и пограничных переходов или за счёт новых схем транспортировки (схема: из Циндао морем во Владивосток, из Владивостока по Транссибу в Москву). Международный транспортный коридор (МТК) «Примо-

рье-2» даст возможность северо-восточным провинциям КНР кратчайший выход к морю, к Японии, Южной Корее и другим странам региона через Приморский край. Планируется, что потенциальный объём грузовой базы МТК «Приморье-2» к 2030 году составит 23 млн тонн зерновых (пшеница, соя, рис), 15 млн тонн контейнерных грузов. Верхнеуровневая оценка инвестиций в проект МТК «Приморье-2» составляет около 170 млрд рублей. Как сообщает ТАСС, в рамках международного транспортного коридора «Приморье-1» был дан старт новой контейнерной линии Land Sea Channel — первое судно китайских предпринимателей с 290 стандартными контейнерами покинуло порт Восточный.

В Приморском крае планируется создание крупных логистических узлов: Владивостокский и Находкинский, задачей которых будет обеспечение взаимодействия морского, воздушного и сухопутных видов транспорта, имеющих надежные каналы связи.

Таким образом, государственная политика, направленная на создание условий повышения конкурентоспособности приморских портов, должна содействовать реформированию системообразующих элементов транспортно-логистического комплекса Приморского края: транспортных узлов, магистральных и местных путей сообщения, контейнерных и грузоперерабатывающих терминалов, мультимодальных транспортно-логистических центров (МТЛЦ). Использование эффективных информационных систем, оптимальный выбор поставщиков и результативное взаимодействие с ними, снижение издержек производства через оптимизацию потоков продукции и оперативного обмена информацией между контрагентами; более качественное обслуживание потребителей по всем параметрам грузоперевозок будет способствовать достижению планируемых значительных результатов. И в этом случае приморские порты, располагая существенными конкурентными возможностями, смогут эффективно функционировать в условиях взаимосвязи российского рынка с процессами рыночной глобализации.

Литература:

1. Ю. С. Жереди́й. Морские порты как ключевой фактор развития конкурентной среды морских перевозок. // Дальневосточный регион: экономика, управление, финансы. / Сб. статей — Владивосток: Из-во Дальневост. ун-та, 2006. — С.153—156.
2. Я. Н. Семенихин. Управление развитием морского транспорта: проблемы и возможности. / Сб. пленарных докладов пятой международной научно-практической конференции «Проблемы транспорта Дальнего Востока», Владивосток: ДВО ПАТ, 2003. — 156 с.
3. А. И. Фисенко. Роль морских портов Приморского края в развитии транзитной функции региона в условиях создания свободного порта Владивосток. // Фундаментальные исследования. — 2015. — № 8—2. — с.432—439.

Оценка и выбор стратегии выведения машиностроительной продукции на зарубежный рынок

Табачный Евгений Макарович, кандидат технических наук, доцент;

Абашева Алина Андреевна, студент

Национальный исследовательский университет «Московский энергетический институт»

Машиностроение — одна из наиболее сложных отраслей промышленной экономики любой страны, ею определяется степень развития научно-технического прогресса. Разработки отличаются большой трудоемкостью и высокими затратами на научные исследования. В совокупности с металлообрабатывающей отраслью машиностроение образует отдельный машиностроительный комплекс экономической системы России.

В наши дни машиностроение занимает среди всех отраслей мировой промышленности первое место как по числу занятых, так и по стоимости продукции. Место и роль, которую эта отрасль занимает в народном хозяйстве страны, предопределяет во многом направление политики государства в области экономики. Машиностроение, создавая наиболее активную часть основных производственных фондов — орудия труда — в значительной степени оказывает влияние на темпы и направления научно-технического прогресса, а также на другие экономические показатели в различных отраслях народного хозяйства.

В современном мире практически любая успешно развивающаяся компания в конечном итоге задумывается о принятии такого серьезного для ее дальнейшего процветания решения, как расширение границ реализации своей продукции и выход на зарубежные рынки. Внешнеэкономическая деятельность является одной из важнейших сфер деятельности предприятий машиностроения. Однако, если рассматривать возможности

выхода российских предприятий машиностроения на внешние рынки в условиях сложившейся в мире ситуации, возникает ряд проблем, связанный как с политическими, так и с экономическими санкциями, введенными в отношении России и ряда российских организаций в связи с событиями на Украине, которые произошли в 2014 г. Данное явление подтверждает и усиливает значимость верного выбора стратегии выхода на зарубежный рынок, машиностроительной продукции.

Разработка стратегии проникновения на внешние рынки машиностроительного предприятия будет эффективно реализованной только при условии полного учета всех факторов, которые присутствуют на внешнем и внутреннем рынке.

Принимая во внимание то, что совокупность факторов, определяет выбор стратегии, нами проведена оценка влияния каждого фактора внешней и внутренней среды на внешнеэкономическую деятельность машиностроительного предприятия.

Представленные в классификации факторы внутренней и внешней среды машиностроительного предприятия, позволят осуществить эффективное формирование стратегии машиностроительного предприятия (Таблица 1). В числе наиболее значимых факторов необходимо выделить: систему качества продукции, информационные ресурсы своевременность проникновения на внешние рынки, конструкторский потенциал маркетинговые ресурсы [3,7,6].

Таблица 1. Классификация факторов внутренней и внешней среды машиностроительного предприятия

Признак классификации	Виды факторов	Содержание фактора
ВНУТРЕННИЕ ФАКТОРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ		
1. Финансовые ресурсы	Собственные Заемные	Уровень собственных средств. Уровень заемных средств.
2. Производственный потенциал	Научно-технический Производственно-технический	НИОКР. Патенты. Программное обеспечение. Прогрессивное оборудование. Модульная автоматизированная технология. Уровень автоматизации производства и управления.
3. Конструкторский потенциал	Профессиональные	Конструкторские разработки. Усовершенствованные технологические процессы изготовления деталей. Исследования и разработки.
4. Кадровые ресурсы	Профессиональные Социальные	Уровень квалификации кадров. Уровень образованности работников Безопасность охрана труда. Условия труда и отдыха. Продолжительности жизни работников (жителей).

Признак классификации	Виды факторов	Содержание фактора
5. Информационные ресурсы	Глобальные Производственные	Современная информационная сеть страны Программное обеспечение. Уровень прогрессивных технологических процессов. Информационная база данных конструкторских разработок Информационная база данных оценки успешности проникновения на внешний рынок
6. Система качества продукции	Технические Качественные	ГОСТ, ОСТ СНИПы. Оперативность решения технических вопросов. Уровень качества закупаемого материала и комплектующих. Сертификат соответствия стандарту ISO 9001.
3. Временные ресурсы	Стратегические Тактические	Уровень опережения конкурентов. Система рекламы. Своевременность проникновения на рынок График ремонта оборудования.
7. Маркетинговые факторы	Ключевые Специфические Психологические Экономические	Сроки поставки насосного оборудования. Координация управления между представительством и предприятием. Достаточность маркетинговой информации о внешних рынках. Условия эксплуатации интенсивность освоения залежей нефти, объем ввода скважин, безотказность оборудования. Уровень взаимоотношения партнеров. Лояльность. Доступ к ресурсам, объем продаж. Сокращение затрат.
ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ ПРЕДПРИЯТИЯ		
1. Государственное регулирование	Налоговое Валютное Политическое Таможенное Экономическое	Налоговая система. Уровень государственного регулирования экономики. Стабильность политической ситуации в стране. Безопасность труда в стране. Законодательная система в стране. Стратегия обеспечения экономической безопасности страны. Таможенное регулирование. Уровень рыночных отношений в стране. Экономическая политика ориентированная на экспорт.
2. Конкуренция	Высокая Низкая	Конкурентоспособность продукции. Цена на оборудование и комплектующие. Качественные показатели продукции. Конкурентоспособная стратегия.
3. Природные ресурсы	Природно-географические Экологические	Страна, богатая природными ресурсами. Экономически выгодное географическое положение страны. Рост интенсивности освоения новых залежей Уровень экологической безопасности
4. Система качества продукции	Качественные Экологические	Условия эксплуатации и обслуживания. Безотказность оборудования. Сертификат соответствия стандарту ISO 9001. Система экологического менеджмента качества. Уровень экологической эффективности.

Принимая во внимание результаты классификации, фактором выделяем приоритетные факторы представляющие особую ценность для машиностроительного предприятия (Рисунок 1).



Рис. 1. Приоритетные факторы машиностроительного предприятия

Для оценки реализации стратегии было выбрано предприятие по производству полнокомплектных установок электроцентробежных насосов (УЭЦН) для добычи нефти.

Эффективность реализации стратегии выхода компании на зарубежный рынок зависит от маркетинговой политики производителей насосного оборудования. Во внешнеэкономической деятельности маркетинговая политика машиностроительного предприятия производителя насосов представляет собой, комплекс системы организации производства и сбыта товара, оказания услуг, ориентированных на зарубежного потребителя, на основе иссле-

дования и прогнозирования тенденций развития мирового рынка.

Оценка успешности маркетинговой стратегии проникновения на внешние рынки машиностроительного предприятия производителя насосного оборудования проводится по каждому типу рынка (N) отдельно (Таблица 2).

Ключевые факторы успешности по рынку N разбиты на три уровня (высокий, средний, низкий) для определения степени удовлетворенности и измерения показателя значимости для предприятия. Максимальное значение положительного результата показателя — 5 баллов, среднего — 3 балла и низкого — 1 балл.

Таблица 2. Оценка успешности маркетинговой стратегии проникновения на внешний рынок N машиностроительных предприятий

Комплексные факторы успешности проникновения на внешний рынок N	Уровень измерения КФУ по рынку N	Показатель значимости предприятия (x_i)	Оценка в баллах по рынку N (z_i)	Показатель успешности U_{Ni} по рынку N ($x_i z_i$)	Группы факторов
1. Рост интенсивности освоения новых залежей нефти	Высокий Средний Низкий	$x_{1=}$	5 3 1	$x_{1.z i}$	Общепринятые ключевые факторы успешности
2. Рост объемов ввода скважин с насосным оборудованием	Высокий Средний Низкий				
3. Условия эксплуатации и обслуживания насосных установок	Высокий Средний Низкий				
4. Безотказность насосного оборудования	Высокий Средний Низкий				
5. Доступность и организованность сервиса	Высокий Средний Низкий				

Комплексные факторы успешности проникновения на внешний рынок N	Уровень измерения КФУ по рынку N	Показатель значимости предприятия (x _i)	Оценка в баллах по рынку N (z _i)	Показатель успешности Y _{Ni} по рынку N (x _i ·z _i)	Группы факторов
6. Гибкость в производстве различных моделей и типоразмеров	Высокий Средний Низкий				
7. Репутация у потребителей	Высокий Средний Низкий				
8. Соблюдение сроков поставки	Высокий Средний Низкий				
9. Наличие гарантий на товары и гарантий выполнения обязательств	Высокий Средний Низкий				
10. Достаточность информации о внешних рынках	Высокий Средний Низкий				
11. Координация управления представительством на рынке и предприятием	Высокий Средний Низкий				
12. Возможность учета индивидуальных запросов покупателей	Высокий Средний Низкий				
13. Своевременность проникновения на рынок	Быстро Постепенно Медленно	X13=	5 1 -5	X13.z _i	
Итоговый показатель оценки успешности стратегии проникновения на внешний рынок N				Σ Y _{Ni}	

Показатель своевременности проникновения на рынок N определяется исходя из времени, в течение которого произошло достижение поставленных целей стратегии. Расчеты проводятся поэтапно:

Этап 1. Рассчитываются показатели успешности Y_{Ni} по рынку N:

$$Y_{Ni} = x_i \cdot z_i \quad \text{max}, \quad (1)$$

где, x_i — показатель значимости комплексных факторов успешности предприятия по отдельному типу рынка;

z_i — оценка в баллах комплексных факторов успешности показателя предприятия по отдельному типу рынка.

Этап 2. Определяется итоговый показатель оценки успешности стратегии проникновения на внешний рынок N, путем суммирования показателей успешности по N-му рынку каждого комплексного фактора:

$$\Sigma Y_{Ni} = Y_{N1} + Y_{N2} + \dots + Y_{N13} \quad (2)$$

Этап 3. Определяются максимальные и минимальные значений показателей успешности:

$$\Sigma Y_{Nmax} = \Sigma x_{imax} + \Sigma z_{imax}, \quad 3$$

где, Σ Y_{imax} — максимальный суммарный показатель комплексных факторов успешности проникновения на внешний рынок N.

Σ x_{imax} — максимальный суммарный показатель значимости по всем комплексным факторам успешности.

Σ z_{imax} — максимальный суммарный показатель оценки в баллах по всем комплексным факторам успешности.

$$\Sigma Y_{Nmin} = \Sigma x_{imin} + \Sigma z_{imin}. \quad (4)$$

где Σ Y_{Nmin} — минимальный суммарный показатель комплексных факторов успешности проникновения на внешний рынок N.

Σ x_{imin} — минимальный суммарный показатель значимости по всем комплексным факторам успешности.

Σ z_{imin} — минимальный суммарный показатель оценки в баллах по всем комплексным факторам успешности.

Этап 4. Определяется предел максимальных и минимальных суммарных значений показателей успешности где, необходимо соблюдение условия:

$$\Sigma Y_{Nmax} \leq \Sigma Y_{Ncp} \geq \Sigma Y_{Nmin}. \quad (5)$$

где Σ Y_{Ncp} — средний суммарный показатель оценки в баллах по всем комплексным факторам успешности или *точка определения успешности стратегии* на рынке N.

Предложено определение «точка определения успешности стратегии» (ΣY_{Ncp}) проникновения на внешний рынок как показатель успешности стратегии при выявленных недостатках и достоинствах комплексных факторов успешности *предел максимальных и минимальных суммарных значений показателей успешности, при котором применяемая на внешнем рынке маркетинговая стратегия имеет устойчивую положительную тенденцию.*

Маркетинговыми службами предприятия проводится анализ успешности стратегии проникновения на внешний рынок по каждому отдельному рынку опираясь на полученные данные при расчете итогового показателя оценки успешности стратегии.

Анализ выявляет преимущества и недостатки по каждому комплексному фактору на отдельном рынке, что позволяет предприятию наглядно представить необходимые маркетинговые решения по улучшению работы на каж-

дом рынке отдельно и предпринять решительные действия по устранению выявленных недостатков.

Разработанная методика по оценке успешности маркетинговой стратегии на внешнем рынке машиностроительных предприятий производителей насосного оборудования продукции в течение 2015–2016 гг. апробировалась на примере одного из лидеров российской нефтяной машиностроительной промышленности ПАО «АЛНАС» производителя модульных электропогружных установок для добычи нефти. Методика получила положительный отзыв и принята к дальнейшему внедрению в маркетинговую деятельность предприятия.

Проведен анализ успешности стратегии проникновения на зарубежные рынки машиностроительного предприятия и приведены расчеты согласно предложенной методике (таблица 3).

Расчет производился по трем типам рынка: Американский рынок, Азиатский рынок и рынок стран СНГ (на примере Республики Казахстан).

Таблица 3. Сводная таблица показателей успешности стратегий по представительствам на внешних рынках

«Маркетингово-сервисные представительства» по типам рынка		Американское представительство				Азиатское представительство				Представительство СНГ Казахстан			
Период исследования		2015 год		2016 год		2015 год		2016 год		2015 год		2016 год	
Наименование показателя													
Максимальные и минимальные показатели по типу рынка		<i>max</i>	<i>min</i>	<i>max</i>	<i>min</i>	<i>max</i>	<i>min</i>	<i>max</i>	<i>min</i>	<i>max</i>	<i>min</i>	<i>max</i>	<i>min</i>
Соблюдение условия $\Sigma Y_{Nmax} \leq \Sigma Y_{Ncp} Nmin$	баллы	255	11	255	11	255	11	255	11	270	12	270	12
		Условие выполняется		Условие выполняется		Условие выполняется		Условие выполняется		Условие выполняется		Условие выполняется	
Итоговый показатель оценки успешности стратегии	баллы	121		137		27		39		167		211	
Точка определения успешности	баллы	133				133				141			

Анализ результатов апробации разработанного методического подхода к оценке успешности маркетинговой стратегии проникновения на внешние рынки машиностроительного предприятия, показал увеличение значение итоговых показателей успешности по сравнению с прошлым периодом, что свидетельствуют об улучшении вне-

шнеэкономической деятельности, в связи с внедрением комплексной стратегии основанной на «маркетингово-сервисном» принципе.

Положительная динамика объема продаж, результаты которого представлены в таблице 4, является весомым показателем эффективности разработок.

Таблица 4. Сводная таблица показателей объема реализации насосного оборудования на внешних рынках за 2015–2016 гг.

Потребители по типу рынка	2015 год				2016 год			
	насосы		Двигатели		насосы		двигатели	
	Кол-во, шт.	Выручка без НДС, млн руб.	Кол-во шт.	Выручка без НДС, млн руб.	Кол-во, шт.	Выручка без НДС, млн руб.	Кол-во, шт.	Выручка без НДС, млн руб.
1. Американский рынок	12	4893,3	12	7163148	34	1484,9	26	1598,8154
2. Азиатский рынок	4	1631,1	4	23877	11	4804,2	8	4919,432
3. Рынок стран СНГ Казахстан	19	7557,7	21	8983,5	47	201602	39	17151,7
ИТОГО	35	140821	37	18534,4	92	39814,1	73	380593

На основании проведенных расчетов определены показатели по которым определяются преимущества и недостатки по каждому комплексному фактору успешности, что дает преимущества при принятии маркетинговых решений по улучшению работы и устранению выявленных недостатков.

Оценка успешности была выполнена в компьютерной программе «*Strategy estimation*», позволяющей автоматизировано рассчитывать показатели успешности и дополнительно представляющую базу данных для анализа внешнеэкономической деятельности по каждому типу рынка в течение длительного периода времени.

По итогам апробации разработанного методического подхода получено 39814000 млн.руб. годовой прибыли от реализации продукции, что на 24% выше чем предоставленные результаты на начало исследования.

Создание представительств компании на внешних рынках, основанное на «маркетингово-сервисном» принципе позволит предприятию решить следующие проблемы:

- сервисного обслуживания насосных установок зарубежных покупателей;
- соблюдения сроков поставки погружного насосного оборудования;

- наличия запасных частей для ремонтно-сервисного обслуживания насосного оборудования;
- маркетинговой информации о состоянии внешних рынков;
- покупателями продукции;
- международной координации и коммуникации;
- распределения технических и маркетинговых ресурсов.

Создание представительств зарубежом основанных на маркетинге и современных сервисных центрах позволит компании занять определенную долю на внешних рынках насосного оборудования, тем самым значительно снизить цену для зарубежных покупателей на насосное оборудование и сервисное обслуживание.

Такой подход к ведению международного промышленного маркетинга даст возможность машиностроительным предприятиям укрепить позиции на международном рынке снизить уровень территориальной зависимости, повысить уровень взаимоотношений между производителями и потребителями продукции, обеспечить увеличение объема продаж и расширить объемы сбыта.

Литература:

1. Ансофф И. Стратегическое управление. — М.: Экономика 2013. — 518 с.
2. Аньшин В. М. Инвестиционный анализ: Учеб.-практ. пособие. — М.: Дело, 2013. — 280 с- (Сер. Библиотека современного менеджера).
3. Баландина Т. А. Коновалов Л. А., Степкина З. Л. Экономико- математическая модель оптимизации прибыли организации// Математика. Приложение математики в экономических, технических и педагогических исследованиях: Сб. науч. тр./ Под ред. М. В. Бушмановой. — Магнитогорск: МТУ, 2011. — С.58–62.
4. Баландина Т. А., Степкина З. Л. К вопросу о формировании стратегии промышленного предприятия// Проблемы и опыт экономического управления предприятием: Межвуз. сб. науч. ст. — Уфа: УГНТУ, 2016. — С.21–24.
5. Баландина Т. А. Степкина З. Л. Разработка комплексного показателя, характеризующего финансовое состояние предприятия// Вопросы формирования и эффективного функционирования рыночной системы: Межвуз. сб. науч. тр. — Магнитогорск: МГТУ 2015. — Вып.5. — С.74–79.
6. Волков Н. Г. Экономическая политика организации// Экономика. — 2014. — № 3. — С.14–22.
7. Глинн Дж., Маркова В., Перкинс Д. Стратегия бизнеса. — 2-е изд. — Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН Canterbury Business School 2014.

Построение и оценка организационной структуры предприятия

Тезяева Анна Сергеевна, студент

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

Организационная структура управления — это способ выражения разделения и кооперации управленческой деятельности, в рамках которой координация осуществляется посредством выполнения соответствующих функций, ориентированных на достижение намеченных целей.

Организационную структуру предприятия в свою очередь можно определить как совокупность подразделений (производственных и обслуживающих) и их взаимосвязи в ходе производственного процесса. В этом виде структурирования определяется порядок подчиненности работников и подразделений.

Производственная структура предприятия представляет собой совокупность подразделений, непосредственно участвующих в снабжении, изготовлении, транспортировке и хранении продукции. В условиях рыночной экономики к числу производственных следует относить и научные, и маркетинговые (сбытовые) подразделения. Производственная структура является частью организационной структуры.

Факторы, определяющими сложность и иерархичность организационной структуры:

- объем выпуска продукции,
- номенклатура выпускаемой продукции,
- сложность и уровень унификации продукции,
- уровень специализации и кооперации производства

Организационная структура в зависимости от рассмотренных факторов может быть:

- линейной
- функциональной
- линейно-функциональной
- матричной (штабной)
- бригадной
- дивизионной
- проблемно-целевой.

Процесс управления, как правило, можно выразить следующими функциями: организация, планирование, координация, стимулирование, контроль.

Под функцией понимается вид управленческой деятельности, имеющий свою отдельную, конкретную цель.

1. Организация — распределение полномочий и обязанностей. Содержание функции включает формирование

структуры, обеспечение технической и кадровой оснащенности подразделений предприятий. Цель функции — материальное, финансовое и кадровое обеспечение под выбранные показатели, тактику и стратегию.

2. Планирование, оно предусматривает установление последовательности действий с указанием сроков, объемов и ответственности исполнителей в целях планирования выпуска продукции, услуг, выполнения работ.

3. Координация — текущее распорядительство, в том числе регулирование. Заключает в себе согласование работы производственных и обслуживающих подразделений, целью которого является соблюдение технологической непрерывности (для учреждений) или коммерческой выгода (для предприятий).

Отнесение только трех вышеперечисленных функций к зоне ответственности организационной структуры позволяет конкретизировать суть преобразования организационной структурой как инструмента управления. Уточним, в чём проявляется суть преобразований. Если производятся изменения в структуре предприятия, то происходит реорганизация функций подразделений, может быть не всех, а только части, а далее — претерпевает изменение последовательность и схема взаимодействия между подразделениями — всё это убедительно подтверждает отнесение указанного выше ряда функций управления к компетенции ОС предприятия.

Ниже представлены изменения организационной структуры среднестатистической фирмы небольшого размера.

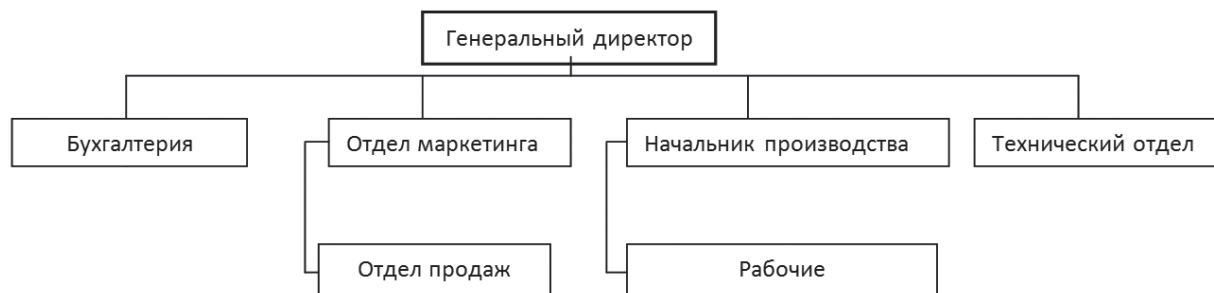


Рис. 1. Линейная ОС предприятия

Как видно из схемы линейной структуры (рис.1), руководитель наделен всеми полномочиями и осуществляет единоличное руководство, а также несет полную ответственность за результаты деятельности вверенного ему хозяйствующего субъекта.

Каждый подчиненный имеет только одного руководителя, а каждый руководитель — нескольких подчиненных в соответствии с нормами управляемости. Таким образом, перед нами линейная структура, которая сформирована по производственному признаку с учетом степени концентрации производства, технологических особенностей, ассортимента и количества выпускаемой продукции. Очевиднее всего при данной организационной структуре предприятие выпускает узкий спектр продукции.

По мере развития предприятия начинается новый период в его деятельности, обусловленный расширением номенклатуры и объема выпуска продукции. Рост предприятия, увеличение номенклатуры продукции, а также изменение рыночных условий хозяйствования, как правило, приводят к увеличению числа уровней управления. На рис. 2 показана новая, линейно-функциональная организационная структура управления. Наличие в этой структуре функциональных связей позволяет различным отделам контролировать работу друг друга. Плюс ко всему, появляется требование активизации деятельности обслуживающих подразделений.

Данный тип организационной структуры имеет свои преимущества и недостатки.

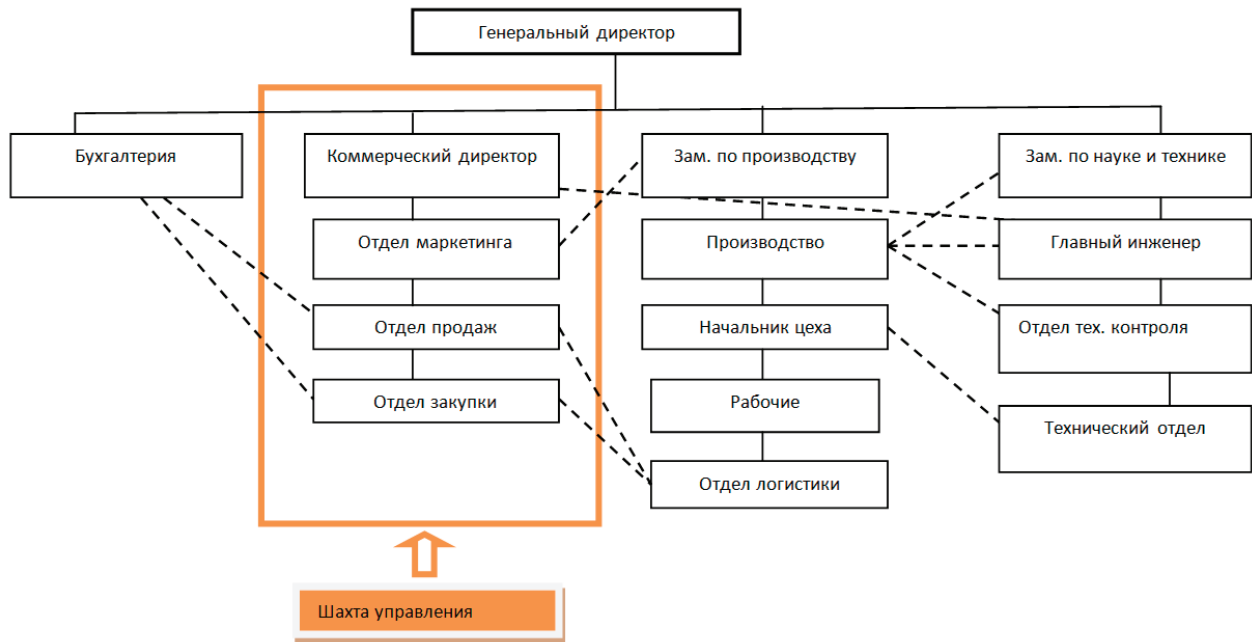


Рис. 2. Линейно-функциональная организационная структура:

- - - — координационно-функциональные связи,
 — — связи подчиненности.

К преимуществам линейно-функциональной структуры можно отнести:

- снятие части нагрузки с высшего уровня управления;
- уменьшение потребности в специалистах широкого профиля;
- как следствие предыдущего плюса — улучшение качества выпускаемой продукции.

Среди недостатков отметим следующие:

- значительное усложнение связей внутри предприятия;
- появление большого количества новых информационных каналов;
- появление возможности переноса ответственности за неудачи на сотрудников других подразделений;

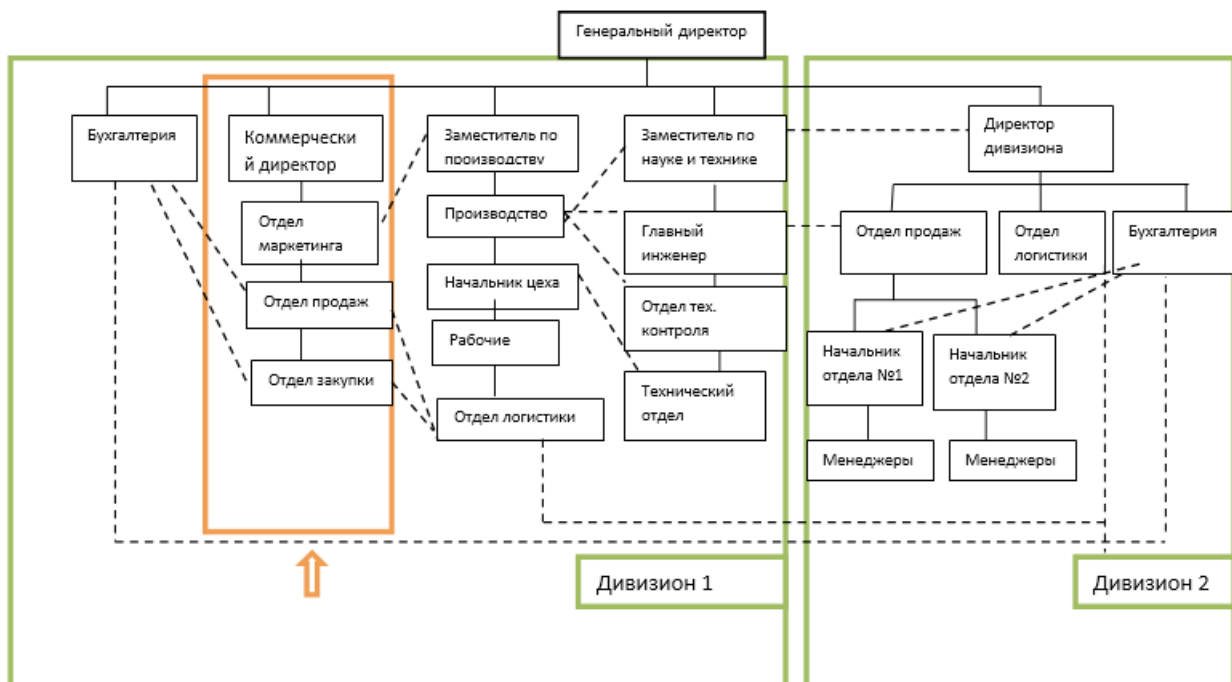


Рис. 3. Дивизионная организационная структура предприятия:

- - - — координационно-функциональные связи,
 — — связи подчиненности.

По истечении определенного срока организационная структура управления предприятия приобретает вид смешанной, а именно, ранее действующая линейно-функциональная структура дополняется элементами дивизионной структуры управления предприятием. Дивизионная организационная структура предполагает достаточно широкую автономию для некоторых подразделений, называемых дивизионами. Дивизион может заниматься выпуском определенного вида продукции, работой на определенной территории или на особом рынке. Структуризация по дивизионам, как правило, производится по одному из критериев:

- по выпускаемой продукции (изделиям или услугам) — мультидивизионная организация;
- по ориентации на определенные группы потребителей — потребительская специализация;
- по обслуживаемым территориям — региональная специализация;

Литература:

1. Инновационный менеджмент и экономика организаций (предприятий): Практикум/Под ред. Чернышева, Т. Г. Попадюк — М.: ИНФРА-М; Вузовский учебник, 2012. 240с.
2. Репина, Е. А. Основы менеджмента: Учебное пособие / Е. А. Репина. — М.: Академцентр, 2013. — 240 с.
3. Веснин В. Р. Основы менеджмента: учебник / В. Р. Веснин. — М.: Проспект, 2013. — 320с.
4. Данько, Т. П., Голубев, М. П. Менеджмент и маркетинг, ориентированный на стоимость: Учебник / Т. П. Данько, М. П. Голубев. — М.: ИНФРА-М, 2014. — 416 с.

- по нескольким рынкам или крупным группам потребителей — рыночная структура управления;
- по видам продукции и регионам, в которых ее продают — глобальная продуктовая структура;
- по регионам и видам продукции — глобальная региональная структура.

Из сравнения 3-х представленных типов структур следует, что при усложнении организации производства происходит не только увеличение связей подчиненности, но и наращивание функционально-координационных связей. Если первичное структурирование предприятия непосредственно выполняет организующую роль, то дальнейшие структурные преобразования нацеливаются и на адаптацию структуры к новым производственным задачам, отвечая обновлению планирования и улучшению координации между структурными подразделениями. Это полностью подтверждает функциональное значение организационной структуры, а именно: организовать, планировать, координировать.

Управление источниками финансирования приоритетных проектов в интересах государственного и частного инвестора

Трегубова Дарья Дмитриевна, магистрант
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

В статье представлены результаты исследования методологического обеспечения моделирования и оценки результативности структуры финансирования проектов ГЧП.

На основании анализа зарубежной и отечественной практики предложены основные рекомендации по совершенствованию существующего методологического обеспечения процесса определения оптимальной структуры финансирования проекта. По итогам исследования сделаны выводы о необходимости сближения показателей эффективности проекта и показателей эффективности реализации целевых программ бюджетов. Кроме того, предложен дополнительный критерий определения структуры источников финансирования на основе сравнительной оценки двух альтернативных моделей финансирования проекта, учитывающих участие публичного партнера.

Ключевые слова: *государственно-частное партнерство, государственный компаратор, модель финансирования, оценка эффективности проекта, бюджетная эффективность, управление источниками финансирования*

В настоящее время в Российской Федерации механизмы Государственно-частного партнерства (ГЧП) при реализации проектного финансирования приобретают особую значимость в виду ограниченности бюджетных средств. Последние могут быть использованы для финансирования экономически значимых инвестиционных проектов регионального значения в качестве источника обеспе-

чения роста инвестиций в регионах. Однако в то время, как в развитых государствах механизмы ГЧП активно используются наряду с традиционными инструментами проектного финансирования практически во всех отраслях и сферах экономики, в Российской Федерации указанный механизм партнерства государства и бизнеса применяется только при реализации ограниченного перечня инве-

стиционных проектов. Невозможность активизации ГЧП в полной мере на региональном и федеральном уровнях связана не только с организационно-правовыми вопросами, но и с финансовыми аспектами реализации проектов. Например, в Российской Федерации сложившаяся практика формирования структуры источников финансирования проектов ГЧП, в отличие иностранной, характеризуется высокой зависимостью успешной реализации проекта от бюджетного финансирования. В этой связи, особую актуальность приобретают проблемы управления источниками финансирования приоритетных проектов в интересах государственного и частного инвестора, а также разработка мер по повышению эффективности бюджетного финансирования в рамках реализации проектов ГЧП. Соответственно, остро встает вопрос о методологическом обеспечении процесса формирования структуры финансирования проектов ГЧП.

Для решения поставленной задачи требуется сравнительная оценка существующих в мировой и отечественной практике подходов к определению оптимальной модели финансирования проектов ГЧП с точки зрения выбранной стратегии инвестирования и заданных критериев эффективности проекта.

Проведенный анализ зарубежных научных исследований в области моделирования структуры источников финансирования проектов ГЧП позволил выделить следующие особенности существующих в этой области подходов. Во-первых, процесс определения оптимальной структуры источников финансирования инвестиций, также как и в России, построен на основании оценки показателей эффективности реализации проекта. Однако, при этом основным критерием формирования структуры финансирования является распределение рисков между партнерами [1]. Во-вторых, иностранные специалисты уделяют наибольшее внимание максимизации эффективности участия частного партнера в виду относительно малой доли бюджетного финансирования в структуре капитала проектов, что делает в большинстве случаев нецелесообразным при-

менение предлагаемых моделей в российских условиях [2]. В-третьих, в проанализированных работах при определении оптимальной доли участия в капитале публичного партнера в качестве основного показателя бюджетной эффективности используется не чистый дисконтированный доход, а государственный компаратор (public sector comparator или PSC) [3].

В этой связи, в рамках совершенствования существующего методологического обеспечения процесса определения оптимальной структуры финансирования проекта с учетом иностранного опыта необходима реализация следующих мер:

- активизация использования интегральной оценки эффективности проектов ГЧП;
- установление зависимости между показателями социальной эффективности проекта и показателями эффективности соответствующих программ, включенных в бюджеты разных уровней;
- использование механизмов анализа чувствительности для установления максимальных порогов участия публичного партнера в проекте;
- дополнение инструментов оценки бюджетной эффективности государственным компаратором PSC.

Наибольшее значение из перечисленных мер имеет активизация использования интегрального показателя оценки эффективности финансирования проекта. Данный показатель формируется на основе комплексного учета результатов социальной, коммерческой и бюджетной эффективности проекта с учетом корректирующих коэффициентов в зависимости от степени значимости того или иного показателя для конкретного проекта. Значимость данного метода обусловлена тем, что партнеры в зависимости от конечных целей реализации проекта, формы соглашения и модели его финансирования могут выбирать в качестве приоритетного показателя разные виды эффективности проекта. В таблице 1 приведены ключевые виды эффективности проектов в зависимости от формы их реализации и модели финансирования.

Таблица 1. Выбор приоритетного вида эффективности проекта ГЧП в зависимости от модели его финансирования и формы реализации

Форма / Модель	бюджетная модель	кредитно-инвестиционная модель	смешанная модель	
			основные риски — частный партнер	основные риски — публичный партнер
Аренда с инвестиционными обязательствами	бюджетная эффективность	коммерческая эффективность	коммерческая эффективность	социальная эффективность
Контракт жизненного цикла	бюджетная эффективность	коммерческая эффективность	социальная эффективность	социальная эффективность
Соглашение о разделе продукции	социальная эффективность	коммерческая эффективность	коммерческая эффективность	коммерческая эффективность
Концессионное соглашение	социальная эффективность	коммерческая эффективность	коммерческая эффективность	социальная эффективность
Совместное предприятие	-	-	коммерческая эффективность	коммерческая эффективность

Таким образом, при формировании интегральной оценки эффективности проекта наибольший вес в итоговом показателе будут иметь те виды его эффективности, которые соответствуют заданной модели и форме реализации проекта ГЧП с учетом интересов участвующих сторон. Следовательно, использование интегральных оценок позволит учитывать при анализе эффективности проекта не только общую структуру источников его финансирования, но и специфические условия соглашения о реализации проекта ГЧП.

Установление зависимости между показателями социальной эффективности проекта и показателями эффективности реализации целевых программ бюджетов различных уровней необходимо для создания единой системы оценки результативности бюджетного финансирования и социальной значимости проекта. Такой подход позволит не только повысить результативность программного метода в бюджетном процессе, но и определить место инвестиционного проекта в проводимой политике государства.

Отдельно стоит отметить необходимость использования анализа государственного компаратора PSC (анализ затраты-выгоды для публичного партнера) в качестве критерия выбора бюджетной модели финансирования. В рамках анализа PSC рассчитывается два вида чистого дисконтированного дохода бюджета от реализации проекта для двух альтернативных моделей финансирования:

- 1) финансирование подразумевает применение финансового механизма ГЧП (NPV_1^9)
- 2) финансирование проекта осуществляется преимущественно за счет бюджетных средств (NPV_2^9).

В случае, когда $NPV_1^9 < NPV_2^9$ ($PSC < 0$), использование финансовых механизмов ГЧП является нецелесообразным, то есть проект может быть профинансирован преимуще-

ственно за счет бюджетных средств с минимальным участием частного партнера в формировании капитала.

Необходимость дополнения инструментов оценки бюджетной эффективности проектов ГЧП, реализуемыми в России, государственным компаратором обусловлена различиями в сроках коммерческой и бюджетной окупаемости проекта. Так, например, в большинстве инфраструктурных проектов срок окупаемости для публичного партнера превышает сроки соглашения о ГЧП. Необходимо учитывать, что проекты ГЧП создают положительные денежные потоки для бюджетов и за пределами срока их реализации. В этой связи применение PSC позволит более точно оценить целесообразность бюджетного финансирования проектов и оптимизировать объемы выделяемых бюджетных ассигнований.

Таким образом, реализация указанных мер в области методологического обеспечения моделирования и оценки результативности структуры финансирования проектов ГЧП будет способствовать:

- выбору оптимальной модели финансирования проектов ГЧП с учетом интересов всех его участников;
- повышению прозрачности оценки эффективности проектов для принятия управленческих решений инвесторами по его финансированию;
- повышению эффективности использования бюджетного финансирования в рамках ГЧП с точки зрения его конечной результативности;
- сокращению зависимости проектного финансирования от объемов бюджетных средств;
- формированию устойчивого к различным рискам финансового механизма реализации проекта ГЧП на весь период его реализации;
- повышению привлекательности проектов ГЧП для частных и публичных инвесторов.

Литература:

1. Hanaoka S., Palapus H. P. Reasonable concession period for build-operate-transfer road projects in the Philippines. *Int. J. Proj. Manag.* 2012.
2. Jasiukevičius L., Vasiliauskaitė A. Formation of optimal capital structure in private-public partnership // *Economics and Management.* 2012. № 17 (4).
3. Value for Money Analysis // European Investment Bank URL: <http://www.eib.org/epec/g2g/i-project-identification/12/124/>

Аудит нераспределенной прибыли как составляющей собственного капитала

Туйчиев Дмитрий Анварович, студент
Грекова Вита Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент
Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского (г. Симферополь)

Одним из элементов рыночной экономики является система национального финансово-экономического контроля, который формируется в Российской Федерации. Важное место в этой системе занимает независимый аудит и методика его проведения. Проведение аудита собственного капитала важно как для руководителей организации, так и для учредителей, поскольку он является начальным и основным источником, для финансирования деятельности практически любой организации. Кроме того, с помощью него погашаются убытки организации, и, само собой, данный показатель является одним из самых значимых, который используется при определении оценки финансового состояния организации, поскольку он отображает степень ее финансовой самостоятельности.

Ключевые слова: *собственный капитал, аудит, нераспределенная прибыль, непокрытый убыток*

Audit of retained earnings as a component of equity capital

One of the elements of a market economy is a system of national financial and economic control, which is formed in Ukraine. An important role in this system accounts for an independent audit methodology and its implementation. Auditing of equity is very important both for the company and for the founders, because equity is the primary initial and conditional indefinite source of financing of business enterprises, as well as the source of repayment of the losses the company, it is one of the most important indicators used in assessing the financial situation of the company as it shows on the one hand, the degree of financial autonomy of enterprises.

Key words: *equity capital, audit, undistributed profit, uncovered loss*

Целью аудита собственного капитала является установление достоверности и правильности отражения в учете операций с собственным капиталом в соответствии с действующим законодательством и высказывания аудитором независимого мнения относительно правильности отражения информации в отчетности организации.

Основными составляющими проведения аудита собственного капитала являются: аудит нераспределенная прибыль (непокрытые убытки), аудит уставного капитала, аудит формирования добавочного капитала.

По мнению таких ученых, как Я. Я. Парасотцкой, С. Н. Боровяк и Н. Н. Новоселовой, а также Е. С. Урбан и М. В. Солодкевич, предметом аудита собственного капитала являются процессы, а так же хозяйственные операции, которые, в свою очередь, связаны с правильностью формирования и изменения уставного капитала и реальности (достоверности) соответствующих показательней бухгалтерской отчетности. Из этого можно сделать следующий вывод — главной задачей аудита собственного капитала является проверка правильности формирования и отражения в учете собственного капитала и проверка правильности отражения собственного капитала в финансовой отчетности. Исходя из цели, задач и предмета аудита собственного капитала, можно выделить его основные объекты.

При определении основных задач аудита можно выделить следующие пункты:

- оценка соответствия, а также правильности составления бухгалтерской (финансовой) отчетности по данным синтетического и аналитического учета, которые составляют конечный финансовый результат;
- подтверждение соответствия, а также оформление предприятием бухгалтерских операций, в соответствии с действующим законодательством в сфере бухгалтерского учета;
- проверка правильности отражения доходов, а также расходов по основному виду деятельности и его формирования;
- проверка правильности формирования, а также отражения каких-либо доходов и расходов в отличии от других видов деятельности.

Исходя из вышеизложенного, в ходе аудита каких-либо операций связанных с формированием нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) необходимо проделать следующие действия:

1. Установить правильность отражения в бухгалтерском учете операций связанных с формированием нераспределенной прибыли (непокрытого убытка) отчетного периода в случае изменения баланса.

2. Убедиться, что согласно п. 15 Положения по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01 (утв. приказом Минфина России от 30.03.2001 № 26н) при выбытии объектов основных средств сумма их дооценки переносится с добавочного капитала организации в нерас-

пределенную прибыль организации. Экономическая суть этого заключается в том, что в составе собственного капитала не может учесть сумму дооценки объекта амортизированной, или объект выбыл из баланса.

Таблица 1. Оценка выделяемых целей аудита собственного капитала

Ученый	Цель аудита
Я. Я. Парасоцкая [1]	Цель аудита собственного капитала и расчетов с учредителями заключается в подтверждении законных оснований деятельности экономического субъекта, правильности формирования и изменения уставного капитала и реальности (достоверности) соответствующих показателей бухгалтерской отчетности.
МСА 200 «Общие цели независимого аудитора и проведение аудита соответственно МСА» [4]	Заключается в высказывании аудитором независимого мнения относительно правильности предприятия информации о собственном капитале
Боровяк Светлана Николаевна, Новоселова Наталья Николаевна [2]	Цель аудита собственного капитала заключается в подтверждении законных оснований деятельности экономического субъекта, правильности; формирования и изменения собственного капитала и реальности (достоверности) соответствующих; показателей собственного капитала в бухгалтерской отчетности.
Урбан Е. С., Солодкевич М. В. [15]	Цель аудита учета собственного капитала и расчетов с учредителями заключается в подтверждении законных оснований деятельности экономического субъекта, правильности формирования и изменения уставного капитала и достоверности соответствующих показателей бухгалтерской отчетности.

3. Убедиться, что когда суммы предыдущих дооценок объекта основных средств выше суммы предыдущих уценок конечной стоимости этого объекта может ежемесячно (либо ежеквартально, раз в год), в сумме, пропорциональной начислению амортизации, включаться в состав нераспределенной прибыли организации с одновременным уменьшением капитала в дооценки.

4. Необходимо проверить действительность и своевременность отражения операций связанных с формированием нераздельной прибыли (непокрытого убытка) в бухгалтерском учете предприятия.

Таким образом, следует понимать, что до того момента как акционеры либо участники примут решение об утверждении годового отчета и распределению прибыли — операции, которые направлены в части прибыли отчетного периода не будут подлежать отражению в учете, но, все же, существуют и определенные случаи, когда они могут быть отражены в учете.

Проверить обоснованность прибыли взвесив прибыль отчетного периода, а так же прибыль прошлых лет, на необходимые нужды для собственника организации. Необходимо так же убедиться в том, что прибыль, получаемая организацией используется непосредственно на основании решений акционеров данной организации либо ее участников.

1. Проверить, так же то, как прибыль распределяется в акционерных обществах, сборов участников в обществах с ограниченной ответственностью или иного компетентного органа. В ходе аудита необходимо установить ответственность направления использования нераспределенной прибыли тем целям, которые предусмотрены в выписках из протоколов общих собраний акционеров (участников).

2. Необходимо проверить и то, соблюдаются ли требования по организации распределения прибыли в части выплаты доходов учредителям.

3. Проверить правильность отражения прибыли в бухгалтерском учете для предыдущих периодов на те или иные цели, которые не связаны с выплатой дохода. В бухгалтерском учете, на счетах, операции по распределению чистой прибыли за отчетный период отражается на дату составления протокола по решению собрания акционеров либо участников.

Также стоит уделить внимание аудита документа, связанных с определением размера прибыли, направленной на выплату дивидендов (например, баланса и отчета о финансовых результаты). Предлагается: если неправильное составление таких документов привело к лишним выплатам, виновные должностные лица несут уголовную ответственность вместе с участниками за возвращение «лишних» дивидендов членам исполнительных органов ООО в вопросах созыва общего собрания в случае снижения стоимости чистых активов общества по сравнению с прошлым годом на 50%. В этом случае к повестке дня обязательно должны быть включены вопросы, касающиеся улучшения финансового положения предприятия, уменьшения его зарегистрированного капитала или ликвидации. Если руководство ООО не выполнит этих требований и в течение трех лет с момента снижения стоимости чистых активов на 50% общество будет признано банкротом, члены исполнительного органа нести субсидиарную ответственность по обязательствам ООО. Ответственность можно будет избежать, всего лишь созвав общее собрание и включив в повестку дня вышеуказанные вопросы (ведь о результативности голосования в законопроекте не говорится).

В конечном итоге, аудитор делает заключение, соответствует ли финансовая отчетность организации всем требованиям, не содержатся ли в ней каких-либо ошибок и соответствует ли оно текущему законодательству Российской Федерации, а так же действительно ли оно отражает все его финансовое состояние на дату составления отчетности.

Перечень всех владельцев, порядок оценки структура собственного капитала — это так же является объектом аудита.

Состав и структура собственного капитала, перечень владельцев, порядок оценки в зарегистрированный капитал, изменения и формирование его также является объектом аудита.

Литература:

1. Парасоцкая Н. Н. Аудит собственного капитала предприятия // Все для бухгалтера. 2010. № 8 С. 38–44.
2. Боровяк Светлана Николаевна, Новоселова Наталья Николаевна Собственный капитал организации и особенности его аудита // Бизнес в законе. 2013. № 4 С. 130–133.
3. Макконнелл К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю; [Пер. с 14-го англ. изд.]. — М.: ИНФРА-М, 2009. — 940 с.
4. МСА 200 «Общие цели независимого аудитора и проведение аудита в соответствии МСА».
5. Огийчук М. Ф. Совершенствование методики формированием прибыли в налоговом учете / М. Ф. Огийчук, Ю. С. Воскобойник // Агроинком. — 2011. — № 7–8. — С. 83–88.
6. Олейник А. В. Доходность различных видов эко- ческой деятельности и тенденции их развития / В. Олейник // Вестник ХНАУ. — (Серия «Экономика АПК и природопользования»). — X., 2010. — № 7. — С. 3–11.
7. Плаксиенко В. Я. Методика определения финансовых результатов и отражения их в учете / В. Я. Плаксиенко, А. И. Даций // Учет и финансы АПК. — 2015. — № 2. — С. 16–21.
8. Посылаева К. И. Подходы определения прибыли для анализа эффективности деятельности предприятия / К. И. Посылаева // Вестник ХНАУ. — (Серия «Экономика АПК и природопользования»). — X., 2009. — № 7. — С. 83–87.
9. Савченко В. Я. Аудит: учеб, пособие для самост. изуч. дисц. / В. Я. Савченко, В. А. Зотов, С. А. Кириленко и др. — М.: КНЭУ, 2005. — 268 с.
10. Усач Б. Ф. Организация и методика аудита: учебник / Б. Ф. Усач, С. А. Душко, М. М. Колос. — М.: Знание, 2010. — 295 с.
11. Утенкова Е. А. Аудит: учебное пособие / Е. А. Утенкова. — М.: Алерта, 2011. — 408 с.
12. Федорович Р. В. Экономическая природа прибыли и его роль в условиях рыночной экономики / Р. В. Федорович, М. Алексеев // Наука и экономика. — 2010. — № 1. — С. 54.
13. Урбан Е. С., Солодкевич М. В. Аудит учета собственного капитала в СПК «Славянский» Щербакульского района Омской области [Электронный ресурс] / VII Международная студенческая электронная научная конференция «Студенческий научный форум 2015». Режим доступа: <https://www.scienceforum.ru/2015/1266/14107>

Улучшение финансового состояния предприятия

Урманбекова Ирода Фарходовна, старший преподаватель
Ташкентский финансовый институт (Узбекистан)

В условиях рыночных отношений повышаются роль и значение анализа финансового состояния предприятия, несущего полную экономическую ответственность за результаты производственно-хозяйственной деятельности перед акционерами, работниками, банком и кредиторами.

Финансовое состояние предприятия — это совокупность показателей, отражающих его способность погасить долговое обязательство. Оно характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального

функционирования предприятия, целесообразным их размещением и эффективным использованием, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платёжеспособностью и финансовой устойчивостью.

Финансовое состояние предприятие может быть **устойчивым, неустойчивым (предкризисным) и кризисным.**

Способность предприятия успешно функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, посто-

янно поддерживать свою платёжеспособность и инвестиционную привлекательность в границах допустимого уровня риска свидетельствует об устойчивом финансовом состоянии предприятия, и наоборот.

Финансовое состояние предприятия, его устойчивость и стабильность зависят от результатов производственной, коммерческой и финансовой деятельности.

Успешное выполнение производственного и финансового планов положительно влияет на финансовое состояние предприятия. Напротив, в результате спада производства и реализации продукции повышается её себестоимость, уменьшается выручка и сумма прибыли и, как следствие, — ухудшается финансовое состояние и его платёжеспособность. Следовательно, устойчивое финансовое состояние является итогом грамотного, умелого управления всем комплексом факторов, определяющих результаты финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Главная цель анализа — наращивание собственного капитала и обеспечение устойчивого положения на рынке. Для этого предприятие должно постоянно поддерживать платёжеспособность и рентабельность, а также оптимальную структуру актива и пассива баланса.

В определённой мере вопросы финансового анализа отражены в «Методических рекомендациях по финансовому анализу предприятия», утверждённых Правительственной Комиссией Республики Узбекистан по вопросам банкротства и санации предприятий от 17 апреля 1997 года предусматриваются следующие виды финансового анализа предприятия:

1. Анализ финансового состояния — анализ динамики валюты баланса, структуры пассивов, динамики основных средств и других внеоборотных активов, финансовых результатов.

2. Анализ финансовой устойчивости — показатели излишков или недостатков источников формирования запасов и затрат, коэффициенты финансовой независимости, коэффициенты соотношения заёмных и собственных средств, коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками, коэффициент платёжеспособности.

3. Анализ экономической состоятельности предприятия — коэффициент утраты (восстановления) платёжеспособности, коэффициент маневренности, коэффициент реальной стоимости имущества производственного назначения.

4. Анализ рентабельности предприятия — коэффициент реальности реализации, коэффициент рентабельности основных средств, коэффициент рентабельности собственного капитала, коэффициент рентабельности общей оборачиваемости капитала.

«Методика анализа финансового состояния предприятия», утверждённая Госкомимуществом Республики Узбекистан в июле 1996 года рекомендует проводить анализ в следующей последовательности:

1. Общая оценка финансового состояния
2. Анализ финансовой устойчивости предприятия

3. Оценка платёжеспособности предприятия

Как видно, что в нашей республике уже немало сделано по разработке вопросов теории и практики, формированию методики финансового анализа в соответствии с требованиями рыночных отношений. Среди них можно выделить следующие:

— **горизонтальный анализ** — сравнение каждой позиции отчётности с предыдущим периодом;

— **вертикальный (структурный) анализ** — определение структуры итоговых показателей с выявлением влияния каждой позиции отчётности на результат в целом;

— **трендовый анализ** — сравнение каждой позиции отчётности с рядом предшествующих периодов и определение тренда, т. е. основной тенденции динамики показателя, очищенной от случайных влияний и индивидуальных особенностей отдельных периодов.

Основными задачами анализа финансового состояния предприятия являются:

— своевременная и объективная диагностика финансового состояния предприятия;

— поиск резервов улучшения финансового состояния; платёжеспособности и финансовой устойчивости предприятия;

— разработка конкретных мероприятий, направленных на более эффективное использование финансовых ресурсов и укрепление финансового состояния;

— прогнозирование возможных финансовых ресурсов и разработка моделей финансового состояния при различных вариантах использования ресурсов.

По мнению большинства авторов, анализ финансового состояния включает следующие блоки показателей:

1. оценка имущественного положения и структуры капитала:

— анализ размещения капитала;

— анализ источников формирования капитала;

2. оценка эффективности и интенсивности использования капитала:

— анализ рентабельности капитала;

— анализ оборачиваемости капитала;

3. анализ финансовой устойчивости и платёжеспособности:

— анализ финансовой устойчивости;

— анализ ликвидности и платёжеспособности;

4. оценка кредитоспособности и риска банкротства.

Основным источником анализа финансового состояния предприятия служит бухгалтерский баланс (форма № 1), определяющий состояние дел предприятия на момент его составления.

В процессе реализации финансовой стратегии предприятия большое внимание должно уделяться направлениям улучшения финансового состояния предприятия, повышению ликвидности, платёжеспособности, финансовой устойчивости.

Основные направления улучшения финансового состояния предприятия:

1. Оптимизация или уменьшение затрат предполагает действия с целью остановить снижение прибылей. Очень эффективным механизмом является создание системы по эффективному контролю затрат. Иногда можно сократить расходы, просто начав их учитывать.

Замечено, например, что, когда предприятие начинает регистрировать исходящие междугородные и международные звонки своих сотрудников по дате, времени и цели, общее количество звонков снижается за счет уменьшения звонков по личным делам сотрудников. При этом обязательным условием является поддержка сотрудниками существующей системы учета затрат. Важным моментом в данном направлении является анализ причин возникновения затрат, который позволяет предпринять необходимые действия по ликвидации причин нежелательного роста затрат.

Так, например, если растут представительские расходы, полезно определить, почему сотрудники тратят деньги предприятия в дорогих ресторанах: потому, что предприятие активно расширяет клиентскую базу и растет число подписанных контрактов, или потому, что просто ослаблен контроль за использованием представительских средств. Целесообразно также проанализировать организационную структуру с целью устранения излишних уровней управления и сокращения затрат на оплату труда.

Проведение реорганизации инвентарных запасов предполагает, что запасы разносятся по категориям в зависимости от степени их важности для повышения стабильности деятельности. Объемы тех видов запасов, которые не являются критическими для функционирования бизнеса, должны быть уменьшены. Одновременно следует активизировать деятельность в области заказов на снабжение путем внедрения более эффективных контрольных процедур, таких как централизация хранения и отпуска товаров, перераспределение площадей хранения или улучшение документооборота. Залежавшиеся запасы целесообразно продать со скидками с тем, чтобы получить дополнительные денежные средства.

Получение дополнительных денежных средств от использования основных фондов. После этого можно определить наиболее подходящие каналы коммуникации для эффективного доведения до участников рынка предложений о продаже или сдаче в аренду имущества. Имущество, которое не удалось сдать в аренду, необходимо законсервировать, составить акт о консервации и представить его в налоговую инспекцию, что позволит исключить это имущество из расчета налогооблагаемой базы.

Взыскание задолженностей с целью ускорения оборачиваемости денежных средств. Возврат задолженностей клиентами может стимулироваться путем предоставления специальных скидок. Необходимо также создать систему оценки клиентов, которая бы суммировала все риски, связанные с ними как с деловыми партнерами.

Общая зависимость от клиента будет включать его дебиторскую задолженность, товары на складе, подготовленные к отгрузке, продукцию в производстве, предназначае-

мую этому клиенту. Можно установить формальные лимиты кредита каждому клиенту, которые будут определяться общими отношениями с ним, потребностями фирмы в денежных средствах и оценкой финансового положения конкретного клиента. Наблюдение за клиентами и изменение их статуса целесообразно возложить на менеджеров по продажам, а оплату их труда привязать к реальному поступлению денежных средств от клиентов, с которыми они работают. Наконец, в некоторых случаях можно попытаться продать банку, обслуживающему фирму, ее дебиторскую задолженность.

2. Изменение структуры долговых обязательств предполагает подробный анализ данных обязательств и возможные варианты их погашения с целью повышения ликвидности в будущем.

В случае невозможности погашения данных обязательств рассматриваются варианты изменения структуры (перевод долгосрочных обязательств в краткосрочные или наоборот).

3. Разграничение выплат кредиторам по степени приоритетности для уменьшения оттока денежных средств предполагает ранжирование поставщиков в зависимости от степени их важности. Критически важные поставщики должны быть в центре внимания; целесообразно интенсифицировать контакты с ними, чтобы укрепить взаимопонимание и стремление к сотрудничеству.

4. Пересмотр планов капитальных вложений является средством увеличения поступления денежных средств. Он направлен на минимизацию расходов.

Особенно в условиях угрозы кризиса имеет смысл отказаться от инвестиций в капитальное строительство, приобретение новой техники, расширение сбытовой сети и т. д., кроме безотлагательных случаев. Для их определения необходимо оценить, какие потребности в капитальных инвестициях не могут быть отложены на более поздний срок. Надо также отказаться от тех капитальных расходов, которые не могут дать немедленную отдачу для предприятия.

5. Увеличение поступления денежных средств из заинтересованных финансовых источников, не связанных с взаимной торговлей, предполагает оказание помощи основными группами поддержки — банком, акционерами или владельцами.

6. Увеличение объема производства и продаж обеспечивает увеличение денежных средств, получаемых от реализации продукции, т. е. увеличение абсолютно ликвидных активов.

Необходимо выделить группы товаров, приносящие наибольшую прибыль, провести анализ цены и объема реализуемой продукции для определения наиболее разумного компромисса.

7. Совершенствование методов управления оборотными средствами предприятия.

8. Прогнозирование финансового состояния предприятия всегда должно осуществляться после комплекс-

ного анализа с целью определения перспективного финансового состояния в ближайшем будущем и, как следствие, разработки соответствующих мероприятий.

Литература:

1. Закон Республики Узбекистан «О Бухгалтерском учете». 2016 год 13 ст. (В новой редакции).
2. Савицкая Г. В. «Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Учебник» — М.: Инфра-М, 2011
3. Шагиясов Т. Ш., Сагдиллаева З. А., Файзиев Б. В. «Финансовый и управленческий анализ» Учебник. «IQTISOD-MOLIVA», Т. 2008
4. Вахабов А. В. и другие «Финансовый и управленческий анализ». Учебник. Т.: ЭКОНОМИКА-ФИНАНСЫ, 2013. — 600 с.
5. Шагиясов Т. Ш. Комплексный экономический анализ. Учебник. Т.: «Наука и технология», 2012. — 278с.

9. Введение эффективной системы прогнозирования движения денежных средств является важнейшей составляющей прогнозирования финансового состояния в целом.

Современные подходы мотивации персонала на предприятии

Усвятцева Кристина Михайловна, магистрант

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики

В статье рассматриваются такие категории в управлении персоналом, как: мотивация персонала, стимулирование трудовой деятельности и вовлеченность руководителей в трудовой процесс.

Ключевые слова: мотивация, стимулирование, трудовая деятельность, методы стимулирования, работник, руководитель

В настоящее время в нашей стране основной мотивацией труда, является материальное благо, рассматриваемое как средство выживания. Вследствие этого, сложно добиться высокой производительности труда и эффективного роста и развития квалифицированного персонала, отсутствует мотивация и инициатива работников. К сожалению, руководители редко принимают в расчет социальные последствия принимаемых решений, а сами решения часто носят не комплексный, а сугубо экономический или технический характер. Каждый руководитель понимает, что нужно стимулировать людей работать на организацию, при этом считает, что для этого достаточно только лишь материального вознаграждения. Не всегда такая политика бывает успешной, хотя по существу она верна.

Целью данной статьи является исследование существующих подходов мотивации персонала на предприятии, а так же выработка новых, современных методов мотивации. Рассмотрим, что оказывает влияние на мотивацию и стимулирование персонала. На мотивацию сотрудника оказывают влияние факторы мотивации. Они бывают внутренние и внешние. К внутренним факторам можно отнести самореализацию, самоутверждение, творчество, удовлетворение от выполненной работы. Внешними факторами мотивации могут выступать доход, продвижение по служебной лестнице, признание и положение в обществе. Таким образом, внутренние факторы служат для получения удовлетворения от имеющихся условий и объектов, а внешние направлены на приобретение отсутствующих объектов и обеспечение отсутствующих условий. Каждой ор-

ганизации, имеющей в распоряжении штат сотрудников, необходимо иметь внутренний документ регламентирующий систему мотиваций и стимулирования работников. Это необходимо для открытости организации. Таким образом, руководство становится ближе к сотрудникам, и дает им уверенность в том, что в случае необходимости они будут услышаны и приняты. Через такой, казалось бы, простой документ решаются так же и социальные потребности в лидерстве и признании для самого сотрудника. Одного документа, конечно, для стимулирования работников недостаточно. Необходима налаженная система, которая позволит обеспечить необходимую мотивацию труда, то есть стимулирование работников предприятия к активной деятельности через удовлетворение их собственных же потребностей. Мотивация — это одна из главных функций менеджмента, которая является неотъемлемой для успешного выполнения, требуемых от руководства, задач. Именно от мотивации зависит качество продукции (услуг) и общее настроение рабочих. Классическая теория менеджмента рассматривает мотивацию, как процесс побуждения людей к деловой активности для достижения личных целей, а также целей организации.

Важная роль в мотивации и стимулировании персонала также отводится руководителю организации, без соответствующего планирования, координации и контроля персонала невозможно сформировать конкретную мотивацию у подчиненных, а так же правильно стимулировать их. Работники, испытывая, неудовлетворенность занимаемой их должности или условий труда находятся в состоянии по-

стоянного напряжения, что снижает их работоспособность. Для решения данной проблемы, рассмотрим принципиальные ошибки со стороны руководителей, которые влекут за собой последствия несоответствующего стимулирования и формирования неправильной мотивации у сотрудников.

Профессиональный руководитель должен учитывать все до мелочей, не оставлять без внимания внезапно возникший вопрос, ссылаясь на свою личную занятость.

Компетентный руководитель, который стремится к успеху своей компании, должен углубляться во все детали, связанные с его трудовой деятельностью.

Каждый руководитель должен всегда быть готов при необходимости осуществить ту работу, которую он может потребовать от своих сотрудников.

Руководитель, взявший на себя всю славу за сделанную работу, должен отдавать себе отчет, в том, что его подчинённые могут возмутиться.

Грамотный руководитель всегда оценит труд своих работников по достоинству. Некоторые люди лучше работают, когда делают это не только ради денег.

Во всем мире людям платят не за знания, а за умение их применить или убедить других сделать это. Для формирования правильной мотивации и стимулирования персонала, руководителю следует соблюдать конкретные правила:

- определить задачи, для которых нужен конкретный сотрудник;
- дать четкие требования по выполнению определенной работы;
- сформировать краткосрочные и долгосрочные планы мотивации и стимулирования персонала.

Руководитель обязан вести себя достойно по отношению к своему персоналу, правильно настраивать и развивать сотрудников, избегать управленческих ошибок, связанных с управлением персоналом.

Литература:

1. Сорочайкин А. Н., Управление персоналом, глоссарий: терминологический словарь / А. Н. Сорочайкин, Л. В. Ермалина. Самара: Изд-во «Самарский университет, 2012. — 104 с.
2. Сорочайкин А. Н., Информационное общество и теория управления персоналом // Основы экономики, управления и права. № 1 (1) — С. 121–125.
3. Бакирова Г. Х. Психология развития и мотивации персонала; Юнити-Дана — Москва, 2013. — 440 с.
4. Википедия — свободная энциклопедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>.
5. Управление персоналом — сайт Сергея Фишмана. URL: <http://www.hrfaq.ru/>.

Повышение конкурентоспособности страховой компании в условиях расширения страхового рынка и диверсификации страхового портфеля

Шиндяев Владислав Михайлович, бакалавр;

Ханина Дарья Дмитриевна, бакалавр;

Филиппов Владимир Владимирович, бакалавр;

Иванов Владислав Константинович, бакалавр

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина (г. Екатеринбург)

В статье рассматривается конкурентоспособность страховой компании, которая в настоящее время является одним из факторов успешного функционирования хозяйствующих субъектов на рынке. Усиление конкуренции среди страховщиков, повышение требований потребителей к качеству страховых продуктов подразумевают необходимость поиска новых направлений наращивания конкурентных преимуществ. Обосновано, что в условиях расширения страхового рынка наиболее перспективным инструментом является диверсификация страхового портфеля. В связи с чем предложена интеграция двух подходов к формированию конкурентоспособности: территориальный (расширение рынков) и функциональный (диверсификация продукции), что позволит повысить конкурентные преимущества в течение длительного периода времени.

Ключевые слова: страховой продукт, страховщик, конкурентное преимущество, страховая выплата

Конкурентоспособность — экономическая категория, которой в последнее время уделяется повышенное внимание не только в научных кругах, но и в практической деятельности. Прежде чем продолжить исследование, важно сначала рассмотреть понятие конкурентоспособности, как оно используется на микроэкономическом

уровне. На уровне микроэкономики существует достаточно ясное и прямое представление о понятии конкурентоспособности, основанное на способности организаций конкурировать, расти и быть прибыльными. Кроме того, конкурентоспособность заключается также в способности фирм последовательно и выгодно производить продукцию, от-

вечающую требованиям открытого рынка с точки зрения цены, качества и т. д. Любая организация должна удовлетворять этим требованиям, если она хочет оставаться в бизнесе, при этом чем более конкурентоспособна организация по отношению к своим конкурентам, тем больше будет ее способность получать долю на рынке. Напротив, неконкурентоспособные организации утратят свою долю на рынке, и, в конечном итоге, любая организация, которая станет неконкурентоспособной, если только ей не будет предоставлена какая-либо «искусственная» поддержка или защита, прекратит свое существование [1].

Несмотря на значимость проблемы поиска направлений и источников конкурентоспособности, до сегодняшнего дня единого подхода к ее формированию и поиску резервов для роста не сформировалось, что можно объяснить влиянием множества аспектов, наличие организационных уровней и отраслевых особенностей. В настоящее время, когда сфера услуг продолжает интенсивно развиваться понимание источников конкурентных преимуществ представляет собой немаловажную проблему, которая особенно актуальна в страховой сфере, характеризующейся большим кругом участников рынка и широким ассортиментом предлагаемых на рынке страховых продуктов [2].

С ростом конкуренции в результате технологической революции и глобализации, страховые компании должны обеспечить условия для создания и поддержания надлежащих компетенций, их динамической адаптации к изменениям окружающей среды, к изменениям предпочтений и ценностей клиентов. Из-за продолжительного интереса к предмету и сложности вопроса существует множество теорий, объясняющих, каким образом можно достигнуть долгосрочных конкурентных преимуществ в своей конкретной области. Мы согласны с мнением А. С. Ермолаева о том, что конкурентное преимущество и его стратегические показатели сильно связаны с качеством адаптации страховой компании к окружающей среде, при этом подчеркивающее, что хорошо адаптированная компания должна уметь сопоставлять свои сильные стороны с возможностями функционирования на рынке [3]. Данная адаптация может быть оценена следующими факторами:

Во-первых, соответствует ли стратегия страховой компании ее отраслевой структуре и конкурентному контексту;

Во-вторых, соответствует ли ее организационная структура рыночным условиям и стратегии.

В-третьих, соответствует ли ее система управления своей конкурентной стратегии.

В-четвертых, адаптирован ли стиль управления к стратегическому контексту, включая развитие правильных компетенций в отношении конкурентных преимуществ.

Можно согласиться с некоторыми учеными (Лисиным Е. М., Стрелковским В. А., Анисимовой Ю. А., Хавкиным Б. А. [4], Лаврентьевой Л. В., Курылевой О. И., Огородовой М. В. [5]), которые указывают в своих исследованиях, что страховые компании из-за своей холдинговой структуры должны учитывать причины и по-

следствия изменения окружающей среды на нескольких уровнях компании (в том числе территориальных), чтобы повысить понимание того, как выбор, сделанный на одном уровне, влияет на другие уровни и, следовательно, на конкурентоспособность компании. Это связано с тем, что на разных территориях различны и рыночные условия: дифференцирован уровень конкуренции, есть отличия в предпочтениях клиентов.

Стратегия развития любой страховой компании заключается в увеличении объемов продаж, увеличении доли рынка и выращивании лояльной клиентуры [6]. Организации стремятся также и к расширениям географического рынка, поддерживая принцип естественной последовательности географической диверсификации — от местной до региональной, от национальной до международной [7]. Степень проникновения, может отличаться от района к региону в зависимости от потенциальных возможностей прибыли. В тоже время, мы считаем, что важен также и функциональный уровень, который является важным источником конкурентных преимуществ, особенно возможность диверсификации страхового портфеля. Это связано с тем, что прибыльность страховых компаний по различным направлениям страхования не одинакова.

Так, на рисунке 1 представлена динамика коэффициентов выплат в зависимости от видов страхования.

Анализ представленных на рисунке 1 данных позволяет сделать вывод о том, что для эффективности и повышения конкурентоспособности страховых компании должны предлагать на рынке различные виды страховых продуктов. При этом необходимо интегрировать два подхода к анализу конкурентоспособности: территориальный (расширение рынков) и функциональный (диверсификация продукции).

В целях углубления понимания конкурентных преимуществ исходя из предложенного интегрированного подхода рассмотрим сущность понятия диверсификация. Это экономическая категория, которая подразумевает вхождение компании в новые направления деятельности посредством процесса внутреннего развития или приобретения, что влечет за собой изменения в ее административной структуре, системе или других процедурах управления. Многие страховые компании используют диверсификацию для снижения риска, инвестируя в различные активы или бизнес-проекты. Диверсификация может предложить страховым компаниям много преимуществ, таких как уменьшение издержек, снижение амортизации активов и рисков. Другие преимущества включают синергизм или расширение бизнеса, создание и совершенствование долгосрочных стратегических активов, поддержание финансовой устойчивости и региональное развитие посредством диверсификации ресурсов [9].

Стратегии диверсификации могут включать внутреннее развитие новых продуктов или рынков, приобретение организаций, альянс с дополнительной компанией, лицензирование новых технологий и распространение или импорт линии страховых продуктов, производимой другой компанией.

Как правило, окончательная стратегия включает комбинацию этих вариантов. Эта комбинация определяется в зависимости от имеющихся возможностей и соответствия целям и ресурсам компании.

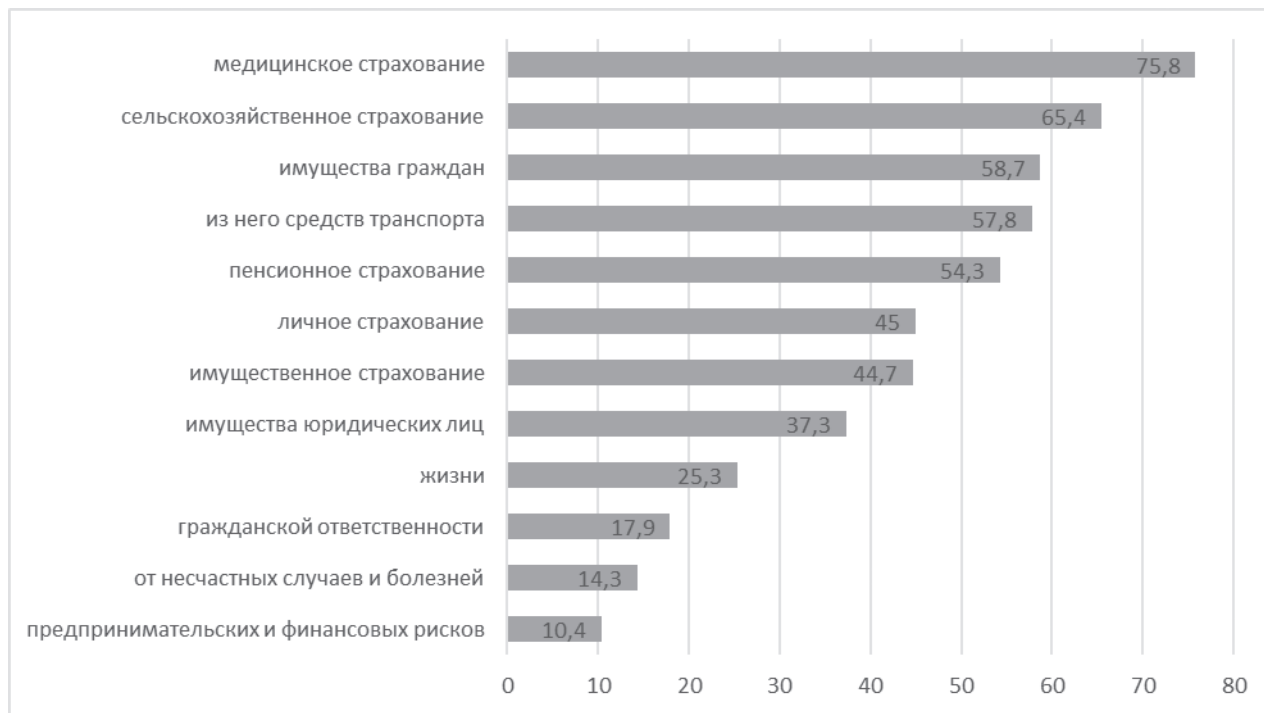


Рис. 1. Коэффициенты выплат в зависимости от видов страхования [8]

Таким образом, можно выделить три типа диверсификации:

- концентрическая;
- горизонтальная;
- конгломератная.

В концентрированной диверсификации страховая компания добавляет новые продукты или услуги, которые имеют технологический или коммерческий синергизм с текущими продуктами и которые будут привлекать новые группы клиентов. В горизонтальной диверсификации производятся новые продукты и услуги, которые не относятся к текущей деловой активности, но предлагаются текущему клиенту. В конгломератной (смешанной) диверсификации организация производит новые продукты и услуги, не относящиеся к текущему бизнесу.

Диверсификация страховых компаний зависит от множества рисков: наличия финансовых средств, государственной политики регулирования, привлекательности отрасли и / или рынка, издержек входа в страховую отрасль, доступа к каналам распределения для страховых услуг, доступности рабочей силы, бизнес-риски из-за неопределенности на новых рынках, ограниченность знаний о новых услугах, нехватка людских ресурсов для содействия инвестированию в новые услуги или рынок, усиление конкуренции за счет новых участников в страховой отрасли, изменение в информационных технологиях, трудности в определении текущей или будущей стоимости страховой компании [10].

Следует отметить, что среди внутренних факторов наличие финансов имеет важное значение, поскольку для дивер-

сификации требуются значительные финансовые затраты. Страховые компании должны располагать достаточными ресурсами, которые отвечают за различные инициативы, предпринимаемые в процессе диверсификации, а также обеспечивают эффективное функционирование существующей предпринимательской деятельности. Привлекательность отрасли и / или рынка имеет большое значение, поскольку диверсификация в отрасли или на рынке, который не работает хорошо из-за общих экономических условий или местных проблем, может привести к существенной потере дохода и безопасности. Также, можно отметить значимость влияния государственной регуляторной политики на решение о диверсификации. Государство может ограничить или даже исключить возможность вступления в отрасли с таким контролем, как требования к лицензированию.

На диверсификацию также могут влиять такие факторы, как динамические возможности, поиск знаний и институциональная среда. Так, динамические возможности оказывают определенное влияние на объем страховых продуктов, предоставляемых компанией. При этом расширение рынка для страховой компании может быть весьма результативным, когда оно связано с ее основными навыками и компетенциями, в этом случае более высокий уровень диверсификации может привести к повышению конкурентоспособности, что подчеркивает важность организационного обучения и распространения знаний.

Институциональная среда также важна для диверсификации, поскольку страховые бизнес-группы состоят из от-

дельных компаний (филиалов), которые связаны различными связями, такими как перекрестная собственность, тесные рыночные связи и социальные отношения, через которые координируются процессы достижения бизнес- и конкурентоспособности. В тоже время, высокий уровень диверсификации улучшает показатели деятельности компании даже в условиях недостаточной развитости институциональной среды в стране.

В последнее время наблюдался позитивный рост сектора страхования в России. Быстрыми темпами проходит развитие страховых компаний, которые принимают более гибкие бизнес-модели и быстро выявляют новые каналы распределения страховых продуктов. В условиях усиления конкуренции, которая приводит к появлению стратегий диверсификации страховых продуктов и услуг с целью получения конкурентных преимуществ и улучшения финансовых показателей, существует необходимость в оценке факторов, которые влияют на стратегии диверсификации.

Владельцы бизнеса должны провести всесторонний и комплексный анализ существующего финансового положения и будущих перспектив, прежде чем расширять бизнес в новую область или на новую территорию. Стоимость входа на рынок должна учитываться до начала процесса диверсификации. Страховая компания должна иметь достаточно средств для удовлетворения новых финансовых потребностей, одновременно обеспечивая бесперебойную работу существующего бизнеса. Потребность во внешнем финансировании может улучшить распределение капитала даже в тех случаях, когда получается низкий уровень эффективности на уровне страховой компании.

Это связано с тем, что внешние инвесторы предпочитают ликвидировать проекты, которые не могут обеспечить достаточный уровень рентабельности. В отсутствие внешнего финансирования, инсайдеры предпочитают не ликвидировать такие проекты. Таким образом, страховые компании, которые привлекают внешние финансы, ликвидируются чаще (ликвидируют невыгодные страховые продукты), чем компании, финансируемые из внутренних источников. В тоже время чрезмерная ликвидация может быть выгодной, потому что высвобожденный капитал перетекает от посредственных к высокопроизводительным проектам и тем самым улучшает распределение капитала.

Также нельзя не уделять внимание анализу привлекательности продукта и / или территориального рынка, поскольку этот фактор влияет на диверсификацию и, следовательно, на конкурентоспособность. Диверсификация в отрасли или на рынке, который не развивается, будь то из-за общих макроэкономических условий или местных проблем, может привести к существенной потере прибыли и конкурентоспособности. Некоторые компании не придают этому большого значения, полагаясь вместо этого на убеждения, что отрасль или рынок хорошо воспринимают существующих участников страхового рынка (сегмента рынка). Другие компании игнорируют исследование рынка на привлекательность из-за низкой стоимости входа.

Кроме того, некоторые компании ошибочно интерпретируют последние тенденции рынка или отрасли как признаки долгосрочного благоприятного развития. Мы считаем, что необходимо тщательно проверять все аспекты привлекательности нового рынка (продукта), поскольку размер рынка (его потенциал) зависит от объема продаж, прибыли компаний — конкурентов. Считаем, что такие аспекты, как уровень дохода на душу населения и уровень занятости, отражают уровни развития рынка. Поскольку развитие рынка отражает качество рынка с точки зрения его социально-экономического прогресса, поэтому необходим анализ отраслевых и специфических критериев, чтобы определить специфическую привлекательность рынков.

Еще один аспект, который следует учитывать, является наличие ресурсов рабочей силы. При рассмотрении вопроса диверсификации компаниям необходимо проанализировать, каким образом такой шаг может повлиять на их текущие рабочие силы сотрудников. Следует также рассмотреть вопрос о доступе к каналам распределения. Компания, занимающаяся внедрением нового страхового продукта на рынок, должна сначала убедиться, что у них есть адекватный доступ к каналам сбыта на целевом рынке. Чем более ограничены каналы для продукта, тем более привязаны к нему существующие конкуренты, а это означает более жесткий вход в отрасль.

Современные условия анализа возможности диверсификации рынка, характеризуются большим количеством внутренних и внешних факторов, поэтому необходимо ужесточение требований к достоверности, объективности и качеству информации, используемой при принятии решений по оценке [11]. Информационно-аналитический метод для снижения времени оценки и повышения ее точности будет эффективен и достоверен в том случае, если аналитик будет своевременно получать и обрабатывать необходимую информацию по факторам оценки по конкретным страховым продуктам и территориям с детальным уточнением условий.

Предлагаем использовать метод оптимизации портфеля страховых продуктов (по Марковицу). Мера риска R определяется дисперсией портфеля:

$$R = X^T D X \quad (1)$$

где $X = (x_1, x_2, \dots, x_n)$ — вектор долей вложений из n страховых продуктов;

D — дисперсионная матрица доходности страховых продуктов.

Эти доли и определяют стратегию формирования портфеля. Они заранее неизвестны и представляют основной интерес для страховой компании. Матрица также не известна, ее оценку необходимо получить.

Общая доходность страхового портфеля определяется как $X^T m$ через вектор прогнозов доходности всех страховых продуктов портфеля, он находится по формуле:

$$m = (m_1, m_2, \dots, m_n)^T \quad (2)$$

Оптимизационная модель Марковица в этих обозначениях принимает следующий вид. Формула, направленная на минимизацию рисков:

$$R = X^T DX \rightarrow \min_x. \quad (3)$$

Ограничения:

1. Единичная сумма долей всех страховых продуктов:

$$\sum_{i=1}^n x_i = 1.$$

2. Неотрицательность долей страховых продуктов: $x_i \geq 0$, $i = 1, 2, \dots, n$.

3. Фиксация требуемой доходности страхового портфеля: $X^T m = m^*$.

Обобщая вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что на современном этапе общественного развития, которое характеризуется усилением конкуренции и высокими рисками, необходимо повышать конкурентные пре-

имущества. Для страховых компаний, обладающих холдинговой структурой, весьма действенным направлением роста конкурентоспособности является диверсификация, представляющая собой одну из форм маркетинговой стратегии роста, которая направлена на увеличение прибыльности за счет увеличения объема продаж, полученного от новых продуктов и новых рынков. В статье предлагается интегрировать двух подходов к формированию конкурентоспособности: территориальный (расширение рынков) и функциональный (диверсификация продукции), что позволит повысить конкурентные преимущества в течение длительного периода времени. В связи с этим представляется необходимым, чтобы страховые компании при принятии решения о расширении рынков и диверсификации проводили технико-экономические обоснования, направленные на анализ факторов, которые влияют на стратегии диверсификации, и проводили регулярный мониторинг и оценку, предназначенные для оценки эффективности принятых стратегий диверсификации.

Литература:

1. Poth S. Competitive Advantage in the Service Industry. The Importance of Strategic Congruence, Integrated Control and Coherent Organisational Structure // A Longitudinal Case Study of an Insurance Company, Department of Business Studies, Uppsala University, Doctoral Thesis. 2014. — 366 p.
2. Кириллова Н. В. Актуальные проблемы развития российского страхового рынка // Вестник Финансового университета. 2014. № 1 С.129–138.
3. Ермолаева А. С. Исследование особенностей формирования ключевых показателей деятельности страховой компании в целях повышения ее конкурентоспособности // Синергия. 2016. № 6 С.19–26.
4. Лисин Е. М., Стрелковский В. А., Анисимова Ю. А., Хавкин Б. А. Анализ вероятности разорения страховой компании от различных видов распределений страховых выплат // Вектор науки ТГУ. 2014. № 3 С.181–186.
5. Лаврентьева Л. В., Курьлева О. И., Огородова М. В. О платежеспособности как качественной характеристике финансовой устойчивости страховой компании // Интернет-журнал Науковедение. 2015. № 6 (31) С.57.
6. Аксютин С. В. Страховой рынок РФ: проблемы и перспективы // Проблемы развития территории. 2014. № 2 (70) С.115–126.
7. Артамонов А. Б. Формирование структурированных финансовых продуктов в деятельности страховых компаний // Вектор науки ТГУ. 2014. № 4 (30) С. 66–71.
8. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ. [Электронный ресурс]. режим доступа: <http://www.gks.ru/>
9. Imen K. E., Souad, S. (2011). Corporate diversification and earnings management, Review of Accounting and Finance. — 2011. — Vol. 10 (2). — pp. 176–196.
10. Laeven L., Levine R. Is there a diversification discount in financial conglomerates? // Journal of Financial Economics. — 2007. — Vol. 85. — pp. 331–367.
11. Давыдова М. С. Совершенствование подхода к оценке платежеспособности страховых компаний // Научные записки молодых исследователей. 2015. № 1 С. 43–46.

КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Медиа-тренды в музеях

Гарибова Айсель Дамир кызы, магистрант;

Михеева Марина Максимовна, член Союза дизайнеров России, старший преподаватель

Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана

Интерактивные и мультимедийные формы взаимодействия затрагивают сегодня практически все аспекты работы музея. Глобализация, инновационная экономика, проникновение онлайн-технологий в музеи, ориентированность общества на инновации и будущее стали основными движущими факторами развития музеев во всем мире.

Ключевые слова: музей, посетители, современные технологии, мультимедиа, интерактивность, медиа-тренды, будущее

Пожалуй, одним из основных вызовов 2017 года станет поиск новых способов уменьшить разрыв между посетителями и музейными экспонатами. Тренд последнего

времени — отделение информации от самого объекта. Технические новшества ведут к социальному прогрессу и продуктивным связям между людьми и технологиями.

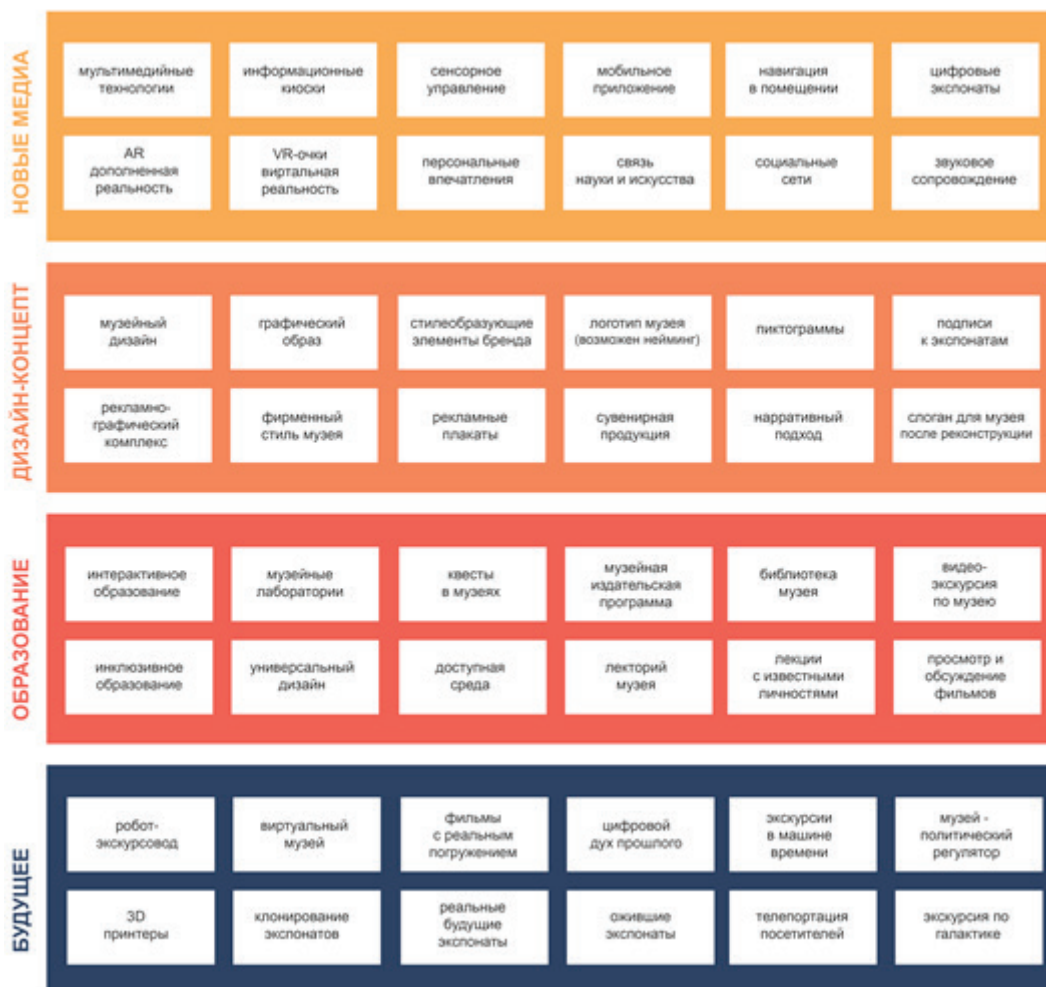


Рис. 1. Матрица трендов «Музей Будущего»

Музей будущего — это пространства интерактивного доступа к информации, несущую опыт культурного наследия. Проникновение онлайн-технологий в музеи, ориентированность общества на инновации и будущее — движущие факторы изменения, развития музеев во взаимосвязанном мире.

На основе разработанной матрицы трендов на тему «Музей Будущего» выделены основные тенденции, ускоряющие процесс внедрения мультимедийных технологий в современные музеи. Выявленные направления заставляют переоценить, призадуматься о том, как посетители воспринимают информацию.

1. Технологии, обеспечивающие навигацию в помещении, внедряются в музеи уже более 20 лет во всем мире. Основная идея таких мобильных приложений: выдавать информацию только тогда и только тем, когда человек это хочет получить. И в этом смысле любые технологии имеют высокую привлекательность.

Смартфон способен предоставить актуальную информацию в зависимости от местоположения посетителя в музее. Качественно, с высокой точностью выполнена данная функция в мобильном приложении, разработанным Музеем Современного Искусства Сан-Франциско (см. рис. 2).

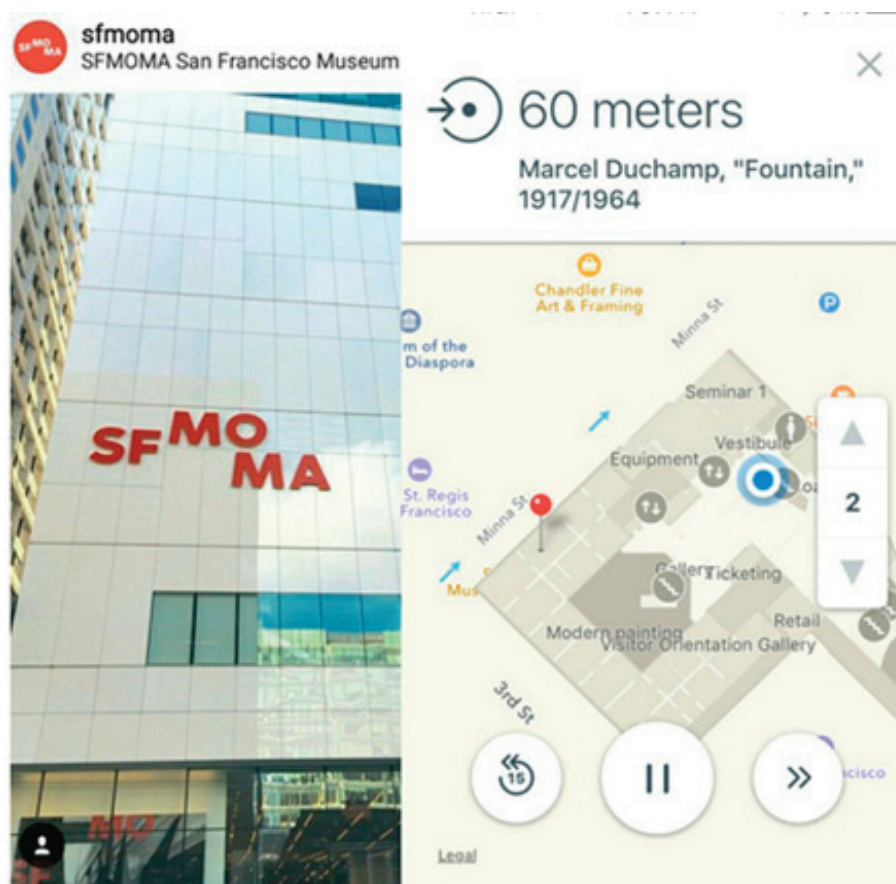


Рис. 2: Мобильное приложение SFMOMA APP. Официальный сайт музея современного искусства Сан-Франциско SFMOMA — sfmoma.org

Мобильное приложение показывает местоположение в галерее с максимальной точностью. Контент указывает на экспонаты, которые окружают посетителя. Получается, если постоянно ходить по музею с телефоном, в конечном счете посетители обратят внимание на то, что их смартфон действительно обогащает знаниями.

Следовательно, успешная навигация в помещении должна отвечать следующим параметрам:

- карта музея, которая работает с максимальной точностью;
- нестандартное мобильное приложение;
- выбор контента для посетителей;
- актуальная информация.

2. Новые возможности просмотра видео. Следующая тенденция связана с достаточно большим пучком развития различных визуальных технологий, которые пользуются огромной популярностью. Под этой темой рассмотрим различные технологические решения. Объединяет их то, что они фактически вырвались за рамки привычного нам плоского экрана. Почему это важно для нас, для студентов? Потому что, самые популярные в мире социальные платформы решили, что у этих технологий есть будущее и их нужно поддерживать. Многие пользователи социальных сетей (Instagram, Facebook, Вконтакте, Skype) наверное заметили насколько переменчивы эти платформы в своих пристрастиях (см. рис.

3, 4). И наверняка все догадались, что теперь в приоритете видео-контент. Выходит, если встроить видео-ролик или гиф-анимацию в статью, которая, к примеру, будет размещена в аккаунте музея, то он будет привлекать большее количество подписчиков.

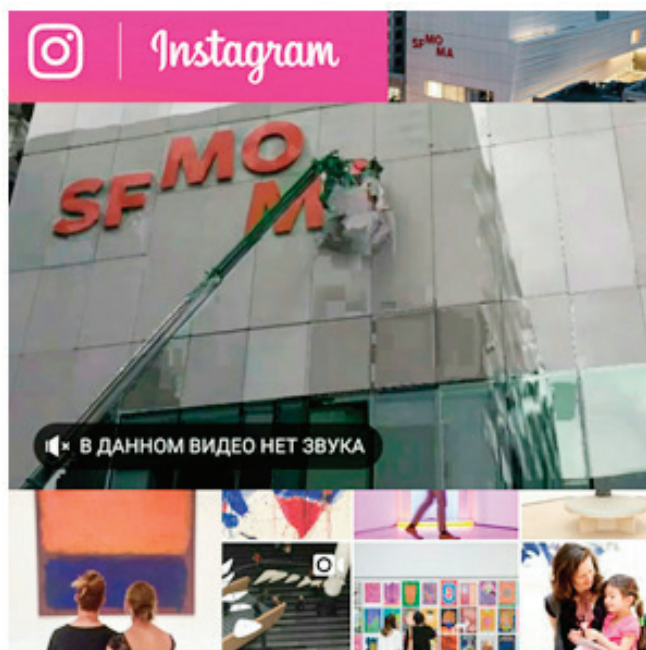


Рис. 3. Социальная страница музея SFMOMA в Instagram. Официальная страница на сайте «Instagram» музея современного искусства Сан-Франциско SFMOMA — [instagram.com/sfmoma](https://www.instagram.com/sfmoma)

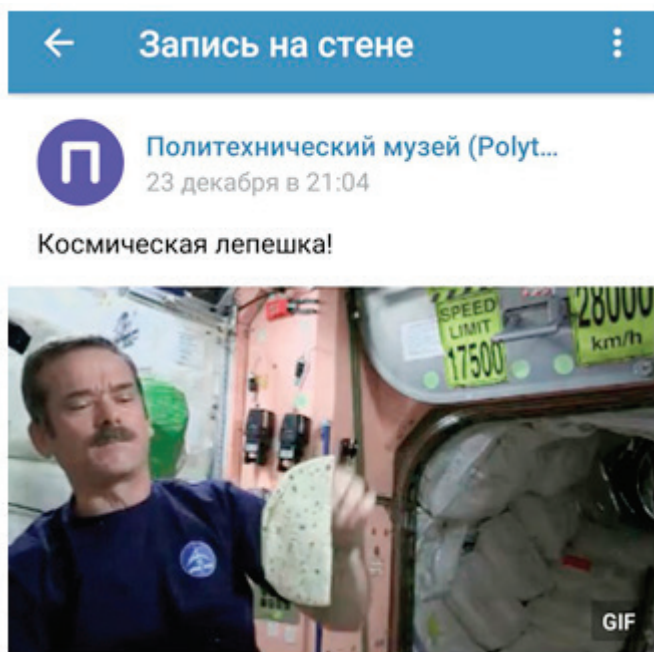


Рис. 4. Социальная страница Политехнического музея в Vkontakte. Официальная страница на сайте «Вконтакте» Политехнического музея — vk.com/polytechnus

Исследователи Калифорнийского университета в Сан-Диего, подсчитали, что в среднем люди получают информацию 11,8 часа в день, если под информацией понимать теле- и радиовещание, видео, печатную продукцию, разговоры по телефону, компьютер, электронные игры и музыкальные записи [9]. Лишь малая толика уделяется новостям. И все больше времени мы проводим в социальных сетях, где узнаем о повседневных делах и передвижениях наших друзей и родных. Остальное время мы развлекаем себя, прослушивая музыку, просматривая телепрограммы и видеоролики на YouTube.

В информационных инструментах воплотилась идея уделять внимание музейным событиям, местным и глобальным. Для формирования полезного источника информации в музеях важно учесть важнейший фактор: предоставлять посетителям информацию не только ту, которую они хотят, но и ту, которая, возможно, им действительно нужна. [6]

Панорамное видео 360 градусов*

Технология сферического видео находится на том этапе развития, когда качественный результат могут добиться лишь профессионалы. На рис. 5 представлена комбинация из камер GoPro, которые обычно надевают спортсмены на шлем, катаясь на сноуборде. Не все браузеры справляются с задачей виртуальной реальности. Связано это с тем, что на рынке еще не появилась доминирующая конструкция, не принят единый стандарт, и поэтому проблемы с совместимостью платформ остаются не решенными.



Рис. 5: Ramers GoPro для панорамного видео

Основатель социальной сети Facebook опубликовал на своей странице видео поверхности Марса в формате «360 градусов».

* Материал на основе лекции «Музеи и цифровые технологии: контуры взаимодействия». 7 дек. 2016 г. Еврейский музей и центр толерантности. Лектор: музейный эксперт Эд Родли. Лекция организована в рамках образовательной программы Политехнического музея на базе НИУ ВШЭ при поддержке Фонда Владимира Потанина.

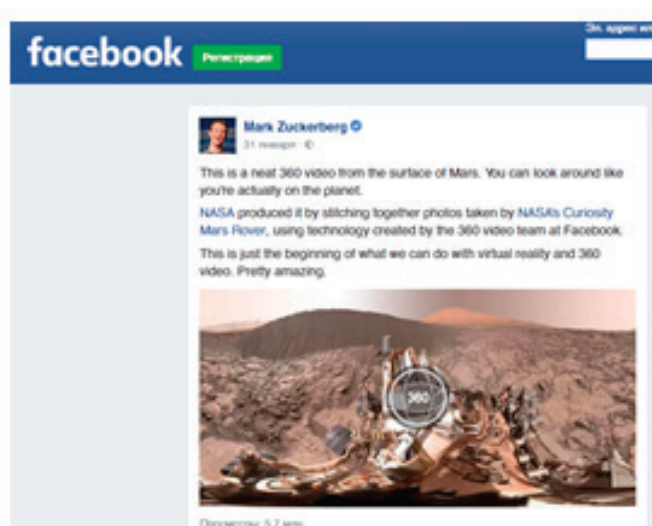


Рис. 6: Публикация сферического видео Марка Цукерберга. Официальная страница на сайте «Facebook» Марка Цукерберга — [facebook.com/zuck](https://www.facebook.com/zuck)

Сферическое видео 360° позволяет посетителям увидеть: залы музеев, к которым трудно добраться на общественном/личном транспорте; лекции из научных архивов музея.

3. Интересы массовых сообществ — сетевой эффект.*

Сегодня интернет дает людям широкие возможности высказывания своей точки зрения такими технологиями, которых не было в прошлом веке. Форсировать связь с посетителями возможно там, где единомышленники объединяются в сообщества. Их идеи, интересы, взгляды мгновенно распространяются в социальных сетях.

— хэштэг (знак) стал неотъемлемой частью каждого интернет-пользователя. Рассмотрим кейсы на тему социальных проблем (акции, протесты) под знаком #хэштэг.

#svegliamuseo — Проснитесь музеи!

В Италии людей расстраивало то, насколько недружелюбны к посетителям музеи. И вот, итальянцы организовали так называемые «цифровые вторжения в музеи». Они ходили по музеям, фотографировали то, что им нравилось, выкладывали в интернет, сопровождали комментариями. По сути, взяли на себя одну из важных функций музея, для того, чтобы пристыдить музейщиков. Естественно, не всем музейщикам понравилась такая акция. Но все прекрасно понимают, что «Чёрный пиар — тоже пиар».

#DropBP — Капля нефти.

Многие годы Лондонский музей был под ударом активистов, возмущенных тем, что Британский музей принял пожертвования нефтяной компании. Люди приходили и разливали сырую нефть в вестибюле, и по всему интер-

нету использовали один и тот же #хэштэг, активно очерняя репутацию музея и взывая к одному факту из жизни, что он принял деньги от не хорошей нефтегазовой компании. Раньше, безумцы такого рода особых проблем не вызывали и никакие влияния на масс-медиа они не производили. А сейчас все стало по-другому.

Британский музей ответил привычным ему методом: делать вид, будто ничего не происходит. Так решают проблемы, музеи, существующие с XVIII века. Безусловно, такая тактика в борьбе с активистами XXI века больше не работает и поэтому необходимо составлять долгосрочные программы.

Кейсы рассказывают классическую историю того, как музеи до сих пор не могут разобраться как же правильно и эффективно работать в мире, где каждый сам себе журналист. Несколько рекомендаций организации музейной деятельности при возникновении таких акций, протестов в рамках сетевых взаимодействий:

- проводить акцию «Пустой музей». Приглашать известных блогеров в нерабочие дни музея и отвечать на наболевшие вопросы, показывать интересные экспонаты;
- завести аккаунт музея в нескольких социальных сетях и обмениваться паролями с другими музеями, с сотрудниками, с известными людьми на некоторое время. Например, один музей, на своей социальной странице, выкладывает фото другого музея, тем самым, выражая проявление стремления музеев к солидарности.

Основные вопросы, которые освещает концепция социальной модели музея в интернет-сети:

- факторы, определяющие ценность музея в эпоху цифровых технологий;
- цифровое курирование — значимость коллекционирования и сохранения электронных ресурсов искусства и информации;
- дискуссии и лекции в музее — кто рассказчик, а кто слушатель?
- творчество, инновации и технологии — какая взаимосвязь существует между этими тремя понятиями?
- воздерживаться от технологий, виртуальных сообществ (геймеры, фанаты, блогеры) — технологии не могут решить все проблемы как в мире, так и в музее.

Социальные сети изменили наше восприятие действительности. Информация не главное, важно то, что объединяет людей с людьми, с событиями, с объектами. По сути информация — это социальная сеть объектов. Более ста лет назад приводились совершенно другие аналогии. Говорили, что музей — это агрегат, музей — это машина. Заметно, как сильно метафорический ряд поменялся. А значит, поменялись концепции, поменялось восприятие мира.

* Материал на основе лекции «Музеи и цифровые технологии: контуры взаимодействия». 7 дек. 2016 г. Еврейский музей и центр толерантности. Лектор: музейный эксперт Эд Родли. Лекция была организована в рамках образовательной программы Политехнического музея на базе НИУ ВШЭ при поддержке Фонда Владимира Потанина.

Литература:

1. Материалы лекции «Музеи и цифровые технологии: контуры взаимодействия». Еврейский музей и центр толерантности. Лектор: музейный эксперт Эд Родли. Лекция организована в рамках образовательной программы Политехнического музея на базе НИУ ВШЭ при поддержке Фонда Владимира Потанина. 7 декабря 2016 г.
2. Официальный сайт музея современного искусства Сан-Франциско SFMOMA — sfmoma.org
3. Официальная страница на сайте «Instagram» музея современного искусства Сан-Франциско SFMOMA — [instagram.com/sfmoma](https://www.instagram.com/sfmoma)
4. Официальный сайт Политехнического музея — polymus.ru
5. Официальная страница на сайте «ВКонтакте» Политехнического музея — vk.com/polytechmus
6. Этан Цукерман. «Новые соединения. Цифровые космополиты в коммуникативную эпоху» — М.: Ад Маргинем Пресс, 2015 — с. 35.
7. Falk J. H., Dierking L. D. *The Museum Experience Revisited*. — CA: Left Coast Press, 2013. P. 416.
8. Jasmin Yu. *Museum Display Design*. — NY: Design media PL, 2010. P. 138.
9. Roger E. Bohn and James E. Short, «How Much Information. Report on American Consumers», Global Information Industry Center of the University of California — San Diego.

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

Оксюморон молодежной газеты. Влияние дизайна на развитие молодежных печатных СМИ

Какаулина Ксения Андреевна, студент
Санкт-Петербургский Государственный университет

В статье анализируется влияние дизайна на молодежные печатные СМИ, рассматривается тенденция увеличения возраста целевой аудитории печатных изданий. Приводятся примеры дизайна молодежных изданий и влияния дизайна на привлечение аудитории к СМИ.

Ключевые слова: редизайн, молодежные СМИ, целевая аудитория

Oxymoron of the youth newspaper. The influence of design on the youth print media

Kakaulina K.
St. Petersburg state University

The article analyzes the influence of design on the youth print media, examines the trend of increasing age of the target audience publications. Examples of the redesign of the youth publications and the impact of the redesign on attracting the audience to the mass media.

Keywords: redesign, youth media, target audience

Молодежные печатные издания всегда считались «младшим братом» качественных изданий, целевая аудитория которых начинается от 25 лет. Функции молодежных СМИ часто отличаются от привычных. Так как они нацелены на более широкую аудиторию, вместо привычной информационной функции на первое место выходит объединяющая. Такие газеты собирают вокруг себя аудиторию, схожую не только по возрастному или территориальному признаку, но и со схожими интересами, мыслями.

Сегодня наблюдается тенденция увеличения возраста целевой аудитории печатных периодических изданий и, что очень важно, переход аудитории от печатных СМИ к интернет-порталам. Пользователи, особенно молодежь, могут получить всю информацию в сети Интернет, и покупка печатных изданий перестала быть необходимостью. Но в таком случае уходит функция объединения, что в свою очередь приводит к угасанию самообразовательной функции молодежных СМИ. Под самообразовательной функцией мы понимаем способность и возможность молодежи самостоятельно осуществлять процесс производства газеты. Многие издания являются площадками для обучения молодежи журналистскому мастерству. Молодежные СМИ являются мощным средством привлечения интереса

юношеской аудитории к творческой деятельности и к информационным технологиям. Несмотря на многие трудности в реализации подобных проектов, практически всегда сложность их запуска с лихвой окупается результатами. Помимо образования молодежи, ей так же дается возможность попробовать себя в роли настоящей газетной редакции. В молодежных изданиях очень часто происходит смешение авторов и читателей, создается модель «молодежь для молодежи». И если редакция газеты решается встать на путь сохранения такой печатной экспериментальной площадки, борьбы со «старением аудитории», то дизайн может являться одним из главных ее орудий. Более того, именно дизайн может вернуть аудиторию к печатным изданиям, так как вместо большого беспорядочного объема информации, которым отличается Всемирная Сеть, издания могут привлечь читателей эксклюзивными авторскими материалами и интересным, новым дизайном.

По словам Анны Юрьевны Тышецкой «... дизайну в газете сегодня отводится совершенно особая роль. Издания, находясь в поиске новой коммуникативной стратегии, отводят ему роль экспериментальной площадки формирования инновационной модели взаимодействия газета — читатель». [1]

Самым ярким примером в России можно назвать газету «Акция», которая не просто провела редизайн своего издания, но и подчинила ему работу всей редакции, перестроила работу рубрик, основываясь на новой визуальной концепции. Это стало залогом привлечения к ней новой молодой аудитории.

На дизайне «Акции» хотелось бы остановиться подробнее, как на ориентире для печатного газетного издания молодежного типа. Главными тенденциями дизайна газеты можно назвать стремление одновременно к журнальной верстке и к использованию некоторых элементов веб-дизайна.

Журнальная верстка прослеживается в решениях, связанных с обложкой, так как именно журналам свойственно оставлять на обложке только анонсы и не помещать туда материалы. Так же свободная верстка, большое количество «воздуха» и отсутствие рекламы блочного типа отсылают нас к дизайну журналов, а не газет.

Что касается стремления к веб-формату верстки, то основными признаками являются большое количество qr-кодов, наборная полоса, тонкие рубленые шрифты без засечек в лидах и заголовках. Полоса набора в большинстве материалов традиционна для газет — выравнивание по ширине колонки. Но правая колонка у «Акции» всегда печатается с выравниванием по левому краю, как это делают практически на всех веб-сайтах.

У газеты традиционно было 3 рубрики: ЛЮДИ, ВОЗМОЖНОСТИ, БУДУЩЕЕ. Эти рубрики стали основой слогана проекта: ««Акция» пишет о тех, кто меняет жизнь к лучшему; рассказывает о возможностях личностного роста, образовании и карьере; делится технологическими и научными трендами, описывает сценарии будущего.» Рубрики делятся по цветам (голубая, розовая и зеленая), что напоминает разделы веб-сайтов.

Дизайн газеты Акция выгодно отличается от существующих дизайн-проектов молодежных газет России. Можно сказать, что это единственная молодежная газета такого уровня.

Конечно, стоит отметить, что региональные молодежные газеты не имеют главного преимущества Акции — финансирования. Но помимо этого они зачастую не имеют и ква-

лифицированных кадров для перевоплощения своего облика. И если с этими проблемами можно справиться, найдя спонсоров и — с их помощью — работников, то с еще одной проблемой нужно бороться не столь отработанными методами. Молодежные газеты, несмотря на кажущуюся из-за аудитории инновационность, часто остаются в далеком прошлом, если дело касается дизайна и переустройства дизайна. Редакции зачастую не готовы к переменам, преобразованиям. Как люди, они боятся нового и неизведанного, предпочитая оставаться «на своей земле», пусть даже их подход давно устарел и не приносит желаемых результатов.

Сейчас в России есть немало молодежных газет, создающих на своей базе площадки для публикации молодых начинающих авторов. К ним относится, например, газета «ОКНО» Колпинского района, создавшая спецпроект «Открытая форточка» — молодежный ежемесячный выпуск, над которым работает молодежная редакция, а состав основной редакции лишь курирует проект. Сейчас проводится работа над редизайном проекта, так как дизайн не соответствует целевой аудитории.

Несомненно, успех любого медиаконтента зависит от двух вещей — дизайна и информационного наполнения. В контенте, ориентированном на зрелую аудиторию, имеет важность как раз второе. Дизайна здесь может и вовсе не быть, главное — актуальная, полезная и точная информация. Для молодых людей все наоборот: они избалованы высококачественной коммерческой медиапродукцией. Хороший дизайн — это гарантия того, что молодежная газета не отправится в урну.

Таким образом, мы считаем, что главное обоснование для существования молодежных печатных изданий — создание ими особой площадки для обучения, обмена опытом и самоидентификации молодежи. Дизайн может стать одним из ведущих инструментов привлечения аудитории и внимания к таким СМИ, стать конкурентным преимуществом перед интернет-изданиями.

Задача же дизайнеров — обратить внимание на эту нишу печатных изданий и помочь многим из них преодолеть барьер и выйти на качественно новый уровень.

Литература:

1. Тыщевская А. Ю. Современный газетный редизайн: теория и практика, диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук.

ФИЛОЛОГИЯ

Context-based approach as an effective way of teaching vocabulary

Ismatova Nodira Makhmudovna, a teacher of English
Kokand State Pedagogical Institute, Uzbekistan

Words usually have several meanings. To study the uses of an appropriate word we have to study words in context. Researchers (Kruse 1979; Nation 1980; Gairns and Redman 1986; Oxford and Crookall 1988) agree that to learn words in context and not in isolation is an effective vocabulary learning strategy. A word used in different contexts may have different meanings; thus, simply learning the definitions of a word without examples of where and when the word occurs will not help learners to fully understand its meaning. Learning an isolated list of words without reference to the context is merely a memorization exercise which makes it difficult for learners to use the words in spoken and written language. Looking at the context in which the word appears seems to be the best way of learning vocabulary. Good readers also take advantage of their background knowledge in processing the context and in creating expectations about the kind of vocabulary that will occur in the reading.

According to researcher Yu Shu Ying there are four assumptions underlie this discussion of a context-based approach to acquiring vocabulary.

1. Drawing inferences from what we observe is fundamental to thinking, and the same principle can be used in the reading process. Schema theory suggests that the knowledge we have is organized into interrelated patterns. These patterns are constructed from our previous experiences and guide us as to what we might expect to encounter in a new context (Nunan 1991). Making use of what we know in order to understand the unknown is a common practice in our daily lives. For instance, if we are in a building and observe that someone is entering holding a wet umbrella, we will infer that it is raining outside.

Vocabulary is connected with grammar, so familiarity with grammatical patterns helps the reader guess the meaning of words. For example, a word can be classified as a grammatical item or as a vocabulary item. Beautiful is a vocabulary item, and in functional grammar it is also an epithet in the nominal group the beautiful girl and reflects the speaker's opinion of the person described. The connection between vocabulary and grammar can be seen by the interdependence of grammatical and lexical cohesion. In a typical text, grammatical and lexical cohesion support each other.

The subject matter of a passage is interrelated and the text is often redundantly structured. To help readers, writers often give definitions or extensive clues within the text when a new word appears. So readers may have more than one chance to understand the passage.

By nature, reading is a process of hypothesis formation and verification; it is a communicative act between a writer and a reader (possibly a large number of readers). Consequently, the reader's understanding is unlikely to be 100 percent accurate. As Wallace (1982:33) puts it, "The mother-tongue speaker learns to be content with approximate meaning... He is satisfied with a meaning which makes sense of the context". He compares this view of reading to the work of secret agents: "In the secret service there is a principle called the "need-to-know" principle... In other words, agents are not told more than they need to know in case they get caught and betray their comrades. Perhaps in vocabulary learning the "need-to-know" principle could also be applied. Students should not be told more about the meanings of words than they need to know to understand the context so that they don't get confused" (Wallace 1982:33)

There are a number of different context clues that can help a reader infer the meaning of a new word.

Morphology. The students can derive word meanings by examining internal, morphological features, like prefixes, suffixes, and root words.

Reference words. Identifying the referents of pronouns may provide a clue to the meaning of an unfamiliar word. Example: Malnutrition gave him the shallowest of chests and thinnest of limbs. It stunted his growth. In this sentence, the effect of malnutrition is obvious. Students should be able to guess what malnutrition could have done to growth.

Cohesion Sometimes words in the same sentence or in adjacent sentences give an indication of the meaning of an unfamiliar word, because these words regularly co-occur with the unfamiliar word, producing what has been termed "collocational cohesion" (Halliday and Hasan 1976:287).

Synonyms and antonyms. Often the reader can find the meaning of new items in the same sentence. Example: We

had never seen such a large cave: it was simply enormous. Obviously, the unknown word is a synonym for large.

Hyponyms. Very often the reader can see that the relationship between an unfamiliar word and a familiar word is that of a general concept accompanied by a specific example (a hyponym). Example: The museum contained almost every type of vehicle: cars, buses, trains, and even old carriages and coaches.

Vehicle is being used as a hyponym; it encompasses all of the other items which are listed. Also, all of the listed items are of the same category.

Definitions. Sometimes the writer defines the meaning of the word right in the text. Example: Many animals live only by killing other animals and eating them. They are called predatory animals.

Alternatives. The writer may give an alternative of an unfamiliar word to make the meaning known.

Restatement. Often the writer gives enough explanation for the meaning to be clear. Example: X ray therapy, that is, treatment by use of X ray, often stops the growth of a tumor.

The phrase that is signals a clarification of a previously used word.

Example. Many times an author helps the reader get the meaning of a word by providing examples that illustrate the use of the word. Example: All the furniture had been completely removed so that not a single table or chair was to be seen. The learner should be able to guess the meaning of furniture from the two examples which are mentioned.

Summary. A summary clue sums up a situation or an idea with a word or a phrase.

Comparison and contrast. Writers can show similarity or difference.

Example: The ancient mammoth, like other elephants, is huge.

This sentence indicates similarity and clearly states that the ancient mammoth is a type of elephant.

Punctuation. Readers can also use clues of punctuation and type style to infer meaning, such as quotation marks (showing the word has a special meaning), dashes (showing apposition), parentheses or brackets (enclosing a definition), and italics (showing the word will be defined).

References:

1. Kruse, A. F. 1979. Vocabulary in context. *ELT Journal*, 33, 3, pp. 207–213.
2. Nation, I. S. P. 1979. The curse of the comprehension question: Some alternatives. *RELC Journal Supplement Guidelines*, 2, pp. 85–103.
3. Gairns, R., and S. Redman. 1986. *Working with words: A guide to teaching and learning vocabulary*. Melbourne: Cambridge University Press.
4. Oxford, R., and D. Crookall. 1988. Learning strategies. In *You can take it with you: Helping students maintain foreign language skills beyond the classroom*, ed. J. B. Gleason. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
5. Honeyfield, J. 1977. Word frequency and the importance of context in vocabulary learning. *RELC Journal*, 2, pp. 35–40.
6. Strategies for receptive vocabulary learning. *RELC Journal Supplement Guidelines*, 3, pp. 18–23.
7. Nunan, D. 1991. *Language teaching methodology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
8. Robinson, H. A. 1983. *Teaching reading, writing, and study strategies: The content areas*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
9. Wallace, M. 1982. *Teaching vocabulary*. London: Heinemann Educational Books.

Фигуры речи как средство выразительности в китайских фразеологизмах чэньюй

Кобжицкая Ольга Германовна, доцент;
Половникова Александра Сергеевна, студент
Иркутский государственный университет

В поле зрения современных синологов попадают самые разнообразные явления, связанные как с аспектами китайского языка — грамматикой [9], лексикой [11], грамматологией [8], так и с государственным устройством [1], [6], историей [7], этнологией, культурой Китая.

Фразеология — особый раздел лингвистической науки, отражающий богатство выразительных средств языка. По-

нимание устойчивых выражений, а также их правильное употребление в речи считаются одним из показателей речевого мастерства и высокого уровня языковой культуры [2]. Отсюда вполне закономерен тот интерес, который проявляют исследователи к данной области.

Под фразеологизмом понимается воспроизводимая в речи языковая единица, состоящая из двух и более ком-

понентов, имеющая обобщенно-переносное лексическое значение, устойчивая по своему составу и структуре [12].

В китайском языке фразеологизмы — это один из главных носителей культурологической и исторической информации. Благодаря яркой образности, фразеологизмы способны придать высказыванию дополнительные эмоционально-оценочные значения, которые неспособен выразить нефразеологический эквивалент [5]. Экспрессивность фразеологизмов достигается за счет использования изобразительно-выразительных средств — тропов и фигур речи.

Многие лексемы китайского языка отражают наиболее важные факты китайской действительности, они часто имеют национальную окраску, особенно в составе фразеологизмов. Например, бамбук 竹, который для китайцев является и пищей, и кровом, и одеждой.

Целью данной работы является анализ китайских фразеологизмов чэнъюй, построенных с использованием фигур речи. Для достижения цели предполагается решение следующих задач:

1. Обзор и анализ литературы по теме дипломной работы;
2. Уточнение понятий фразеологизм, фигуры речи;
3. Характеристика китайских фразеологизмов чэнъюй;
4. Формирование корпуса чэнъюй, построенных с использованием фигур речи;
5. Анализ выявленных способов, повышающих экспрессивность чэнъюй.

Объектом исследования являются фразеологизмы китайского языка чэнъюй. Предметом исследования являются фигуры речи в китайских фразеологизмах чэнъюй. Источником для написания работы послужили китайские фразеологические словари «*中华成语典故通*» и «*简明成语词典*». Была проведена выборка фразеологизмов и их разбор на морфемном, синтаксическом и семантическом уровнях.

Чэнъюй — это устойчивое фразеологическое словосочетание, построенное по нормам древнекитайского языка вэньянь, с обобщенно-переносным значением и носящее экспрессивный характер [3]. По структуре выделяют чэнъюй параллельной и непараллельной конструкции. Звенья во фразеологизмах первого типа строятся согласно правилам параллелизма. Грамматическая парность состоит в том, что звенья строятся синтаксически однотипно (структурная парность); и при всем при этом, компоненты фразеологизма, которые соотносятся (1–3, 2–4), относятся к одной и той же части речи. Семантическая парность строится на аналогии (возникает с помощью употребления слов, которые не связаны между собой антонимично и синонимично), тождестве (возникает с помощью употребления синонимов) и антитезе (возникает с помощью употребления антонимов) [4]. Например, 乐尽悲来 досл. *радость иссякнет, грусть придет*, обр. в знач.: *на смену радости приходит печаль*.

Антитеза прослеживается через попарно связанные слова из звеньев (1–3, 2–4), являющиеся антонимами: 乐 (радость) и 悲 (печаль); 尽 (иссякать) и 来 (приходить).

胆大心小 *храбрый, но осторожный; осмотрительный*.

В данном случае антитеза просматривается только в звене 2–4: 大 (большой) и 小 (маленький).

Фигурами речи называют обороты, усиливающие выразительность речи или текста с использованием стилистических возможностей синтаксиса [10]. Кроме параллелизма во фразеологизмах чэнъюй используются такие фигуры, как лексические и семантические повторы, где повторяющиеся слова находятся в каждом из звеньев фразеологизма: 自高自大 *страдать чрезмерным самомнением*. 明明白白 *яснее ясного; совершенно отчетливо; со всей очевидностью*.

В данной категории повторов также используется редупликация, где слова могут размещаться в чэнъюй в любом звене: 孜孜以求 *не зная усталости доискиваться чего-либо*. В первом звене удваивается 孜 «старательно, трудолюбиво». 蔓蔓日茂 *хорошет день ото дня, спустя долгие годы выглядит еще лучше*. 蔓蔓 «в течение долгого времени».

В чэнъюй часто встречается семантический повтор, при котором компоненты чэнъюй взаимно дополняемы и несут схожий смысл. 心寒胆战 *испугаться*.

心寒 (сердце екнуло) и 胆战 (испугаться, перетрусить). 才高八斗 *отличаться выдающимися способностями и эрудицией; обладать блестящим литературным талантом*; 才高 (большой талант) и 八斗 ((сокращ. от 八斗才) огромный литературный талант).

Существует такой прием как, последовательное наслаивание, при котором последующий компонент превосходит предыдущий компонент в каком либо смысле. 千千万万 *множество, миллионы, мириады, несметное множество*.

千 (тысяча) и 万 (десять тысяч). Увеличение цифр. 风风雨雨 *препятствия и трудности; ветры и дожди*. 风 (ветер) и 雨 (дождь). Усиление природных явлений.

Аллитерация (повторение согласных звуков) или ассонанс (повторение гласных звуков) также являются средством, повышающим экспрессивность чэнъюй. Например, 一无长物 *не иметь ничего лишнего (в обиходе), иметь лишь самое необходимое*. В этом примере присутствует пример ассонанса с морфемами 无 wú (нет) и 物 wù (вещь, предмет). 不知凡几 *неизвестно, сколько их всего (обр. в знач.: очень много, не счесть, множество)*. Ассонанс с финалями морфем 知 zhī (знать) и 几 jǐ (несколько). 求全之毁 *стремясь к совершенству, очернять кого-либо*. Аллитерация прослеживается через совпадение инициалей морфем 求 qiú и 全 quán. 连篇累牍 *бесконечный ряд страниц (глав); нескончаемый поток (статей, сочинений)*. Аллитерация прослеживается через совпадение инициалей морфем 连 lián и 累 lěi.

Проанализировав отобранные фразеологизмы, мы пришли к заключению, что основными фигурами речи в составе фразеологизмов чэнъюй являются последовательное построение (параллелизм), последовательное повторение (повтор), противопоставление (антитеза) и редупликация.

Литература:

1. Баринкова А. В., Кремнёв Е. В. Партийная система КНР в типологическом аспекте: однопартийность или неконкурентная многопартийность? // *Crede Experto: транспорт, общество, образование*. 2015. № 3. С. 129–142.
2. Голуб И. Б. *Стилистика русского языка: учеб. пособие*. М.: Рольф; Айрис-пресс, 1997. 448 с.
3. Горелов В. И. *Стилистика современного китайского языка: учеб. пособие*. М.: Просвещение, 1979. 192 с.
4. Войцехович И. В. *Практическая фразеология современного китайского языка*. М.: АСТ: Восток — Запад, 2007. 509 с.
5. Кобжицкая О. Г. Культурологический аспект изучения китайских идиом чэнъюй. // *Межкультурный диалог в пространстве Азиатско-Тихоокеанского региона*. Хабаровск, 2013. С. 171–176.
6. Корешкова Ю. О. Отражение культуры государственного управления древнего Китая в трактате «Хань Фэй-цзы». // *Древо познания и дерево знания. Магистерские исследования*. Иркутск, 2015. С. 232–241.
7. Макеева С. Б. Деятельность забайкальских трудовых коллективов в развитии советско-китайского приграничного сотрудничества (1949–1960 гг.). // *Ойкумена. Регионоведческие исследования*. 2012. № 1. С. 106–112.
8. Назаров В. В., Кремнёв Е. В. Об этногенезе древних китайцев в грамматологических работах С. М. Георгиевского. // *Наука в современном мире: теория и практика*, 2015. № 1 (3). С. 6–8.
9. Смолова Д. М. Повтор в грамматолого-семантическом аспекте. // *Культуры и языки стран Дальнего Востока: изучение и обучение*. 2014. С. 181–191.
10. Столярова Е. А. *Стилистика русского языка (конспект лекций)*. М.: Приор-издат, 2004. 160 с.
11. Хамаева Е. А. К вопросу о мифологичности современного китайского антропонима. // *Культуры и языки стран Дальнего Востока: изучение и обучение*. 2014. С. 261–267.
12. Шанский Н. М. *Фразеология современного русского языка*. СПб.: Специальная литература, 1996. 192 с.

Assessment tools for learner's oral presentations

Mamadjanova Nozima Adhamovna, teacher
Namangan state University, Uzbekistan

The Icebreaker speech is an ideal first start to the art of oral presentations. It is designed to get students talking about a familiar topic; themselves. It is a 4 to 6 minute speech where the student introduces himself or herself to the rest of the class. The advantage of this speech as a first effort is that it serves as a warm-up and gets the student in front of an audience.

Giving oral presentations is a real-life skill for students in academic and business programs, so presentations are often used for classroom speaking assessment. Oral presentations are not just concerned with language accuracy and fluency. They also include aspects of delivery such as body language, facial expression, eye contact, and gestures. The visual aids and handouts that the student creates and uses are integral parts of the presentation. Power Point or other presentation software is often used to highlight the spoken delivery. [8.p122]

Oral presentations help students to learn to organize an argument using supporting evidence, select relevant material, engage critically with ideas and enhance personal mastery of course learning. Oral presentations promote the development of communication, facilitation and persuasion skills. Oral presentations can be difficult for students. Who do not have English as a first language. If presentations are poor, the rest of the class loses interest in the lesson.

In oral production (speaking) activities the language user produces an oral text which is received by an audience of one or more listeners. Examples of speaking activities include:

- public address (information, instructions, etc.)
- addressing audiences (speeches at public meetings, university lectures, sermons, entertainment, sports commentaries, sales presentations, etc.).

They may involve, for example:

- reading a written text aloud;
- speaking from notes, or from a written text or visual aids (diagrams, pictures, charts, etc.);
- acting out a rehearsed role;
- speaking spontaneously;
- singing.

Illustrative scales are provided for:

- Overall spoken production;
- Sustained monologue: describing experience;
- Sustained monologue: putting a case (e. g. in debate);

Picture Cue: Visual can be very useful in assessing speaking skills. They are especially good for descriptions. In this technique, students are given a picture or photo and must describe what they see. Pictures can be as simple or as

elaborate as you want or can illustrate a story. Make sure you give students enough time to look at the picture before you require them to start speaking. Good sources for visuals are

newspaper and magazine photographs or advertisements, printed digital photographs, or pictures downloaded from the Internet. [2.p 119]

OVERALL ORAL PRODUCTION	
C2	Can produce clear, smoothly flowing well-structured speech with an effective logical structure which helps the recipient to notice and remember significant points.
C1	Can give clear, detailed descriptions and presentations on complex subjects, integrating sub-themes, developing particular points and rounding off with an appropriate conclusion.
B2	Can give clear, systematically developed descriptions and presentations, with appropriate highlighting of significant points, and relevant supporting detail.
	Can give clear, detailed descriptions and presentations on a wide range of subjects related to his/her field of interest, expanding and supporting ideas with subsidiary points and relevant examples?
B1	Can reasonably fluently sustain a straightforward description of one of a variety of subjects within his/her field of interest, presenting it as a linear sequence of points.
A2	Can give a simple description or presentation of people, living or working conditions, daily routines, likes/dislikes, etc. as a short series of simple phrases and sentences linked into a list
A1	Can produce simple mainly isolated phrases about people and places.

Prepared Monologue: The teacher provides students with a written topic card. Students have one minute to make notes and then present their remarks on the topic. Possible topics include agreement or disagreement with a controversial statement, extemporaneous topics, or explaining proverbs or idioms.

Role-play: Student are given cue cards with information about their "character" and the setting. If there is only one student, the interlocutor role-plays with him or her. If there are two or more students, be certain that the roles they are asked to play are familiar to all and would elicit comparable amounts of speech. [2. p121]

Sample Activity.

You buy something from the store and when you get home, you discover it is broken. You take it back to the store and talk with the manager.

Role-playing is a popular pedagogical activity in communicative language teaching classes. Within constraints set forth by the guidelines, it frees students to be somewhat creative in their linguistic output. In some versions, role play allow some rehearsal time so that students can map out what they are going to say. It also has the effect of lowering anxieties as students can, even for a few moments, take on the persona of someone other than themselves. As a assessment device,

role play opens some windows of opportunity for test takers to use discourse that might otherwise be difficult to elicit. With prompts such as "Pretend that you are a tourists asking me for directions" or " You are buying a necklace from me in a flea market, and you want to get a lower price," certain personal strategic, and linguistic factors come into the foreground of the test taker's oral abilities.

We may choose to assess formally (through tests and examinations) or informally. We can carry out informal assessment during a lesson by monitoring (i. e. listening carefully) and observing learners while they are doing ordinary classroom activities. To get other information about the progress of individual learners, we can carry out formal assessment (e. g. a class test). When planning assessment, we need to think first about our reasons for assessing learners. Then we can decide when and how often to assess them, and choose what methods of assessment we are going to use. In this research work is given some information which the teachers use speaking assessments during their lessons. And also rubrics are useful to assessing the students' knowledge of foreign language. Most of our assessment focuses on content mastery. Techniques we are all familiar with include the evaluation of the final product and having student's complete quizzes or tests.

References:

1. Christine Coombe. Assessing English Language Learners. University of Michigan. USA. 2007. p13.
2. Folse K. Pedagogical grammar courses in Florida. 2006. p12.
3. Harris D. Testing English as a second language. New York. 1977 p88.
4. Swain, M. The output hypothesis: Just speaking and writing are not enough. The Canadian Modern Language Review, 1993, p 158.
5. Weir, Cyril. Understanding and developing language tests. U. K 1993.
6. Douglas Brown. Language Assessment. USA. 2010 p.126.
7. Keith Folse. Assessing English Language Learners. University of Michigan. USA. 2007. p122.
8. Harris M. Assessment. Oxford. 1994. p123.

9. Douglas Brown. Language Assessment. USA. 2010 p. 128.

Особенности деловой переписки

Савоськина Елена Сергеевна, студент

Арзамасский филиал Нижегородского государственного университета имени Н. И. Лобачевского

Во все времена деловое общение и соответственно деловая переписка выступали как наиболее важные составляющие любого бизнеса, основными средствами взаимодействия в его рамках. Умение грамотного оформления деловых писем принято считать, как один из факторов успешной и весьма эффективной предпринимательской деятельности. Наряду с этим, необходимо учесть, что в разных языковых группах есть свои разного рода правила оформления письма.

Под деловым общением следует понимать одну из более динамических дискурсивных сфер, что характеризуется стабильным развитием социума, бизнеса, активным, многообразным, многоуровневым взаимодействием, а также обменом информации среди членов бизнес-сообществ, глобализацией.

В рамках нашего исследования проводится анализ официально-делового стиля современного немецкого языка как макросфера функционирования речевого жанра делового письма. Таким образом, соблюдение правил, которые установлены особенностями формы делового письма и традициями общения, наделены существенным значением в бизнесе в процессе ведения официальной переписки, согласно чему, исследование и определение норм, относительно как оформления письма, так и характера изложения его содержания, и, главным образом, стилистической специфики обуславливают тему нашего исследования.

Официально-деловой стиль обслуживает сферы деятельности, призванные регламентировать отношения между людьми, учреждениями, странами, между гражданами и государством. К основным подстилям данного стиля относятся: административный, юридический, дипломатический, военный подстиль. Каждый стиль выполняет свои специфические задачи и функции и характеризуется собственными отличительными чертами. Функциональные черты официально-делового стиля следующие: объективность, императивность, сухость, точность, безличность, ясность, отсутствие образности и эмоциональности. Официально-деловой стиль несет функцию долженствования и официальности. Основными речевыми жанрами официально-делового стиля являются:

- правительственные постановления, указы, законы в сфере правительственной деятельности;
- дипломатические переговоры, меморандумы, ноты, протоколы в сфере международных отношений;

- уложения, кодексы в области юриспруденции;
- торгово-коммерческие соглашения, коммерческая корреспонденция в торговле и экономике;
- военные уставы, приказы, распоряжения в сфере военной жизни;
- деловая переписка, акты, протоколы заседаний, распоряжения, объявления в официальных учреждениях;
- официальные письменные заявления, докладные, расписки, завещания в деловой жизни отдельного человека.
- Для стиля деловой корреспонденции характерно обилие стереотипных единиц языка (клише, штампы): **Ich bitte, um Ihnen mitzuteilen, mit dem Ziel**, usw. Такого рода фразеологические сочетания и отдельные слова — термины можно встретить в отчетах, уставах, законах, нотах, причем каждая область имеет свою специфическую терминологию. Так например, в деловых документах финансово-экономического характера встречаются такие термины, как **zusätzliche Einnahmen** — дополнительный доход; **Steuerpflichtig Kapazitäten** — налогооблагаемый потенциал; **Haftung für Körperschaftsteuer** — обязательство по налогу на прибыль и др. В дипломатической терминологии: **zu ratifizieren ein Abkommen** — ратифицировать соглашения; **Absichtserklärung** — меморандумы; **Pakt** — договора; **Protectorat** — протекторат; **exterritorialen status** — экстерриториальный статус; **Bevollmächtigter Vertreter** — полномочный представитель и др.

И. Р. Гальперин отмечает, что основной целью деловой речи является достижение договоренности между двумя и более заинтересованными сторонами.

Деловая переписка, независимо от ее предназначения и уровня, должна отвечать следующим пяти требованиям:

- Ясность;
- Краткость (лаконичность);
- Завершенность (полнота);
- Любезность (учтивость);
- Грамотность (языка).
- Особенности стиля делового немецкого письма характеризуется такими языковыми средствами, как: модальные глаголы (*Die Ware soll zu dem im Vertrag angegeben Termin geliefert werden*), глаголы приказаний (*befehlen, fordern*), побуждения (*verlangen, veranlassen*), безличные

конструкции (*Die Vorauslieferung ist erst mit Zustimmung des Käufers zulässig*), сослагательные наклонения, служащие для выражения сомнения, неуверенности, предположения; глаголы в императиве.

— Функция долженствования выражается посредством конструкции *haben/sein + zu + инфинитив* (*Der Käufer hat die Schulden zu begleichen*).

— К типовым лексическим средствам оформления официально-делового стиля следует относить следующие: функционально-окрашенную лексику (*beschlagnahmen, vernehmen*), термины и терминологизированные словосочетания (*Fracht lose verladen, Güter abfertigen*), устойчивые обороты и клише (*offizielle Genugtuung leisten*), собирательные существительные (*die Wahlen, die Werktätigen*), существительные, которые выражают комплексное единство (*die Nuclearwaffen*), отглагольные существительные (*Versöhnung, Verwirklichung*), имена существительные в родительном падеже, глаголы в форме страдательного залога, неопределенно-личное местоимение «*man*», канцеляризмы, «канцелярские» наречия (*zwecks, betreffs, gemäß*) обращения (*sehr geehrter...*).

— Специфика письменного варианта деловой речи характеризуется частой заменой простых глагольных форм аналитическими конструкциями (*sein — sich befinden, haben — verfügen, können — in der Lage sein*).

Говоря о стиле официального письма, заметим, что раньше они изобиловали сложными конструкциями предложений и клише канцелярского бюрократического стиля. На сегодняшний день, подобного рода письма встречаются гораздо реже. В настоящее время письма пишутся в деловом, четком и естественном стиле. Текст должен быть понятен, информативен, логически правильно построен, без излишних слов. Следует помнить о корректности формулировок и вежливости в письменном обращении.

Деловое письмо не может нести отчетливую индивидуальность, но должно однозначно и конкретно пониматься партнерами. Окончательно оформившись, деловое письмо существует как для узкоспециальных целей, обмена информацией, так и для расширения коммерческого сотрудничества между деловыми партнерами.

Прозаические немецкие письма были обнаружены в XIV в.; это письма мистиков, которые показывают уже существенную свободу в обращении с языком.

Согласно проведенному нами анализу классификаций, мы выделили перечень деловых писем в виде некоей классификации, где деловые документы сгруппированы в соответствии с принципом учёта адресата делового письма, а именно: документы, отправленные фирмой-производителем, документы, отправленные фирмой-получателем и совместные документы, которые составлены и той и той фирмами.

В 19-м столетии в качестве основных аспектов хорошего коммерческого (делового) стиля выступили такие, как: «ясность, краткость и благозвучность», однако невзирая на это

в письмах было большое количество предложений, наделенных весьма сложными конструкциями и клише канцелярского бюрократического стиля.

Рассматривая видовую классификация деловых писем, отметим, что в разных источниках представлены разного рода перечни деловой документации, в частности деловых документов сферы коммерции.

Письмо-запрос — это коммерческое деловое письмо, которое составляется с целью получения необходимой информации от адресата по поводу какого-то вопроса: узнать подробно характеристики товара, условия поставки, уточнить его наличие, сроки поставки, способ доставки, получить прайс-лист, каталоги и образцы продукции и т. п.

Рассматривая особенности письма-запроса в немецком языке, следует заметить, что в немецком языке письмо-запрос (*die Anfrage*) может выступать общим (*allgemeine Anfrage*) и специальным (*spezielle Anfrage*), когда речь идет о конкретных товарах.

Рассматривая особенности письма-запроса в немецком языке, следует заметить, что в немецком языке письмо-запрос (*die Anfrage*) может выступать общим (*allgemeine Anfrage*) и специальным (*spezielle Anfrage*), когда речь идет о конкретных товарах.

Письмом-предложением поставщик (*der Lieferant*) отвечает на письмо-запрос.

Заказы могут производиться на специальных бланках фирмы-поставщика, а также в форме делового письма.

Рассматривая особенности письма-подтверждения заказа, отметим, что данный вид делового письма также может писаться на бланке либо в свободной форме. При этом также заметим, что данное письмо может быть отправлено как заказчиком, так и фирмой-поставщиком, либо может быть ответом заказчика на повторный вопрос о возможности отсылки товара.

Рассматривая особенности делового письма, а именно такого вида, как встречный (повторный) запрос, отметим, что оно может быть двух видов, а именно: как встречный запрос со стороны продавца, так и встречный запрос со стороны покупателя.

В практической части нашего исследования, нами были проанализированы виды делового письма (коммерческой организации), а именно такие, как: письмо-запрос, письмо-предложение, письмо-извещение о поставке, письмо-заказ, письмо-подтверждение заказа, встречный (повторный) запрос, отзыв заказа, электронное деловое письмо.

Согласно проведенному анализу, в практической части нашей работы, нами было отмечено, что всех их, относительно стиля, объединяет использование таких языковых средств, как, как: модальные глаголы, глаголы, побуждения, сослагательные наклонения, которые служат для выражения сомнения, неуверенности, предположения; а также практически в каждом письме были обнаружены глаголы в императиве.

Литература:

1. Деловая переписка на немецком и русском языке — М.: ИД «Симон — Пресс», 2012. — 335 с.
2. Дуден. Современные деловые письма — легко и доступно — Изд. Библиографический институт, 2015.
3. Крылова Н. И. Деловой немецкий язык. Коммерция. М.: НВИ-ЧеРо, 2012.
4. Латышев Л. К. Технология перевода — М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2011. — 278 с.
5. Ожегов С. Ю., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка, Миннезингер — в средние века: немецкий рыцарь поэт — певец. — М., 2012. С. 357.
6. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. Эпистолярный — 1. Относящийся к частной переписке, к письмам 2. Имеющий форму письма, переписки (о литературном произведении, М., 2011. С. 912.
7. Панфилова А. П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: учебное пособие. 2-е изд. СПб.: Знание. ИРЭСЭП, 2014. — 495 с.
8. Ризель Э. Стилистика немецкого языка — М., 2010. — 477 с.
9. Хоффманн Д. Й. Л. Общее руководство по составлению личных и деловых писем — Лейпциг: Изд. Фердинанда Зехтлинга, 2010. С. 176–178.

Книжно-славянский тип языка в XIV — середине XVI вв.

Юсупова Феруза Мухаммедовна, преподаватель

Джизакский государственный педагогический институт имени А. Кадыри (Узбекистан)

С середины XIV в. происходит восстановление культурных связей с южнославянскими землями, прерванных татаро-монгольским игом. На Русь переносится огромное количество переводов, главным образом произведений церковной литературы. Болгарская и сербская письменность становится предметом подражания для русских книжников. Византийско-болгарская литература с её пышной риторикой, архаизаторскими тенденциями в орфографии и языке была положительно воспринята правящими кругами Русского государства, выдвинувшими лозунг «Москва-третий Рим», который объявил Москву непосредственной преемницей Рима и Византии центров древних культур.

Период с середины XIV в. До середины XVI в. в истории русской письменности и литературного языка получил название «второе южнославянское влияние» (в отличие от «первого южнославянского влияния» X–XI вв., когда в Киевской Руси распространилась старославянская письменность). Надо подчеркнуть, что второе южнославянское влияние имело и свои внутренние причины. Оно было обусловлено потребностями развития русского общества, успешной борьбой против иноземных поработителей, подъемом национального самосознания, ростом авторитета Москвы на международной арене.

В области графики и орфографии можно отметить следующие приметы второго южнославянского влияния: вновь вводится буква юс большой для обозначения гласного /у/ (наряду с буквами -у, -ю), исключается j между гласными перед /а/ (ср.: добраа, котораа, многаа), знаки редуцированных Ъ, Ь в сочетании с плавными пишутся по южнославянскому образцу — после плавных: влъкъ (ср. др. русск.

вълъкъ). прьсть (ср. др. — русск. пьрсть) мльчати (ср. др. русск. мьлчати); разграничивается употребление букв **и j** — последняя пишется перед гласным; восстанавливаются написание слов с **гы, кы, хы** вместо **ги, ки, хи**, соответствующих живому произношению (великий, грѣхы, многыми), вводятся некоторые написания по греческому образцу (**гг** вместо **нг**: **аггель** вместо **ангель** и под.) увеличивается число написаний под титлами.

В лексике активно употребляются слова с абстрактным значением, слова с фонетическими приметами старославянского языка (врата, глава, врагъ, злато, юность, ночь, свѣща, дщерь, единь, азъ и под.).

В морфологии широко используются архаические формы, не соответствующие живому употреблению: старые падежные формы склоняемых форм, двойственное число, звательная форма, аорист, имперфект, перфект со связкой, инфинитив на **-ти, -щи**, формы нетематического спряжения, 2 л. единственного числа, настоящего времени на **-ши** (не-сеши, ходиши), действительные причастия на **-ущ, -ащ** и др.

Формируется торжественно-риторическая, экспрессивно-эмоциональная стилистическая манера «плетение, или извитие словес», для которой характерны периоды, сложные синтаксические построения с концентрацией однородных членов предложения, цепи однородных придаточных предложений со старославянскими союзами **аще, егда, понеже** и др., риторические вопросы и восклицания, цитаты из священного писания, нанизывание сравнений, книжных метафор, нагромождение синонимов, однокоренных слов, звуковые повторы слов, тавтологические выражения (устрашиться страхом начальное начальство, дерз-

новением дерзну), употребление словосочетаний вместо одного слова (бразды сердечные вместо любовь, дымное воскурение вместо дым) и т. д. Характерен отказ от общеупотребительных слов, конкретных наименований, которые могут зашифровываться (водоносилы вместо лодки, градобитные хитрости вместо пушки). Особо следует выделить широкое распространение сложных слов книжного характера, как белоградокаменный, златопечатный, высокопаривый, огнеумный, смиреномудрие, звѣхдотечение. Надо отметить, что некоторые сложные слова впоследствии закрепились в литературном языке, например, тлетворный, громогласный, суеверие, рукоплескание, вероломство и др: Второе южнославянское влияние в разных его компонентах отразилось главным образом в произведениях книжнославянского типа языка, прежде всего в литературе церковного характера, особенно житийной («Житие Стефана Пермского» и «Житие Сергия Радонежского», написанные Епифанием Премудрым, «Слово о житии великого князя Дмитрия Ивановича», «Житие Кирилла Белозерского» Пахомия Логофета и др.)

Впервые вопрос об особенностях русской книжной традиции XIV–XVII веков ставит А. И. Соболевский. Он выделяет ряд изменений (в составе корпуса текстов, в оформлении страницы, в графике и орфографии, стилистические новации), резко отличающих восточнославянские рукописи этого периода от восточнославянских рукописей предыдущих эпох. Соболевский предполагает, что эти изменения произошли под влиянием болгарской письменной традиции и обозначает их термином «второе южнославянское влияние» (под первым южнославянским влиянием при этом подразумевается самосоздание русской письменности и формирование русской книжной традиции в кирилло-мефодиевский период).

До 60–70-х гг. XX века вопрос о втором южнославянском влиянии остаётся дискуссионным. Отдельные исследователи вообще отрицают такое влияние южнославянских традиций на русский язык. В частности, Л. П. Жуковская, основываясь на материалах псковских рукописей XIV–XVII вв., характеризует изменения книжной традиции этого периода как собственно русское явление — как сознательную попытку архаизировать письменность. Похожего мнения придерживается и Б. А. Успенский: в его интерпретации второе южнославянское влияние выступает как результат пурификаторской деятельности русских книжников — очищения старославянского языка от накопившихся разговорных элементов.

В конце 90-х — начале 2000-х появляются работы М. Г. Гальченко, опровергающие эту точку зрения. Гальченко связывает второе южнославянское влияние с куль-

турными условиями эпохи и реконструирует распространение этого явления, возводя характерные для него особенности к болгарским источникам.

В XV–XVI веках оно охватило также ряд сочинений повествовательного, исторического и публицистического характера с ярко выраженными политическими тенденциями: прославлением прошлого и настоящего.

Московского государства, его светской и церковной власти, мужества русских воинов. В их числе: «Сказание о Мамаевом побоище», «Повесть о взятии Царьграда» Нестора Искандера, «Сказание о Вавилонеграде», «Повесть о царице Динаре», «Сказание о князьях Владимирских» и др.

Следует, однако, отметить, что в произведениях, несомненно испытавших южнославянское влияние, хотя и редко, отмечаются живые русские формы (в правописании, грамматике, лексике). Например, в житии Дмитрия Ивановича: *сердци* (вместо *сръдци*), *испълни* (вместо *исплъни*), *тобѣ*, *собѣ* (вместо *тебѣ*, *себѣ*), *по отцѣ* (вместо *по отци*), *перфект без связки: отчину:... еже ми предалъ* (то есть *отчину*, которую мне он передал), *полногласная форма полон* (вместо *плен*), *княгини* (вместо *княгыни*) и др.

Второе южнославянское влияние способствовало архаизации литературного языка усилению расхождений между языком письменности и народно-разговорной речью. Вместе с тем оно способствовало установлению единообразия в правописании (хотя и архаизированного), обогащению словарного состава языка, активизации его стилистических ресурсов, повысило общественный интерес к вопросам письменности и языка.

На Руси освоение южнославянской книжности было активным творческим процессом. В ряде случаев нововведения проникали в русскую письменность не только через южнославянское посредство, а были вызваны прямым греческим влиянием и обращением к рукописному наследию Киевской Руси. XV век в России ознаменовался небывалым подъемом книгописания, возрождением основного корпуса памятников, существовавшего в домонгольской Руси. Изменения, произошедшие в русской письменности в результате второго южнославянского влияния, во многом предопределили в последующие века облик русской книги, рукописной и старопечатной, и некоторые аспекты нормализации церковнославянской орфографии.

Второе южнославянское влияние затронуло не только книжность Московской Руси, но и живопись, архитектуру, декоративно-прикладное искусство. В современной научной литературе оно оценивается как общественное явление с неоднозначными последствиями.

Литература:

1. Кожин А. Н. Литературный язык Московской Руси. М., 1984.
2. Иванов В. В. Русский язык. В кн.: Очерки русской культуры XVI века, Ч. 2. Изд. МГУ, 1977.

ФИЛОСОФИЯ

Specificity of gender stereotypes in the process of modern paradigm changes

Раимжанова Угилхон Номановна, старший преподаватель
Ташкентский государственный аграрный университет (Узбекистан)

The issues of the relationship between the sexes, the positions of women and men in the family were relevant at all times, from antiquity to today. This problem is reflected in works of art such as art, sculpture, design, literature and theater, and especially in the works of great thinkers-philosophers. Social norms that regulate the behavior of the sexes in society and the social stereotypes of masculinity and feminism define the ideas about what men and women should differ in terms of physical, social, mental qualities and behavior in society.

With the attainment of independence by the Republic of Uzbekistan, the issues of gender equality have attracted the attention of specialists from various fields. This was facilitated by rapidly changing living conditions, actualizing the problems of adaptation to them, demographic issues, the rejuvenation of female and male diseases, the problems of child-parent relations, the growth of the number of single-parent families. In particular, the first president of our state Islam Karimov said at the solemn meeting devoted to the nineteenth anniversary of the Constitution of the Republic of Uzbekistan: “We clearly realize that the fulfillment of the tasks facing the family depends, first of all, on the solution of material, moral, and extremely important educational issues. It must be remembered that the solution of these issues is inextricably linked with the creation of even more ample opportunities for women, our dear sisters, who are the keepers of the home, who, without complaining about life’s difficulties and cares, bear the main burden of preserving and strengthening the family. In other words, we all need to firmly understand that helping the family is a help to our women, who bear the main concerns about the family”.

However, these problems within the framework of the theory of paradigm changes in civilization are to some extent characteristic not only of our state, but are inherent in all developed and developing industrial countries. An explanation of this phenomenon is given by philosopher and political scientist Alvin Toffler. Describing the characteristics of the development of mankind, he distinguished three types of civilization according to the mode of production: the agricultural, industrial and the third type of civilization, the

feature of which are computer and information technologies. With the spread of industrial civilization, according to Toffler, production and consumption, fulfilling the function of life-support, were divided. This was also manifested in the gender stereotypes of industrial society, which define men trained from childhood to their role in the enterprise as “objective”, and women as “subjective”, with a self-generated birthmark aimed at performing reproductive functions, raising children and the home work. Women were often considered to be devoid of the capacity for any rational analytical thinking. Those women who joined the production were often accused of not being women, and the stereotypes of gender differences and gender roles became even sharper. The features of the new civilization, which is replacing the industrial or third wave by Toffler, are still unclear, it is only clear that its influence is already manifested in many spheres of public life, for example, in the crisis of the modern family, in the confusion of ideas about men and women. The latter include both old stereotypes inherited from patriarchal times and modern ones, which are a bizarre mixture of old and new. Former representations were a set of dichotomous qualities: that which is inherent in one sex, there should not be another. Now, as before, a woman, on the one hand, needs tenderness and gentleness, and on the other — the ability to make decisions and show some aspects of the old ideas about masculinity. With the requirements that are presented to the man, there have also been some metamorphoses. He, like in patriarchal times, should be the earner and head of the family, and, at the same time, gentle, attentive, caring that is to exhibit typically feminine qualities. It is clear that these representations are formed both in the family and in society.

In the Second wave of the development of civilization, Toffler, speaking of the relationship of man and woman, emphasizes the special place of the nuclear family. According to Toffler, we live in a turning-point when there is a partial collapse of the family system of the Second wave, which “assumes that all families are striving for an idealized family-cell model. We observe how various types of family appear in its place. Just as we made our mass media and production already non-mass, we are doing a non-family family system in the

transition to the Third Wave civilization” [1, с.148]. But this does not mean that the nuclear family completely disappears, but other types of families and relations in the family will arise. But there are questions: To what consequences of the development of society will the relations in new types of family lead? How will this affect the values, traditions and morals of the people?

These problems are also associated with single people of different ages. Do they choose such a way of life voluntarily or are they the negative results of the destruction of the nuclear family? Toffler in the work “The Third Wave” mentions a certain census specialist Arthur Norton, who called the lonely lifestyle “the traditional life phase”, it “becomes an acceptable part of the life cycle of a person” [1, с.149].

Today, men and women often face a difficult choice between a career and children. In the future, many couples will solve this problem, postponing the process of birth and upbringing of children before retiring from work.

It should be noted that Toffler’s The Third Wave talks about new types of family. Since many forces influence the structure of the family — communication models, values, religious movements, demographic, even environmental

changes — the relationship between the type of family and the organization of work is very strong. Thus, as the nuclear family was supported by the construction of factories and work in the office, any movement from the factory and from the office would have a strong impact on the family. “It is impossible within one chapter to name all the ways in which changes in the labor force and in the nature of labor can affect family life. But one change is so potentially revolutionary and so alien to our experience that it needs much more attention than it has been given to this day. This is a moving of the work from the office and from the factory to the house” [1, с.152]. Toffler also emphasizes that for many, the family will become electronic and expanded.

In our opinion, issues of family values, traditions, relations between “fathers’ and “children”, as well as the problems of correct education of the younger generation, will remain especially relevant during the development of the Third wave, since spirituality affects the state of moral health of a person and society. The path to the future today lies through the moral-spiritual upbringing of the individual and the upbringing of children requires truly universal mastery and a special approach.

References:

1. Тоффлер Э. Третья волна. М.: ООО «Фирма „Издательство АСТ“», 1999.

Перед лицом смерти

Фокина Дарья Сергеевна, студент
Ульяновский государственный технический университет

Размышляй о смерти, если хочешь научиться жить.

Большинство людей задумываются о смерти. Есть ли жизнь после нее и в чем смысл существования в данный момент? Вопросы без ответа всю жизнь преследуют людей.

Раньше, во времена Средневековья, к этому не было особого внимания, но со временем, сменились взгляды и мнения. Уже к 20 веку люди стали все больше и больше задумываться о Боге, жизни после смерти, читать Библию, ходить в церкви. В средневековые времена приближающийся конец был ожидаем, и был частью повседневной жизни. «Сначала зададимся наивным вопросом: как умирают рыцари в «Песни о Роланде», в романах о рыцарях Круглого стола, в поэмах о Тристане?

Они умирают отнюдь не как придется. Их смерть регулируется строгим ритуалом, услужливо описанным поэтами. Смерть обычная, нормальная не приходит к героям исподтишка, незаметно, даже если она наступает как следствие случайной раны, даже если к ней приводит, что случилось, слишком сильное волнение» [1]

Восприятие смерти-одна из вечных в области философии. Человек, думая о смерти, пытается исправить свою «никчемную жизнь». Размышляя об этом, невольно понимаешь всю значимость того, что происходит с тобой, и осознаешь, как должно быть. Не редко при таких раздумьях людьми овладевает страх. Отсюда и формируется такое понятие как «Смысл жизни», а также ставятся цели, вырабатываются инстинкты и любовь к жизни.

Тема смерти является фундаментальной в проблемах бытия. Артур Шопенгауэр говорил: «наша жизнь заключает в себе все ужасы, трагедии, а смерть рождает философию». В особенности человек тогда задумывается о смерти, когда сталкивается с ней лицом к лицу. Такая встреча является толчком к переосмыслению и осознанию. «Смерть есть условие, дающее нам возможность жить аутентичной жизнью». [2]

Проблема смерти рассматривается с точки зрения ее осмысления. В античной философии она является одной из главных. «Каждый должен научиться смерти и спо-

койно ее принять». [4] По мнению Канта, смысл жизни заключается в следовании принципам долга нравственности. По Ницше же — «воля к власти». По экзистенциальной философии, человек-существо времени, предназначенное для смерти.

В философии Сёрена Кьеркегора прослеживается принятая сторона игрока «Смерть». Он не принимает участие в чистом мыслительном процессе, и, благодаря философу, получает всю жизнь, приобретая неограниченные способности и полномочия. Авраам на горе Мориа, заноса нож на единственного сына своего Иакова, переживает состояние смерти, своей микросмерти как этически конституированного существа, тем самым, совершая прыжок через абсурд в абсолютную веру. Событие микросмерти при этом открывает опыт утраты трансцендентального эго. Действие собственной смерти невозможно представить, о ней невозможно рассказать, поделиться смертельным опытом на собственном примере. [3]

Человек, к которому подкрадывается смерть, не может поделиться с кем-то, каково это, так как он уже находится разумом вне тела и жизни. Он просто существует, а в основном покидает границы непосредственного. Перед человеком, подходящему к этой черте в болезни, открывается диалектика.

Чтобы видеть в человеке всего лишь простой синтез души и тела, здоровье становится непосредственной категорией, и именно болезнь — будь то болезнь тела или души — становится категорией диалектической. [3] Именно в болезни остро ощущается приближение конца и все больше мыслей о смысле жизни и оценки прожитого.

Ибо умереть — значит, что все кончено, однако умереть означает переживать свою смерть, а переживать ее даже одно-единственное мгновение — значит переживать ее вечно. Для того чтобы умереть от отчаяния как от болезни, надо, чтобы вечное в нас, в этом Я, могло умереть, как умирает от болезни тело. [3.с.5]

Несмотря на то, что философия Сёрена Кьеркегора входит в рамки христианства, нельзя сопоставить мысль автора о смерти с религией.

Возможно ли абсолютизировать роль смерти? Ответ на этот вопрос можно найти в примере, когда больному человеку говорят о его скорой кончине, и он начинает делать то, что не делал ранее, меняя свою скучную жизнь на сборник ярких моментов. У людей создается мировоззрение в духе закона Клапареда (Осознание возникает, когда натываемся на препятствия).

Смерть является катализатором, благодаря которому человек способен полностью оценить ситуацию. Очень часто мы начинаем «горячо любить» людей, уже покинувших этот мир. Примерно об этом же пишет экзистенциалист Камю в своей повести «Падение»: «Заметили вы, что только смерть пробуждает наши чувства? Как горячо мы любим друзей, которых отняла у нас смерть. Верно? Как мы восхищаемся нашими учителями, которые уже не могут говорить, ибо у них в рот набилась земля.

Без тени принуждения мы их восхваляем, а может быть, они всю жизнь ждали от нас хвалебного слова. И знаете, почему мы всегда более справедливы и более великодушны к умершим? Причина очень проста. Мы не связаны обязательствами по отношению к ним. Они не стесняются нашей свободы». [5, с. 277—334].

Для людей, чьи последние несколько лет прошли в мученьях, от какой-то болезни, как пример, смерть является очищением, успокоением. Смерть — граница перехода от одной формы (отказ от нее) к другой, бесконечной и неопознанной. Она никак не определяется, ее нельзя систематизировать и привести к определенному алгоритму, лишь последний вздох связан с определенной датой и часом. Само предчувствие смерти, в наше время, является естественным, нежели в раннее время.

Дихотомия, отделившая *litterati*, «ученых», от традиционного общества, отнесла предчувствия смерти в область народных суеверий. Предчувствия оставались лишь суевериями даже в глазах тех авторов, которые считали их поэтическими и относились к ним с почтением. Особенно показательным в этом отношении то, как говорит о них Шатобриан в «Гении христианства». Для него предчувствия скорой кончины всего лишь прекрасный фольклор. [1]

Предчувствие смерти главного героя во многих произведениях играет не последнюю роль. Чтобы привязать к смерти метэмпирическую тайну и мистичность — смертное ложе, как некое символическое место

«В начале XIX в. люди ученые совершенно не верили в то, что они сами начали считать живописным и даже восхитительным. В глазах Шатобриана все «тысяча способов», которыми смерть могла объявить о своем приходе, имели характер чуда. «То смерть давала о себе знать звоном колокола, который начинал бить сам по себе, то человек, который должен был умереть, слышал три удара в пол его комнаты». [1]

В действительности, чудесное наследие тех времен, когда граница между естественным и сверхъестественным была зыбкой, скрыло от романтиков то, что предзнаменование смерти было в Средневековье явлением, прочно укорененным в повседневной жизни. То, что смерть объявляет о своем приближении, было абсолютно естественным, даже в тех случаях, когда это сопровождалось чудесами. [1]

В индийской философии существует закон «Сансара», что означает повторные рождения или реинкарнацию. Сансара является реализацией действия «закона кармы», неразрывно связана с неизбежно вытекающими из этого незнания страстями и страданиями. Сансара — единая иерархическая лестница перевоплощений, по которой бесчисленные индивиды восходят или нисходят в зависимости от баланса заслуги или порока (пунья/папа), сложившегося в предыдущих воплощениях (преимущественно в последнем). Сансара может иметь конец, который совпадает с достижением «освобождения» — мокши как высшей цели человеческого существования. [6] То есть, закон Сан-

сара можно считать, как круговорот людей, где их просто меняют местами. Индивида привязывают узами к объектам внешнего мира, как связь сердца и тождественных глубин.

Таким образом, смерть играет огромную роль в философии разных стран и времен. Вопрос о страхе перед лицом смерти и тождества актуален до сих пор. Смерть является границей соприкосновения метаэмпирического и естественного, а также осью человеческого бытия.

Литература:

1. Арьес Филипп. Человек перед лицом смерти. — М.: «Прогресс-Академия», 1992. — 528 с.
2. Ялом И. Экзистенциальная психотерапия. М.: Класс, 1999.
3. Кьеркегор С. Болезнь к смерти. — М.: Академический проспект, 2012. — 157 с.
4. Жизнь. Смерть. Бессмертие — [Электронный ресурс]. — URL: http://www.sibstrin.ru/files/zhizn_smert_bessmertie.pdf
5. Камю А. Избранное. М., Радуга, 1988.
6. Энциклопедия Кругосвет — [Электронный ресурс]. — URL: http://www.krugosvet.ru/enc/kultura_i_obrazovanie/religiya/SANSARA.html

По Филиппу Арьес существует четыре параметра смерти: первый параметр-смерть не является только индивидуальным актом; второй параметр-смерть должна всегда находиться под контролем общества; третий параметр-конец жизни не совпадает с физической кончиной человека; четвертый параметр-смерть никогда не ощущается как нечто нейтральное.

Перед лицом смерти все, что окружает нас, все природные и земные ценности выглядят жалкими и бессмысленными.

Религиозно-философские основания искусства с позиций православной культуры

Хаустова Ксения Сергеевна, магистрант
Рязанский государственный университет имени С. А. Есенина

Вопросы о сущности и предназначении искусства всегда лежали в религиозной сфере бытия. И хотя христианство уже давно дало ответы на эти вопросы, в современной науке они остаются открытыми. В Православии тема искусства не сводится к эстетике, она несоизмеримо шире единственно эстетической сферы, а категория красоты, непосредственно связанная с искусством, имеет по сути онтологический статус.

Под источником всякого блага в православной традиции разумеется Сам Бог. О Его невыразимой человеческими средствами красоте говорит Священное Писание: *О, как велика благодать Его и какая красота Его! (Зах 9:17)*. Согласно преподобному Максиму Исповеднику, Бог есть абсолютная Красота, так как Он «и не рассеивается на свойства и виды, порождающие красоту, и не является для одних прекрасным, а для других нет, но непоколебимо, безначально, абсолютно, естественно и одним и тем же образом вечно является самим Прекрасным» [1, с. 313].

Но Бог и Сам, будучи истинной Красотой, распространяет прекрасное на все бытие. Библия, повествуя о Боге как Творце, констатирует, что в этом мире Он *все расположил мерою, числом и весом (Прем 11:21)*, «чтобы вселенная могла по справедливости называться «космосом» [κόσμος, то есть, буквально — украшением]» [2, с. 27]. Поскольку, исходя из библейских слов, нет совершенно

ничего из сущего, что было бы лишено причастности красоте (*Быт 1:31*), то есть прекрасное распространяется безысключительно на все, что было призвано Богом к жизни, категория «красота» приобретает статус, равноценный категории «бытие».

Если связывать понятия «искусство» и «красота», то представляется возможным назвать искусство наиболее совершенным результатом творчества, стремящимся к Идеалу Красоты, то есть к Богу. Человек с момента своего создания с помощью искусства был призван прославлять своего Творца.

Еще с ветхозаветных времен Бог открывает Своему народу, что искусство есть одна из форм служения Ему. Например, святой пророк Давид был не только талантливым правителем, но и искусным музыкантом и поэтом. Его псалмы составили большую часть одной из книг Священного Писания — Псалтири. Будучи еще юношей, он своей искусной игрой на гуслях успокаивал царя Саула в те моменты, когда того обуревал злой дух: *и отраднее и лучше становилось Саулу, и дух злой отступал от него (1 Цар 16:23)*. То есть через музыкальное творчество Бог позволял людям и прославлять Его, и утешать окружающих искусной игрой или пением. Также, в Ветхом Завете Бог указывал пророку Моисею на Веселеила — искусного мастера. Он должен был художественно украсить

скинию по образцу, показанному Моисею на горе Синайской (*Исх 25:40*). В этой великой и таинственной работе Веселеил использовал декоративно-прикладное искусство (резьба по дереву, камню и металлу, ювелирика) и скульптуру (статуи Серафимов). Подобным образом Бог показывал избранному народу, что и изобразительное искусство может быть угодно Ему.

В Новом Завете завершается откровение о подлинном смысле искусства. Апостол Иаков в своем соборном послании пишет, что *всякое даяние доброе и всякий дар совершенный нисходит свыше, от Отца светов (Иак 1:17)*. По этой логике истинное искусство (как *дар совершенный*) — это то, что воспеваает Бога и одновременно исходит от Него. И человек призван хранить и преумножать этот божественный дар, как в притче о талантах, рассказанной Христом своим ученикам (*Мф 25:14–30*).

По одному из энциклопедических определений, искусство — это «вид духовного творчества как части культуры народа, с помощью которого производится духовное освоение действительности и ее творческое преобразование по законам красоты» [3]. Очевидно, что наиболее простое восприятие — это взгляд на искусство как на инструмент, задающий некий распорядок материи. В подтверждение этому свое определение искусству дал известный грузинский режиссер Тенгиз Абуладзе: «Искусство — сотворение гармонии из хаоса, извлечение формы из бесформенности» [4]. Исходя из этого, истинный художник знает, что без соответствующей формы содержание его искусства превратилось бы в эмоциональный хаос.

Художник в момент творческого акта, когда из неформенного материала он создает нечто совершенно новое, становится творцом — подобно Тому, чей образ и подобие заложены в него при сотворении (*Быт 1:26*). Человеческая способность творить, несомненно, — дар Господень, поэтому художник становится соратником Божиим в создании произведений; развивая способности, заложенные в него Создателем и, используя тварную материю, он сам выступает творцом уже второго порядка. Художник, в некотором смысле, продолжает работу Творца. Как творения Бога хранят Его след и образ, так произведения искусства в полной мере несут понятный для ума и осязаемый для чувств отпечаток человеческой природы художника, отпечаток не только его рук, но и его души. «При этом он неизбежно обнажает перед зрителем или читателем свои мысли, чувства, пристрастия. Знакомая с творениями великих мастеров, мы узнаём, что они в мире любят, чего гнушаются, что ненавидят; узнаём, как они относятся к людям, что в них ценят и что осуждают. Словом, творя, художник обнажает себя, как бы выворачивает себя наизнанку» [5]. Такой великий дар — дар творчества — естественно, накладывает на художника большую ответственность; творением своих рук он может либо приводить ко Творцу, либо обращать ко лжи. И если художник безответственно относится к своей духовной жизни, одержим низменными грехами, то подобными будут и его произведения. И для того,

чтобы плодом творчества стало истинное искусство, художник должен пройти сложный путь самосовершенствования и духовного очищения. То, что художник открывает людям, трудясь подобным образом, «есть, прежде всего, и больше всего некий глубокий, таинственный помысел о мире, о человеке, о Боге, о путях Божиих и о судьбах человека и мира» [6, с. 145–146].

Интересное, по духу даже христианское предназначение отводит искусству дохристианский философ Аристотель: «Искусство очищает страсти...» [Цит. по 7, с. 476]. Исходя этой логики, искусство есть добродетель, ведь именно она побеждает в человеке грех. Аристотелю вторит И. Ильин, отождествляя искусство, в первую очередь, с любовью; тем самым, искусство определяется как высшая добродетель: «Искусство есть любовь, молитва и творчество; и без свободы оно невозможно» [8]. Следуя признакам любви, данным в Священном Писании (*1 Кор, 13*), можно вывести критерии, определяющие искусство: правдивое, истинное, благородное, милосердное, не завидующее, не ищущее славы, верующее. Свобода творчества отнюдь не означает отсутствие в нем разума и логики. Как человеку от момента его создания была дана свобода воли, чтобы он по своему желанию познал и полюбил Творца, так и в искусстве ему дана свобода для того, чтобы достигать высшей его цели — служения благу. Молитва и творчество, по мнению И. Ильина, неразделимы в искусстве. Создание истинного и совершенного, насколько это возможно в нашем мире, произведения не под силу духовно и душевно бедному человеку. Обогащение внутреннего мира художника как раз и возможно через общение с Богом в самом объективном смысле этого слова. Художник во время молитвы учится творить, ведь «молитва есть бесконечное творчество, высшее всякого иного искусства или науки. Молитва есть акт наивысшей мудрости, всепревосходящей красоты и достоинства» [9].

Любое произведение искусства должно быть пронизано логикой, структурировано в соответствии с природными законами, что подтверждают слова великого скульптора О. Родена: «В искусстве безобразно все фальшивое, все, что смеется без причины, кривляется, брыкается и выгибается, все, что красуется напоказ, все, что лжет» [Цит. по 7, с. 476–477]. Ж. Маритен утверждает, что требовать от искусства полного воспроизведения реальности нельзя, поскольку это может разрушить его. При этом «искусство призвано не подражать, а творить, созидать, сопрягать, притом в соответствии с законами погруженного в бытие вещественного объекта» [7, с. 479]. Таким образом, в искусстве обязательна логика, а также отсутствие лжи, подражания как такового.

В свою очередь, отсутствие лжи подразумевает наличие истины. Вопрос об истине — один из главных в философии искусства. Однако в определенный период в трудах многих мыслителей все чаще стало появляться выражение «искусство для искусства»; истина и красота для многих стали пересекаться понятиями, находящимися

в разных сферах бытия. Так, Кант полностью противопоставлял красоту истине и благу, говоря о том, что искусство не должно приносить человеку никакой пользы. Ему вторил Шиллер, говоривший об искусстве как об игре, пронизанной насковзь лишь иллюзиями, которыми привык тешить себя художник. С точки зрения подобной философии, искусство призвано лишь определенным образом влиять на внешнюю сенсорику, игнорируя потребности внутреннего мира человека. Однако «обман чувств не только не составляет условия красоты, но полагает ей границу, составляет препятствие к достижению красоты. Жизнь, действительность, вот истинная цель искусства, и только вследствие как бы преждевременности рождения его произведений, оно до сих пор не достигает этой цели» [10].

Возникает вопрос, какова природа таких течений в искусстве, которые не подразумевают проповедь истины как главной цели творчества? «Весь этот подход к искусству, — утверждает И. Ильин, — возник из пустой «талантливости», из современного духовного кризиса... Люди привыкают жить, творить и воспринимать без Главного, без Бога; и уже не понимают, чего им не хватает, не видят, что они плывут в потоке мировой пошлости; и не разумеют, что пошлость есть смерть и что от этой смерти не спасет никакая «талантливость». Талант, лишенный Божьего огня, есть лишь соблазн. Ибо без Божьего огня — какое же искусство?...» [6, с. 91]. Следовательно, главное в искусстве — внутренний Божественный свет. Художник-творец, обладающий, помимо таланта, этим созерцаемым внутренним светом, становится служителем Бога, священнослужителем Истины. Ибо «без творческого созерцания искусство останется как бы при двух измерениях: оно будет иметь осязаемое тело (камень, глину, человеческое тело на сцене, краски на полотне, звуки, слова) и выглядывающий из него чувственно-земной образ (природных и человеческих обстоятельств), не более. Но ни этому телу, ни этому образу нечего

будет сказать. Ибо не будет того третьего, главного: ... того Божественного луча, который просиял оку художника,... который царит в произведении искусства — и над его «телом», и над его «образом» [6, с. 367].

Таким образом, искусство не останавливается только на изображении окружающего мира. Образ Божий в человеке, в данном случае в художнике, помогает приоткрывать завесу тайны мироздания. Н. Бердяев говорит о том, что эта задача достижима только для искусства христианского: «Христианское искусство верит, что законченная, совершенная, вечная красота возможна лишь в мире ином. В этом же мире возможна лишь устремленность к красоте мира иного, лишь тоска по ней. Мир христианский не допускает никакого замыкания, завершения в этом мире. Христианское искусство... уводит в мир иной, к красоте потусторонней и запредельной» [11, с. 282]. Цель же искусства, противоположного христианскому, напротив, — укрепление в этом мире. Конечно, считать только христианское искусство истинным было бы неправомерно. Художник, преследующий благие цели, и, прежде всего, воспевающий прекрасное, объективно может быть назван творцом искусства, ведь настоящие шедевры творчества измеряются не субъективной их оценкой, но объективным совершенством.

Итак, искусство, с позиций православной культуры, есть совершенный дар Творца, с помощью которого человек призван прославлять Истину и Красоту, т. е. Бога, *ибо все из Него, Им и к Нему (Рим 11:36)*. Такой дар призывает художника к ответственности не только в творчестве, но и в его собственной духовной жизни. Подводя итог, можно сформулировать саму цель искусства — приведение человека (как творца, так и зрителя или слушателя) к Богу. А эта цель, в свою очередь, выходит уже за рамки исключительно творческого процесса и является целью всей жизни христианина.

Литература:

1. Дионисий Ареопагит. Сочинения. Максим Исповедник. Толкования / Пер. Г. М. Прохорова. — СПб.: Алетейя, 2002. — 862 с.
2. Григорий Палама, святитель. Сто пятьдесят глав, посвященных вопросам естественнонаучным, богословским, нравственным и относящимся к духовному деланию, а также предназначенных к очищению от варлаамитской пагубы (главы 1–63) / Пер. с греч. и предисл. А. И. Сидорова // Богословские труды. — № 38. — М.: Издательский Совет РПЦ, 2003. — С. 8–74.
3. Безрукова В. С. Основы духовной культуры (энциклопедический словарь педагога) // Национальная педагогическая энциклопедия. URL: <http://didacts.ru/dictionary/1010/word/iskustvo> (дата обращения 25.04. 2017)
4. Исмаилова Н. Абуладзе [Электронный ресурс] // Искусство. — 2004. — № 2. URL: <http://art.1september.ru/article.php?ID=200400201> (дата обращения 25.04. 2017).
5. Смирнов В. Л. Язык и секреты живописи, или о постижении скрытого смысла в картине. Глава I. Деятели искусства о назначении своего творчества // Слово: образовательный портал. URL: <http://www.portal-slovo.ru/art/35851.php> (дата обращения 25.04. 2017).
6. Ильин И. А. Собрание сочинений: в 10 т. — М.: Русская книга, 1996. — Т. 6. Кн. I. — 560 с.
7. Маритен Ж. Избранное: Величие и нищета метафизики. — М.: Российская политическая энциклопедия, 2004. — 608 с.

8. Ильин И. А. Основы художества. Идея творческого акта // Русская стратегия. URL: http://rys-strategia.ru/publ/arkhiv/ivan_ilin_osnovy_khudozhestva_ideja_tvorcheskogo_akta/3-1-0-1976 (дата обращения 25.04. 2017)
9. Софроний (Сахаров), архим. О молитве // Русское воскресение. URL: <http://www.voskres.ru/pravilo/arhsofr.htm> (дата обращения 25.04. 2017).
10. Федоров Н. Искусство, его смысл и значение // Библиотека (Интернет-издательство). URL: <http://www.magister.msk.ru/library/philos/fedorov/fedor130.htm> (дата обращения: 25.04. 2017)
11. Бердяев Н. А. Смысл творчества. — М.: Хранитель, 2006. — 414 с.

ПРОЧЕЕ

Использование спорта в международных информационных и коммуникационных кампаниях

Аристов Яков Олегович, магистрант;

Научный руководитель: Голова Анна Георгиевна, кандидат социологических наук, доцент
Российский государственный гуманитарный университет (г. Москва)

В данной статье рассматривается формирование имиджа государства посредством спорта с использованием медиа-каналов и ресурсов СМИ.

Ключевые слова: спорт, трансляция, зрители, имидж, реклама

Сегодня в мировой индустрии спорта, как никогда раньше, тесно переплетены (и стали взаимопроницаемыми) экономические, политические и спортивные интересы спортивных организаций, государства и бизнеса. Наиболее крупные и влиятельные международные спортивные организации сегодня по сути превратились в мощные и преуспевающие мировые спортивные корпорации.

Достаточно для примера назвать совокупные доходы Международного олимпийского комитета (МОК) и Международной федерации футбольных ассоциаций (ФИФА). В 2014 году общие доходы МОК составили 1,828 млрд долларов, а ФИФА за последний четырехлетний цикл (2011–2014 годы) получила доходы в размере 5,7 млрд долларов, то есть более 1,4 млрд долларов ежегодно.

Нынешняя пирамида мирового спорта строилась многими спортивными архитекторами и конструкторами в течение нескольких десятилетий.

МОК на своем примере показал, насколько привлекательным для бизнеса и СМИ может быть олимпийский продукт, то есть Олимпийские игры. Совершенствуя программу и формат Игр, находя компромиссы в Олимпийской хартии, МОК в конечном итоге нашел возможность допустить для участия в Играх профессиональных спортсменов. А для этого необходимо было показать потенциальную выгоду ведущим профессиональным лигам мира (НБА и НХЛ). Далее, используя опыт и наработанные технологии МОК, на новый уровень своего коммерческого развития стали выходить наиболее крупные международные спортивные федерации (ФИФА, УЕФА, ИААФ и др.). Они в свою очередь смогли постепенно выстроить эффективную систему взаимоотношений с ведущими профессиональными лигами и клубами, найти баланс интересов между соревнованиями сборных команд и соревнованиями клубов. Особенно сложно сделать это в европейском футболе. Причем УЕФА даже из своих доходов от проведения чемпионата Европы стал выделять деньги профессиональным клубам,

в которых выступают футболисты, представляющие свои сборные команды на Евро-2016 (УЕФА планирует выплатить европейским клубам около 150 млн евро).

Постепенно в индустрии спорта сложился стабильный календарь соревнований, в котором всем международным федерациям и профессиональным лигам удалось найти свое место и компромисс между различными соревнованиями (среди сборных и клубов, а также между многочисленными коммерческими соревнованиями). Именно эти спортивные события привлекают такое пристальное внимание со стороны главных потребителей в индустрии спорта (зрителей и болельщиков, бизнеса и СМИ).

В итоге в мировой индустрии за прошедшие десятилетия сложилась понятная всем система экономических отношений между ее основными субъектами, которая давала им возможность одновременно удовлетворить свои интересы в цивилизованно сформированной конкурентной среде.

В контексте рассматриваемой темы примечательно высказывание главного экономиста *Deutsche Bank* профессора Н. Вальтера о футбольном чемпионате мира 2006 года в Германии: «Благодаря чемпионату мира по футболу у нас пройдет невиданная доселе маркетинговая акция...». В рамках этой «маркетинговой акции» страна-хозяйка представляла себя во всем культурном многообразии не только на немецкой территории, но и за рубежом — более чем в 120 городах мира.

При проведении спортивного мероприятия речь должна идти даже не о том, «хорошо ли было организовано мероприятие, было ли оно ярким, прошло ли оно без проблем, а о том, были ли правильно использованы гигантские медийные возможности для того, чтобы рассказать о стране-хозяйке что-то подлинное, важное и незабываемое». Отсюда необходимость работать с болельщиками вне спортивных соревнований.

Например, на чемпионате мира по хоккею 2013 года, который проходил в Швеции и Финляндии, команды, до-

бравшиеся до полуфинала и финала, провели по 10 матчей за 17 дней, то есть болельщики были заняты на просмотре состязаний только 10 дней, к тому же неполных. В остальные 7 для них организовывали развлекательную программу, в первую очередь экскурсии, знакомящие гостей (в том числе обязательно и журналистов) с историей и культурой.

Еще одним примером служит проведение чемпионата мира по хоккею в Минске (Беларусь) в 2014 году. По данным Государственного пограничного комитета Республики Беларусь, страну посетили в рамках безвизового режима 31 тыс. человек, не считая граждан России. Билетов же на матчи для иностранцев, включая и россиян, было продано более 70 тыс. Трансляции из Беларуси были организованы на 120 стран, где их посмотрело более 1 млрд телезрителей. В дни проведения мероприятия гостям Беларуси была, кроме спортивной составляющей, предложена многоплановая культурная программа (фестивали, выставки, ярмарки, творческие проекты).

Россия использовала для формирования собственного положительного имиджа не только зимние Олимпийские игры — 2014 в Сочи, но и предолимпийскую подготовку к ним. Например, во время эстафеты олимпийского огня его доставляли на Северный полюс, опускали на дно озера Байкал, поднимали на гору Эльбрус на Кавказе, отправляли на Международную космическую станцию, привлекая внимание к событию, а значит, и к самой России.

Для формирования имиджа используется проведение чемпионатов совместно двумя странами. Например, чемпионат мира по футболу 2002 года проводился в Японии и Южной Корее. Это «укрепило чувство, что эти два бренда (Япония и Корея) являются сопоставимыми», и положительно сказалось на имидже южнокорейской промышленной продукции.

Тот же прием использовала Украина при проведении совместного с Польшей чемпионата Европы по футболу 2012 года. Это была попытка Украины стать наравне с Польшей как государством — членом ЕС и доказать, что страна также достойна членства в этой организации. Председатель украинского организационного комитета по проведению Евро-2012 М. Лубкивский прямо заявлял: «Это уникальный шанс предстать перед Европой и миром в новом свете, показать свои возможности, избавиться от многих стереотипов...».

В настоящее время у России есть возможность улучшить свой имидж через чемпионат мира по футболу, который пройдет в 2018 году.

На практике, возможности спортивных мероприятий широко используются для того, чтобы привлечь туристов, ознакомить их с достопримечательностями, продемонстрировать высокий уровень обслуживания. Именно отличный сервис будет способствовать возвращению туриста в ту же страну в большей степени, чем организация собственно спортивного мероприятия. Так, на привлечение туристов в будущем делали упор при подготовке и проведении Олимпийских игр Барселона (1992) и Сидней (2000).

Для приема международных соревнований необходим высокий уровень культуры и владения иностранными языками теми, кто контактирует с гостями. В первую очередь это работники сферы обслуживания в городе проведения соревнований (диспетчеры и водители такси, кассиры железнодорожных касс, администраторы сферы общественного питания и гостиничного бизнеса), работники сферы культуры (экскурсоводы), сотрудники МВД, работающие на спортивных мероприятиях и в паспортно-визовых службах.

Страны, принимающие соревнования, стремятся всеми способами повысить уровень культуры и обычных граждан. Например, в Китае отучали людей плевать на улицах перед Олимпийскими играми 2008 года, а жителей Сочи попросили выучить к Олимпиаде-2014 по 662 иностранных слова. Этот образовательный проект «Слово дня» стартовал в Сочи 16 апреля 2012 года и завершился перед Паралимпийскими играми. В ходе проекта сочинцы учили по одному английскому слову или фразе в день. Иностранные слова транслировались в транспорте, театрах, музеях, библиотеках, поликлиниках и других социальных учреждениях. Проект был рассчитан на людей с практически нулевым знанием английского языка. Жители города научились здороваться, говорить «спасибо» и указывать гостям Сочи нужное направление.

Также речь можно вести о приеме иностранных болельщиков, прибывающих в страну на отдельные матчи, и о поведении отечественных поклонников спорта, выезжающих «поболеть» за рубеж. В первом случае каждый приезжающий является гостем страны и увезет впечатление о ней на свою родину. Во втором — каждый болельщик фактически представляет собственную страну за границей, и по его поведению будут судить о нации в целом.

Введение безвизового режима на период соревнований также оставляет лучшее впечатление о стране, так как способствует более комфортному пересечению границы болельщиками.

Хорошим подспорьем в формировании имиджа выступает распространение разнообразной сувенирной продукции. Лучшим вариантом здесь являются оригинальные национальные изделия.

В целях информирования потенциальных туристов о достопримечательностях страны на соревнованиях маршруты и места состязаний по возможности выбирают рядом с этими достопримечательностями. На пример, маршруты марафонских дистанций на чемпионатах по легкой атлетике проходят по самым интересным местам города, чем обеспечивается показ памятников истории и архитектуры по телевидению.

Кроме того, спорт дает возможность для размещения рекламы на разнообразных носителях: майках спортсменов, рекламных щитах на стадионах и вдоль маршрутов соревнований. Как показал недавний опыт ЮАР и Бразилии, проведение крупных спортивных мероприятий может дать мощный толчок развитию отрасли наружной рекламы. Рос-

сийский рынок наружной рекламы получил выгоду от проведения зимних Олимпийских игр 2014 года в Сочи, сохранив положительную динамику роста доходов, несмотря на ухудшающуюся экономическую ситуацию, а основным фактором развития рынка в среднесрочной перспективе является проведение чемпионата мира по футболу 2018 года в России, благодаря чему в 2018 году рынок покажет позитивную динамику. В частности, в 2018 году ожидается увеличение доходов, среднегодовой темп роста составит 11 %, несмотря на общую тенденцию к понижению в течение прогнозного периода. В рамках подготовки к чемпионату ряд крупных спортивных объектов находятся в процессе строительства или реконструкции. Данные объекты являются привлекательными площадками для размещения наружной рекламы, однако в условиях сокращения рекламных бюджетов операторы наружной рекламы ограничены в возможностях их использования.

Формой коммуникации, обслуживающей спортивную индустрию может являться и работа через лидеров мнений, то есть тех, кто известен целевой аудитории и чье мнение влияет на ее взгляды:

- работа на целевые аудитории других государств через зарубежные СМИ, иностранных спортсменов и тренеров, выступающих и работающих в стране;
- работа над имиджем через отечественных спортсменов и тренеров, выступающих и работающих за рубежом.

Лидеры мнения используются в качестве ньюсмейкеров, для тиражирования позитивных высказываний о стране.

Следует помнить о том, что СМИ — это ключевая аудитория, с которой нужно установить коммуникацию. Основа взаимоотношений со СМИ — формирование постоянного информационного потока. И даже если речь идет о зарубежной аудитории — формирование этого потока происходит в первую очередь внутри страны, поскольку у зарубежных СМИ источниками информации будут и национальные медиа. Поэтому одна из главных целевых групп — работающие в данной стране и с информацией о данной стране иностранные журналисты. Следует систематически находить информационные поводы, которые позволят непрерывно формировать информационный поток. Для этого нужно предоставлять как можно больше сведений о стране.

Литература:

1. Мировая индустрия спорта: в поисках нового баланса // Вестник РМОУ № 2, 2016.
2. Гришин О. Е. Имидж, бренд, репутация государства в условиях мирового финансового кризиса // Общественные системы в условиях мирового финансового кризиса: тенденции, проблемы и перспективы стратегического и технологического развития, экологической безопасности, всерос. науч. — практ. конф. (2009; Волгоград). Всероссийская научно-практическая конференция, ноябрь-декабрь 2009 г.: [материалы] / отв. ред. А. А. Огарков [и др.]. — Волгоград — М.: ООО «Глобус», 2010. — С. 69–70.
3. Даничев А. Мутко: ход подготовки к ОИ помог России выиграть право провести ЧМ // РИА Новости. 2013. <http://rsport.ru/interview/20131202/705137326.html>.
4. Место встреч — ярмарки // Deutschland. — 2006. — № 3. — С. 48–52., с. 52.
5. Анхольт, С. Насколько важна роль спорта в создании имиджа / С. Анхольт // Deutschland. — 2010. — № 2. — С. 24–27, с. 27
6. Сколько стоят летние Олимпийские игры / MIR-LA (мир легкой атлетики) // Мир легкой атлетики [Электронный ресурс]. — 2012. — 16 июля. — Режим доступа: <http://mir-la.com/1795-skolko-stoyat-letnie-olimpiyskie-igry.html>
7. Макс Портал. В Сочи завершается лингвистическая программа «Слово дня» // Max Portal [Электронный ресурс]. — 2014. — 1 февраля. — Режим доступа: <http://maks-portal.ru/olimpiadasochi/v-sochi-zavershaetsya-lingvisticheskaya-programma-slovo-dnya>.
8. Всемирный обзор индустрии развлечений и СМИ: прогноз на 2016–2020 годы Ключевые тенденции мирового и российского рынков, <http://www.pwc.ru/outlook2016>.

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал
Выходит еженедельно

№ 17 (151) / 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 10.05.2017. Тираж 500 экз.

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